

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ**

Кафедра економіки та фінансів



УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ
ДО СКЛАДАННЯ ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ
ДЛЯ СТУДЕНТІВ ОСВІТНЬОГО РІВНЯ
«БАКАЛАВР»
ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ**

**за напрямом підготовки
6.030504 «Економіка підприємства»,
спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля
біржова діяльність»**

Тернопіль-2018

Методичні вказівки для підготовки до складання екзамену з фаху для студентів денної форми навчання освітнього рівня «Бакалавр» за напрямом підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» // Укл. Панухник О.В., Маркович І.Б., Кудлак В.Я., Дячун О.Д., Химич І.Г. – Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2018. – 206 с.

У методичних рекомендаціях наведено загальні вимоги до організації, підготовки та проведення екзамену з фаху, програма екзамену з фаху для атестації здобувачів освітнього рівня «Бакалавр» на підставі Закону України «Про вищу освіту», інструкцій Міністерства освіти і науки України, Положення про екзаменаційну комісію з атестації здобувачів вищої освіти ТНТУ імені Івана Пулюя

Укладачі: Панухник Олена Віталіївна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя

Маркович Ірина Богданівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя

Кудлак Віталій Ярославович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя

Дячун Ольга Дмитрівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя

Химич Ірина Григорівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя

Рецензенти: Мариненко Наталія Юріївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя

Хрупович Світлана Євгенівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та фінансів ТНТУ ім. І. Пулюя

Методичні рекомендації розглянуто та затверджено на засіданні кафедри економіки та фінансів

Протокол № 14 від «02» квітня 2018 р.

Схвалено на засіданні науково-методичної комісії факультету економіки та менеджменту

Протокол № 7 від «18» квітня 2018 р.

ВСТУП	5
1. НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ ЗА НАПРЯМОМ 6.030504 «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА», СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»	6
1.1 ВИХІДНІ ПОЛОЖЕННЯ СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ МОН УКРАЇНИ ПРО ЕКЗАМЕН З ФАХУ ЗА НАПРЯМОМ 6.030504 «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА», СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ».....	6
1.2 ЦІЛІ Й ФУНКЦІЇ ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ.....	6
1.3 ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ ЗА НАПРЯМОМ 6.030504 «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА», СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ».....	7
1.4 ФОРМУВАННЯ ЕКЗАМЕНАЦІЙНИХ КОМІСІЙ (ЕК).....	7
1.5 ОBOB'ЯЗКИ ГОЛОВИ ТА СЕКРЕТАРЯ ЕК.....	8
1.6 ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПОРЯДОК АТЕСТАЦІЇ СТУДЕНТІВ.....	8
2. ПОРЯДОК ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ ЗА НАПРЯМОМ 6.030504 «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА», СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»	10
2.1 ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОВЕДЕННЯ ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ.....	10
2.2 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ.....	11
2.3 ПІДБИТТЯ ПІДСУМКІВ РОБОТИ ЕК.....	13
3. ПРОГРАМА З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»	14
3.1 ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА».....	16
3.2 ВІДПОВІДІ НА ЗАПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА».....	16
3.3 ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗКІВ ЗАДАЧ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА».....	58
3.4 РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА».....	63
4. ПРОГРАМА З ДИСЦИПЛІНИ «ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА»	64
4.1 ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-	

ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА».....	65
4.2 ВІДПОВІДІ НА ЗАПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА».....	66
4.3 ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗКІВ ЗАДАЧ З ДИСЦИПЛІНИ «ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА».....	91
4.4 РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА З ДИСЦИПЛІНИ «ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА».....	94
5. ПРОГРАМА З ДИСЦИПЛІНИ «ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА».....	96
5.1 ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА».....	97
5.2 ВІДПОВІДІ НА ЗАПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА».....	98
5.3 ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗКІВ ЗАДАЧ З ДИСЦИПЛІНИ «ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА».....	126
5.4 РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА З ДИСЦИПЛІНИ «ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА».....	130
6. ПРОГРАМА З ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ».....	133
6.1 ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ».....	134
6.2 ВІДПОВІДІ НА ЗАПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНІКО- ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ».....	135
6.3 ПРИКЛАДИ ТИПОВИХ ЗАДАЧ З ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНІКО- ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ».....	166
6.4 МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДЛЯ РОЗВ'ЯЗКУ ЗАДАЧ З ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ».....	173
6.5 РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА З ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНІКО- ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ».....	187
7. ПЕРЕЛІК ДОДАТКОВИХ ЗАПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ.....	190
ДОДАТКИ.....	192

6
ВСТУП

Екзамен з фаху для студентів напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» є формою атестації освітнього рівня «Бакалавр» та проводиться з метою підсумкового контролю теоретичних та практичних знань студентів.

Питання екзамену з фаху для напряму 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» складені на основі змісту навчальних програм наступних дисциплін: «Економіка підприємства»; «Формування бізнес-плану підприємства»; «Потенціал і розвиток підприємства»; «Техніко-економічні розрахунки на підприємстві».

Екзамен з фаху повинен визначати рівень засвоєння студентами матеріалів наведених вище економічних дисциплін, вміння самостійно аналізувати складні явища та процеси суспільно-економічного розвитку, активно використовувати набуті знання в своїй професійній та громадській діяльності.

Під час екзамену не тільки конкретизуються, систематизуються, а й поглиблюються та закріплюються знання з найважливіших економічних дисциплін.

На екзамен з фаху виноситься матеріал із вибраних дисциплін циклу професійної підготовки навчального плану бакалавра за напрямом підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», що дозволить екзаменаційній комісії виявити сукупність знань студентів, які засвоєні ними в процесі опанування нормативних дисциплін професійної підготовки, визначити рівень їх відповідності сучасним вимогам, що пред'являються до молодших спеціалістів.

У методичних вказівках представлено: нормативно-правові та організаційні засади підготовки та проведення екзамену з фаху за напрямом 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», а також порядок організації та проведення екзамену з фаху за напрямом 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

1. НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ ЗА НАПРЯМОМ 6.030504 «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА», СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»

1.1 ВИХІДНІ ПОЛОЖЕННЯ СТАНДАРТУ ВИЩОЇ ОСВІТИ МОН УКРАЇНИ ПРО ЕКЗАМЕН З ФАХУ ЗА НАПРЯМОМ 6.030504 «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА», СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»

Відповідно до стандарту вищої освіти МОН України вибрано структуру завдань атестації здобувачів вищої освіти освітнього рівня «Бакалавр» – екзамен з фаху.

Екзамен з фаху за напрямом за напрямом 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» містить завдання з наступних дисциплін, а саме: «Економіка підприємства»; «Формування бізнес-плану підприємства»; «Потенціал і розвиток підприємства»; «Техніко-економічні розрахунки на підприємстві».

1.2 ЦІЛІ Й ФУНКЦІЇ ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ

Екзамен з фаху за напрямом 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» повинен визначати рівень засвоєння студентами теоретичного матеріалу та рівень сформованості практичних умінь та навичок наведених вище економічних дисциплін, вміння самостійно аналізувати складні явища та процеси суспільно-економічного розвитку, активно використовувати набуті знання у своїй професійній та суспільній діяльності.

Екзамен з фаху за напрямом 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» є продовженням навчально-виховного процесу та складовою частиною завершального етапу підготовки бакалаврів.

Цілі екзамену з фаху зумовлюють і його функції. Головною з них є контроль та оцінка рівня економічних знань, отриманих студентом протягом чотирьох років навчання з урахуванням вимог Болонського процесу. Реалізація цієї функції припускає перевірку методологічних та теоретичних принципів, проблем та положень наведених вище економічних дисциплін, а також вміння їх використовувати при аналізі економічних явищ та в практичній діяльності. Особливу увагу необхідно приділяти виявленню знань та вмінь студента аналізувати сучасні умови здійснення економічних реформ в Україні, проблеми, з якими стикаються суб'єкти господарювання в процесі здійснення своєї діяльності. Важливе значення має функція виявлення навичок вирішення практичних завдань, конкретного аналізу проблемних ситуацій на мікроекономічному рівні.

Екзамен з фаху виконує ще й важливу виховну функцію. У конкретному вираженні вона виявляється в умінні студента самостійно, логічно та послідовно висловлювати свої економічні переконання, здійснювати самоконтроль та критично оцінювати свої знання та навички.

Екзамен з фаху за напрямом 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», за умов всебічного аналізу його результатів, дозволяє найбільш вичерпно з'ясувати позитивний досвід та недоліки в організації, змісті та методиці викладання фахових економічних дисциплін, а також самостійної роботи студентів.

Все це дає можливість визначити конкретні заходи щодо удосконалення викладання фахових економічних дисциплін, накреслити шляхи поліпшення взаємозв'язку та спадкоємності в їх викладанні.

Отже, екзамен з фаху виступає засобом всебічного впливу на особистість студента та має контрольну, пізнавальну та виховну функції.

1.3 ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ ЗА НАПРЯМОМ 6.030504 «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА», СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»

Організаційна підготовка до екзамену з фаху проводиться згідно процедури, визначеної розпорядчими документами університету. Кафедра економіки та фінансів разом з навчальним відділом, деканатом факультету ФЕМ організує підготовку до екзамену з фаху за заздалегідь розробленим планом.

Для підготовки та складання екзамену з фаху виділяється не менше п'яти навчальних днів, протягом яких організовується читання оглядових лекцій, проведення групових та індивідуальних консультацій.

1.4 ФОРМУВАННЯ ЕКЗАМЕНАЦІЙНИХ КОМІСІЙ (ЕК)

Екзаменаційна комісія організовується щорічно і діє упродовж календарного року.

До складу ЕК входять голова і члени комісії. Голова ЕК призначається наказом ректора з числа провідних фахівців у відповідній галузі, провідних науковців відповідного напрямку наукової діяльності, науково-педагогічних (педагогічних) працівників відповідної спеціальності. Головою ЕК не може призначатись особа, яка є працівником університету.

Одна і та сама особа може призначатись головою ЕК, як правило, не більше трьох років поспіль.

Пропозиції щодо кандидатур голів комісій завідувачі випускових кафедр подають до навчального відділу до 1 листопада, а пропозиції щодо персонального складу комісій – до 10 грудня поточного навчального року.

До складу ЕК входять: представник адміністрації університету (ректор, проректор, декан факультету або його заступник, начальник навчального відділу), завідувачі кафедр, професори, доценти (викладачі) випускових кафедр,

провідні фахівці з виробництва. У разі необхідності до участі в роботі ЕК можуть залучатися професори і доценти інших кафедр. Секретаря ЕК призначають з числа викладачів або навчально-допоміжного персоналу випускової кафедри. Секретар не є членом ЕК.

Кількість членів ЕК – не більше чотирьох осіб. В окремих обґрунтованих випадках, на підставі письмового подання завідувача випускової кафедри, кількість членів ЕК може бути збільшена до шести осіб.

Персональний склад ЕК затверджує наказом ректор не пізніше, ніж за місяць до початку її роботи.

1.5 ОBOB'ЯЗКИ ГОЛОВИ ТА СЕКРЕТАРЯ ЕК

Голова ЕК зобов'язаний:

- ознайомити всіх членів ЕК з їх правами та обов'язками;
- довести до членів ЕК основні завдання та вимоги щодо атестації здобувачів, критерії оцінювання, розклад роботи ЕК, особливості організації та проведення атестації;
- забезпечити роботу ЕК відповідно до затвердженого розкладу;
- обов'язково бути присутнім на засіданнях ЕК під час проведення атестації та обговорення її результатів, виставлення оцінок, прийняття рішення щодо присудження здобувачу відповідного ступеня вищої освіти та присвоєння відповідної кваліфікації;
- розглядати звернення здобувачів з питань проведення атестації та приймати відповідні рішення;
- контролювати роботу секретаря ЕК щодо підготовки необхідних документів;
- скласти звіт про результати роботи ЕК та після обговорення його на заключному засіданні подати до навчального відділу університету.

Секретар ЕК зобов'язаний:

- доводити до відома голови і членів ЕК інформацію, що стосується її роботи;
- вести протоколи засідань ЕК;
- забезпечувати правильне і своєчасне оформлення документів, пов'язаних з роботою ЕК.

1.6 ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПОРЯДОК АТЕСТАЦІЇ СТУДЕНТІВ

Екзаменаційні комісії працюють у терміни, визначені графіком навчального процесу. Графік роботи ЕК затверджує ректор або перший проректор.

Розклад роботи ЕК, узгоджений з її головою, затверджує перший проректор на підставі подання декана факультету за пропозицією завідувачів випускових кафедр. Його доводять до загального відома не пізніше, ніж за місяць до початку проведення атестації.

Затверджені оригінали графіка та розкладу роботи ЕК подають до навчального відділу не пізніше, ніж за місяць до початку проведення атестації.

До атестації допускаються здобувачі, які виконали усі вимоги навчального плану.

До початку роботи ЕК декан факультету подає секретарю ЕК:

- витяг з наказу по університету про затвердження персонального складу ЕК;

- розклад і графік роботи ЕК;

- списки студентів (за навчальними групами), допущених до атестації;

- зведену відомість, завірену деканом факультету, про виконання здобувачами навчального плану й отримані ними протягом усього терміну навчання оцінки з теоретичних дисциплін, курсових проектів та робіт, практик;

- робочі навчальні програми з дисциплін, що виносяться на екзамени з фаху;

- екзаменаційні матеріали (екзаменаційні білети, комплексні кваліфікаційні завдання тощо), розроблені відповідно до програми екзамену з фаху;

- перелік наочного приладдя, матеріалів довідкового характеру, передбачених для використання студентами під час підготовки та відповіді на запитання екзамену з фаху, в тому числі технічні та дидактичні засоби, лабораторне обладнання;

- залікові книжки студентів;

- рекомендації випускової кафедри тощо.

Складання екзаменів з фаху проводиться на відкритому засіданні ЕК за участю не менше половини її складу за обов'язкової присутності голови комісії. Екзамен з фаху проводиться як комплексна перевірка набутих загальних та спеціалізованих професійних компетентностей студентів.

Програму екзамену з фаху, екзаменаційні білети, варіанти завдань, перелік довідкових матеріалів складають випускові кафедри. Їх на підставі протокольних рішень науково-методичної комісії та вченої ради факультету затверджує ректор (перший проректор).

Екзамени з фаху проводять за білетами, складеними в повній відповідності з навчальними програмами основних фахових дисциплін, передбачених навчальним планом. Тривалість екзаменів з фаху не повинна перевищувати 6 годин на день.

Результати складання екзаменів з фаху оцінюються за 100-бальною, національною та шкалою ECTS.

Оцінки виставляє кожен член ЕК, з урахуванням рівня теоретичної, практичної та наукової підготовки здобувача, на підставі яких виводиться усереднена підсумкова оцінка.

Рішення ЕК про оцінку знань, виявлених при складанні екзамену з фаху, про присудження студенту відповідного ступеня вищої освіти та видання йому документа про освіту, ЕК приймає на закритому засіданні відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів комісії, які брали участь у засіданні. При однаковій кількості голосів голос голови комісії є вирішальним.

Результати письмових екзаменів з фаху оголошує голова комісії після перевірки робіт не пізніше наступного робочого дня, а оцінки з усних екзаменів оголошують у день їх складання.

Повторне складання екзаменів з фаху з метою підвищення оцінки не допускається.

Студенту, який отримав підсумкові оцінки «відмінно» не менше як з 75 відсотків усіх навчальних дисциплін та індивідуальних завдань, передбачених навчальним планом, а з інших навчальних дисциплін та індивідуальних завдань – оцінки «добре», склав екзамени з фаху з оцінками «відмінно» видається документ про освіту з відзнакою.

Студента, який при складанні екзамену з фаху отримав незадовільну оцінку, відраховують з університету та видають йому академічну довідку.

Студент який не атестований у затверджений термін та не склав екзамену з фаху, має право на повторну атестацію в наступний термін роботи ЕК упродовж трьох років після закінчення університету. Перелік дисциплін, що виносяться на екзамени з фаху, для осіб, котрі не склали ці екзамени, визначається навчальним планом, який діяв у рік закінчення здобувачем теоретичного курсу.

У цих випадках наказом ректора за поданням декана факультету здобувача поновлюють до числа студентів на контрактних умовах на період складання екзамену з фаху.

Студентам, які не склали екзамени з фаху з поважної (документально підтвердженої) причини, ректор університету може продовжити термін навчання до наступного терміну роботи ЕК для складання екзаменів з фаху, але не більше, ніж на один рік.

З метою належної організації роботи ЕК випускові кафедри:

- готують приміщення для роботи ЕК, необхідну документацію й технічні засоби для проведення екзамену з фаху;
- регулярно, не менше двох разів за період роботи ЕК, обговорюють на своїх засіданнях питання щодо організації та проведення екзамену з фаху.

2. ПОРЯДОК ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ПРОВЕДЕННЯ ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ ЗА НАПРЯМОМ 6.030504 «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА», СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»

2.1 ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОВЕДЕННЯ ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ

До екзамену з фаху за напрямом 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» допускаються студенти, які закінчили вивчення всіх необхідних теоретичних дисциплін, склали всі заліки та іспити, захистили курсові роботи та практики згідно з навчальним планом бакалавра.

В процесі підготовки до здачі екзамену, студенту необхідно користуватися відповідною програмою іспиту з фаху, підготовленою кафедрою і затвердженою Вченою радою ФЕМ.

Екзамен з фаху за напрямом 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» проводиться в усній формі з попередньою реєстрацією короткого змісту відповідей на підготовлених аркушах паперу, завірених штампом деканату ФЕМ. По завершенню екзамену з фаху письмові відповіді студентів здаються в архів.

Екзаменаційний білет містить два теоретичних питання та два практичні завдання, що дозволяє перевірити рівень засвоєння теоретичного матеріалу та набуті практичні навички студента.

Складання екзамену з фаху проводиться на відкритому засіданні ЕК за участю не менше половини її членів при обов'язковій присутності голови комісії. Засідання ЕК оформляється протоколами, які веде секретар. Тривалість засідання не повинна перевищувати шести академічних годин на день.

До початку екзамену з фаху група студентів, яка складає його згідно розкладу, в цей день, запрошується в аудиторію, де проводиться засідання ЕК. Голова ЕК вітає студентів з початком екзамену з фаху, представляє їм членів ЕК та коротко пояснює порядок їх роботи, а також оголошує час початку та закінчення екзамену з фаху. Після цього студенти отримують екзаменаційні білети.

Після завершення організаційних моментів, оголошується початок екзамену. Виходити студентам з аудиторії під час екзамену забороняється. Тривалість виконання завдань екзаменаційного білета для одного студента складає не більше 1 академічної години. Виконання студентами завдань екзамену з фаху повинно мати виключно самостійний характер. Використання додаткових джерел, зокрема будь-яких технічних засобів (крім передбачених екзаменаційним білетом), чи підказування на екзамені забороняються.

Отримавши екзаменаційний білет, студент знайомиться із змістом всіх питань та завдань. В разі сумніву щодо розуміння сформульованих у білеті питань або умов практичного завдання студент має право звернутися за поясненням до членів ЕК.

Відповідь на теоретичні питання повинна бути ґрунтовною та повністю розкривати сутність даного питання, мати всі необхідні пояснення та визначення, а також спиратися на нормативно-правову базу. При виконанні практичного завдання студент надає розгорнуту характеристику послідовності вирішення, алгоритм розрахунку та результати обчислення необхідних показників, висновок за розрахунками відповідно до поставленого питання.

Після завершення самостійної роботи над завданнями екзаменаційного білету студент повідомляє екзаменаційній комісії про свою готовність та дає розгорнуту відповідь на теоретичну частину завдань та виголошує результати за розв'язком практичної частини, що закріплені письмово. Члени екзаменаційної комісії ставлять додаткові запитання до здобувача, які дозволяють всебічно оцінити рівень його фахової підготовки. Результати оцінювання відповідей члени ЕК фіксують окремо за кожним завданням за критеріями: повна, частково

повна, неповна, відсутня відповідь, які потім заносяться у протокол засідання ЕК.

2.2 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ

Результати екзамену з фаху визначаються такими оцінками: «відмінно»; «добре»; «задовільно»; «незадовільно».

Оцінка «відмінно» – виставляється за таких умов:

- творчий підхід до засвоєного матеріалу, повнота і правильність виконання завдання;
- вміння застосовувати найбільш оптимальні принципи й методи в конкретних ситуаціях;
- глибокий аналіз фактів та подій, спроможність прогнозування результатів від прийнятих рішень;
- чітке, послідовне викладення відповіді на папері;
- вміння пов'язати теорію і практику.

Оцінка «добре» – виставляється за таких умов:

- за наявності деяких непринципових помилок несуттєвого характеру у викладі відповіді;
- переважання логічних підходів перед творчими у відповіді на питання;
- не завжди правильне прогнозування подій від прийнятих рішень;
- вміння пов'язати теорію з практикою.

Оцінка «задовільно» – виставляється за таких умов:

- репродуктивний підхід до засвоювання та викладання матеріалу;
- недостатня повнота викладення матеріалу, але при обов'язковому виконанні (можливо з несуттєвими помилками) тих завдань, що пов'язані з розв'язанням практичних задач;
- поверхове знання основного матеріалу, наявність великої кількості неточностей у викладі матеріалу;
- нечітке викладення матеріалу на папері, порушення логічної послідовності при цьому;
- труднощі при практичному втіленні прийнятих рішень.

Оцінка «незадовільно» – виставляється за таких умов:

- відсутність знань з більшої частини матеріалу, недостатнє засвоєння принципів положень курсу;
- наявність грубих, принципів помилок при практичному виконанні отриманих завдань;
- невиконання або виконання зі значними помилками тих завдань, що пов'язані з розв'язанням практичних задач;
- неграмотне і неправильне викладення відповідей на папері.

Оцінка виконання завдань екзамену з фаху здійснюється за 100-бальною шкалою з подальшим перекладом у національну 4-бальну шкалу та ECTS (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Шкала оцінювання (національна та ECTS) результатів екзамену з фаху

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Добре
75-81	C	
67-74	D	Задовільно
60-66	E	
35-59	FX	Незадовільно
1-34	F	

Загальна бальна оцінка формується на основі суми бальних оцінок за виконання окремих завдань екзаменаційного білета (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Розподіл балів згідно завдань екзаменаційного білету

Завдання	Кількість балів
№ 1	25
№ 2	25
№ 3	25
№ 4	25
Разом	100

2.3 ПІДБИТТЯ ПІДСУМКІВ РОБОТИ ЕК

Усі засідання ЕК протоколюють. В протоколи вносять оцінки, отримані на екзамені з фаху, записують запитання, особливі думки членів ЕК, рекомендують до присудження відповідного ступеня вищої освіти, присвоєння кваліфікації, а також, на який документ про освіту (з відзнакою чи без відзнаки) претендує студент.

Протоколи підписують голова та члени ЕК, які брали участь в засіданні. Помилки та виправлення в протоколах не допускаються.

За підсумками діяльності ЕК голова комісії складає звіт, який затверджують на її заключному засіданні.

В звіті відображають рівень підготовки студентів та характеристику набутих компетентностей, вказують недоліки, допущені у підготовці студентів, зауваження щодо забезпечення організації роботи ЕК тощо, також дають пропозиції, які стосуються:

- поліпшення якості підготовки студентів;
- усунення недоліків в організації проведення екзаменів з фаху.

Випускові кафедри:

- беруть участь у складанні звітів про роботу ЕК, на вимогу голови ЕК надають необхідну інформацію з організації освітнього процесу, його кадрового, навчально-методичного, матеріально-технічного та інформаційного забезпечення, заходів щодо підвищення якості підготовки студентів та освітньої діяльності на кафедрі;

- обговорюють на своїх засіданнях підсумки роботи ЕК, розробляють та впроваджують заходи щодо покращення організації проведення екзамену з фаху.

Звіт голови ЕК обговорюють на засіданні вченої ради факультету.

Оригінали протоколів засідань та звіт голови ЕК подають до навчального відділу університету упродовж п'яти робочих днів після закінчення останнього засідання ЕК.

3. ПРОГРАМА З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»

Мета дисципліни: формування здатностей самостійно мислити, приймати управлінські рішення, виконувати комплексні економічні розрахунки для ефективного здійснення господарської діяльності на рівні підприємств.

Завдання дисципліни: вивчення господарських процесів, що відбуваються у виробничо-комерційних системах підприємств; закріплення комплексу економічних знань і засвоєння досягнень теорії та практики управління підприємствами.

Предмет дисципліни: дослідження специфічних закономірностей розвитку підприємств, форм і методів управління ними, раціонального поєднання всіх елементів виробничого процесу для найефективнішого їх використання.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1. Підприємство в сучасній економічній системі. Сутність підприємництва як форми господарювання. Правові основи функціонування підприємств в Україні. Договірні взаємовідносини в підприємницькій діяльності.

Тема 2. Види підприємств, їх організаційно-правові форми. Теорія підприємства. Види й організаційні форми підприємств. Об'єднання підприємств.

Тема 3. Зовнішнє середовище функціонування суб'єкта господарської діяльності. Сутність та характерні риси зовнішнього середовища підприємства. Характеристика складових частин зовнішнього середовища. Ринок як визначальна складова частина зовнішнього середовища. Державне регулювання діяльності підприємства. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства.

Тема 4. Управління підприємством. Сутність, функції та принципи управління підприємством. Методи управління суб'єктами господарювання. Організаційні структури управління підприємствами, їх типи, принципи побудови. Виробнича структура підприємства.

Тема 5. Планування діяльності підприємства. Методичні основи планування та прогнозування. Стратегічні плани підприємства. Поточне та оперативне планування. Бізнес-плани підприємства.

Тема 6. Необоротні активи підприємства. Економічна сутність та склад необоротних активів підприємства. Сутність, склад і структура основних засобів та інших необоротних активів. Склад та характеристика нематеріальних активів підприємства, їх вплив на конкурентоспроможність його продукції на ринку.

Тема 7. Оборотні активи підприємства. Поняття, складі структура обігових коштів підприємства, їх кругообіг. Нормування обігових коштів підприємства. Показники ефективності використання обігових коштів підприємства та шляхи прискорення їх оборотності.

Тема 8. Персонал підприємства, його продуктивність праці. Поняття, класифікація та структура персоналу підприємства. Кадрова політика і система управління персоналом. Показники наявності та використання персоналу. Визначення чисельності персоналу та нормування праці.

Тема 9. Оплата праці на підприємстві. Поняття та структура заробітної плати. Тарифна система оплати праці. Форми та системи оплати праці. Розрахунок середньої заробітної плати, нарахування та утримання із заробітної плати.

Тема 10. Виробнича програма та збут продукції. Основні показники виробничої програми підприємства. Формування якості продукції. Забезпечення конкурентоспроможності продукції. Маркетингова діяльність підприємства.

Тема 11. Організація виробництва продукції (надання послуг). Організація виробничих процесів і виробничих циклів. Типи виробництв. Методи організації виробничих процесів.

Тема 12. Витрати підприємства. Суть витрат, їх класифікація. Собівартість продукції та її види. Калькулювання собівартості. Визначення точки беззбитковості. Напрями зниження витрат підприємства.

Тема 13. Ціна продукції. Ціноутворення в умовах ринку. Економічна сутність та функції цін. Види та структура ціни. Методи встановлення цін.

Тема 14. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства. Капітал підприємства та його види. Фінансова діяльність підприємства. Дохід підприємства, його суть і види. Прибуток підприємства, порядок визначення та використання. Рентабельність підприємства. Ефективність діяльності підприємства.

Тема 15. Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства. Інвестиційна діяльність: сутність, суб'єкти та об'єкти. Інновації як об'єкт інвестиційної діяльності. Характеристика інноваційних процесів на підприємстві. Інвестиційні та інноваційні проекти підприємства. Показники ефективності інвестиційних та інноваційних проектів.

Тема 16. Діагностика діяльності підприємства. Сутність діагностики підприємства: види, завдання, методи. Комплексна економічна діагностика діяльності підприємства. Діагностика ефективності управління підприємством.

Тема 17. Економічна безпека підприємства. Сутність економічної безпеки підприємства. Оцінка економічної безпеки підприємства. Санація підприємств. Банкрутство підприємств. Ліквідація збанкрутілих підприємств.

Тема 18. Економічний ризик та управління ним. Сутність економічного ризику. Оцінювання рівня ризику. Управління ризиками.

Тема 19. Розвиток підприємств: сучасні моделі, трансформація та реструктуризація. Сучасні моделі розвитку підприємств. Поняття, завдання та форми реструктуризації підприємства. Види реструктуризації. Порядок здійснення й ефективність реструктуризації суб'єктів господарювання.

3.1 ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»

1. Підприємництво в сучасній економічній системі – сутність поняття та правові основи функціонування.

2. Характеристики видів підприємств, їх організаційно-правові форми.

3. Об'єднання підприємств як одна із форм підвищення ефективності діяльності.

4. Зовнішнє середовище функціонування суб'єкта господарської діяльності.

5. Управління підприємством – суть поняття, основні функції.

6. Типи організаційних структур управління підприємством.

7. Визначення та класифікація необоротних активів підприємства.

8. Визначення та класифікація оборотних активів підприємства.

9. Персонал підприємства, його продуктивність праці.

10. Форми і системи оплати праці на підприємстві.

11. Виробнича програма та збут продукції.

12. Поняття, склад та класифікація витрат підприємства.

13. Економічна сутність ціни в умовах ринкових відносин. Класифікація цін.

14. Методи державного регулювання цін.

15. Система факторів встановлення цін на продукцію підприємства.

16. Характеристика інноваційних процесів на підприємстві.

17. Сутність та завдання фінансової діагностики підприємства.

18. Система побудови економічної безпеки підприємства.

19. Фінансова криза на підприємстві – характеристика поняття, класифікація причин та можливі наслідки.

20. Антикризове фінансове управління підприємством.

3.2 ВІДПОВІДІ НА ЗАПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»

1. Підприємництво в сучасній економічній системі – сутність поняття та правові основи функціонування

Підприємництво – динамічний, активний елемент бізнесу, що являє собою ініціативну, самостійну діяльність, яка здійснюється на свій ризик і під свою майнову відповідальність громадянами, об'єднаннями громадян.

Соціально-орієнтована ринкова економіка базується на поєднанні принципу свободи ринку з принципом соціальної справедливості, який реалізує держава.

Для цього держава встановлює певні рамки для вільного розвитку всіх суб'єктів господарювання на ринку (ринковий аспект), забезпечує умови конкуренції і коригує результати функціонування ринку шляхом перерозподілу доходів через податки, субвенцій і соціальні виплати (соціальний аспект).

Особлива і визначальна роль у цьому процесі належить суб'єктам господарювання, зокрема підприємствам, які в процесі своєї господарської діяльності не лише прагнуть досягти значного рівня власного економічного розвитку, а й здатні вирішити цілу низку соціально-значимих питань.

В основному є дві моделі підприємницького бізнесу:

- класична – орієнтується на максимізацію віддачі від ресурсів, які має підприємство (фірма, організація);
- інноваційна – передбачає використання будь-яких можливостей (у межах закону) для підприємництва, навіть якщо власних ресурсів для цього недостатньо.

Розвиток підприємництва означає раціоналізацію економіки, підвищення конкурентоспроможності, позбавлення від баласту ресурсів, які не використовуються або погано експлуатуються, більш повну реалізацію основного потенціалу суспільства – людини. Воно – невід'ємний елемент бізнесу і розвивається тільки там, де в суспільстві стверджуються вільна ринкова економіка.

Сутність підприємництва акумулюється у впливі ініціативної, новаторської, самостійної діяльності. Підприємець – це суб'єкт, який поєднує в собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ та їх нових якостей, нових сфер застосування капіталу. А звідси підприємництво – це тип господарської поведінки підприємців з організації розробок виробництва і реалізації благ з метою отримання прибутку і соціального ефекту.

Разом із тим підприємництво – це не будь-яка господарська діяльність, а особливий вид діяльності, і ця особливість характеризується такими відчутними (суттєвими, конкретними) ознаками.

По-перше, це самостійна діяльність, діяльність «за свій рахунок». Основою підприємницької діяльності є власність підприємця.

По-друге, це ініціативна творча діяльність. В основі здійснення підприємницької діяльності лежить власна ініціатива, творчо пошуковий, інноваційний підхід.

По-третє, це систематична діяльність. Підприємницька діяльність – повинна бути постійною, пов'язаною з відтворювальним процесом і обов'язково офіційно зареєстрованою.

По-четверте, це діяльність, яка здійснюється на власний ризик. Підприємницька діяльність здійснюється під власну економічну (майнову) відповідальність.

По-п'яте, метою цієї діяльності є одержання прибутку або власного доходу.

До основних принципів підприємництва належать:

- вільний вибір діяльності на добровільних засадах;
- залучення до підприємницької діяльності майна і засобів юридичних осіб і громадян;
- самостійне формування програми діяльності, вибір постачальників, споживачів виготовленої продукції, установлення цін відповідно до витрат виробництва із дотриманням діючого законодавства;
- вільне наймання працівників;
- залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших ресурсів, використання яких не заборонено чи не обмежено законодавством;
- вільний розподіл прибутку, що залишається після внесення платежів, установлених законодавством;
- самостійне здійснення підприємцем (юридичною особою) зовнішньоекономічної діяльності.

Суб'єктами підприємницької діяльності (підприємцями) в Україні можуть бути:

- громадяни України, інших держав, особи без громадянства, необмежені законом у правоздатності або дієздатності;
- юридичні особи всіх форм власності, встановлених Господарським кодексом України;
- об'єднання юридичних осіб, що займаються в Україні діяльністю на умовах угоди про розподіл продукції.

Не допускається заняття підприємницькою діяльністю таких категорій громадян:

- військовослужбовців;
- службових осіб органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного арбітражу, державного нотаріату;
- а також органів державної влади і управління, які покликані здійснювати контроль за діяльністю підприємств.

Для реєстрації підприємства до відповідних органів необхідно подати такі документи:

- заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації юридичної особи, яка є одночасно і заявою;
- установчі документи, які поряд з нормами чинного законодавства становлять правову основу діяльності підприємства, зокрема рішення засновників про створення юридичної особи – засновницький договір (для повного і командитного товариств) та статут підприємства (для акціонерних товариств, товариств з обмеженою і додатковою відповідальністю);
- платіжне доручення (квитанцію) про сплату збору за державну реєстрацію;
- документи, що засвідчують внесення власниками своєї частки до статутного (складеного) капіталу підприємства;
- звіт про проведення підписки на акції, який засвідчено Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку (подається у разі реєстрації відкритих акціонерних товариств).

2. Характеристики видів підприємств, їх організаційно-правові форми

При здійсненні будь-якого виду діяльності суб'єктом господарювання на ринку великого значення набувають такі його ознаки, як форма власності, правовий статус і обрана сфера господарювання, галузева приналежність, розмір, а також мета і характер діяльності з урахуванням територіальної цілісності.

Залежно від форми власності в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

- приватне підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);
- підприємство, що діє на основі колективної власності (підприємство колективної власності);
- комунальне підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;
- державне підприємство, що діє на основі державної власності;
- підприємство, засноване на змішаній формі власності (на основі об'єднання майна різних форм власності).

Залежно від приналежності капіталу в статутному фонді підприємства класифікують наступним чином:

- якщо іноземна інвестиція становить не менш як десять відсотків (10 %), воно визнається підприємством з іноземними інвестиціями;

- якщо іноземна інвестиція становить сто відсотків (100 %), воно вважається іноземним підприємством;

- якщо в статутному фонді відсутні іноземні інвестиції, таке підприємство вважається національним.

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

- унітарні;

- корпоративні.

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

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

Залежно від кількості працюючих та обсягу валового доходу від реалізації продукції за рік підприємства можуть бути віднесені до:

- малих;

- середніх;

- великих.

Малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує 50 (п'ятдесяти) осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує суми, еквівалентної 500000 (п'ятистам тисячам) євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні.

Великими підприємствами визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік перевищує 1000 (одну тисячу) осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт,

послуг) за рік перевищує суму, еквівалентну 5000000 (п'яти мільйонам) євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні.

Усі інші підприємства визнаються середніми.

З урахуванням існування ступеня залежності від іншого підприємства виділяють такі підприємства:

- головні;
- дочірні.

Відповідно до правового статусу і форми господарювання розрізняють:

- одноосібні підприємства – є власністю однієї особи, що відповідає за свої зобов'язання усім майном;

- кооперативні підприємства – добровільні об'єднання громадян з метою спільного здійснення господарської діяльності;

- орендні підприємства – засновані на договірних взаєминах щодо тимчасового володіння і користування майном;

- господарські товариства (партнерства) – підприємства або інші суб'єкти господарювання, створені юридичними особами та/або громадянами шляхом об'єднання їх майна і участі в підприємницькій діяльності товариства з метою одержання прибутку. До господарських товариств належать:

- акціонерні товариства;
- товариства з обмеженою відповідальністю;
- товариства з додатковою відповідальністю;
- повні товариства;
- командитні товариства.

Акціонерним товариством є господарське товариство, яке має статутний фонд, поділений на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості, і несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства, а акціонери несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства в межах вартості належних їм акцій. Акціонерні товариства можуть бути відкритими або закритими.

Акції відкритого акціонерного товариства можуть розповсюджуватися шляхом відкритої підписки та купівлі-продажу на біржах. Акціонери відкритого товариства можуть відчужувати належні їм акції без згоди інших акціонерів та товариства.

Акції закритого акціонерного товариства розподіляються між засновниками або серед заздалегідь визначеного кола осіб і не можуть розповсюджуватися шляхом підписки, купуватися та продаватися на біржі. Акціонери закритого товариства мають переважне право на придбання акцій, що продаються іншими акціонерами товариства.

Товариством з обмеженою відповідальністю є господарське товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається

установчими документами, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном.

Учасники товариства, які повністю сплатили свої вклади, несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах своїх вкладів.

Товариством з додатковою відповідальністю є господарське товариство, статутний фонд якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів і яке несе відповідальність за своїми зобов'язаннями власним майном, а в разі його недостатності учасники цього товариства несуть додаткову солідарну відповідальність у визначеному установчими документами однаково кратному розмірі до вкладу кожного з учасників.

Повним товариством є господарське товариство, всі учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном.

Командитним товариством є господарське товариство, в якому один або кілька учасників здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть за його зобов'язаннями додаткову солідарну відповідальність усім своїм майном, на яке за законом може бути звернено стягнення (повні учасники), а інші учасники присутні в діяльності товариства лише своїми вкладками (вкладники).

Залежно від мети і характеру діяльності підприємства поділяються на:

- комерційні підприємства – мають за мету отримання прибутку;
- некомерційні – підприємства невиробничої сфери, метою яких не є отримання прибутку (кредитні спілки, благодійні організації тощо).

Залежно від порядку заснування об'єднання підприємств утворюються як:

- господарські об'єднання;
- державні чи комунальні господарські об'єднання.

Господарське об'єднання – об'єднання підприємств для спільного здійснення господарської діяльності, яке утворюється на добровільних засадах за ініціативою підприємств, незалежно від їх виду.

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

3. Об'єднання підприємств як одна із форм підвищення ефективності діяльності

Залежно від організаційно-правової форми господарські об'єднання утворюються як:

- асоціації;
- корпорації;
- консорціуми;
- концерни;
- інші об'єднання підприємств, передбачені законом.

Асоціація – договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності об'єднаних підприємств шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб його учасників. Асоціація не має права втручатися у господарську діяльність її підприємств-учасників. За рішенням учасників вона може бути уповноважена представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями.

Корпорацією є договірне об'єднання, створене на основі інтеграції виробничих, наукових і комерційних інтересів об'єднаних підприємств з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації.

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

Концерном є статутне об'єднання підприємств, а також інших організацій, на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання, з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та іншої діяльності. Учасники концерну наділяють його частиною своїх повноважень, у тому числі правом представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями. Учасники концерну не можуть бути одночасно учасниками іншого концерну.

Державні і комунальні господарські об'єднання утворюються переважно у формі корпорації чи концерну, незалежно від його найменування (комбінат, трест тощо).

Трест – монополістичне об'єднання підприємств, які до процесу інтегрування належали різним підприємцям, в єдиний виробничо-господарський комплекс. При цьому об'єднані підприємства повністю втрачають свою юридичну і господарську самостійність, оскільки інтегруються усі напрямки і види їх діяльності.

Картель – договірне об'єднання підприємств переважно однієї галузі для здійснення спільної комерційної діяльності – регулювання збуту виготовленої продукції.

Синдикат – організаційна форма існування різновиду картельної угоди, що передбачає реалізацію продукції учасників через створення спільного збутового органу або збутової мережі одного з учасників об'єднання. Така форма об'єднання підприємств є характерною для галузей з масовим виробництвом однорідної продукції (об'єднує однорідні підприємства, централізуючи збут і постачання продукції).

Асоційовані підприємства (господарські організації) – це група суб'єктів господарювання-юридичних осіб, пов'язаних між собою відносинами економічної та/або організаційної залежності у формі участі в статутному фонді та/або управлінні.

Холдинговою компанією є суб'єкт господарювання, що володіє контрольним пакетом акцій дочірнього підприємства. Між холдинговою компанією та її дочірніми підприємствами встановлюються відносини контролю-підпорядкування. Якщо з контролюючим підприємства дочірнім підприємством було укладено і здійснено не вигідні для нього угоди або операції, то контролююче підприємство повинно компенсувати завдані дочірньому підприємству збитки. Якщо дочірнє підприємство з вини контролюючого підприємства опиниться у стані неплатоспроможності і буде визнано банкрутом, то субсидіарну відповідальність перед кредиторами дочірнього підприємства нестиме контролююче підприємство.

Законом можуть визначатися й інші форми об'єднання інтересів підприємств, такі як союзи, спілки, асоціації підприємців тощо.

4. Зовнішнє середовище функціонування суб'єкта господарської діяльності

Зовнішнє середовище – це сукупність господарських суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних та міждержавних умов і чинників, що діють у глобальному оточенні.

Зовнішнє середовище будь-якого підприємства можна визначити як сукупність двох сфер: макросередовища та мікросередовища.

Макросередовище складається з елементів, які не знаходяться у зв'язку з підприємством постійно, але впливають на формування загальної атмосфери бізнесу. Це середовище непрямих контактів підприємства. До його елементів належать:

- економічне середовище;
- політичне середовище;
- соціальне середовище;
- природне середовище;
- технологічне середовище;

- екологічне середовище та ін.

Мікросередовище – це середовище, елементи якого прямо і постійно впливають на діяльність підприємства.

До елементів мікросередовища відносяться:

- постачальники;
- посередники;
- споживачі;
- конкуренти;
- робоча сила;
- державні органи.

Залежно від характеру впливу зовнішнє середовище поділяють на середовище прямої (мікросередовище) та непрямой (макросередовище) дії.

Зовнішнє середовище є складним, мінливим, взаємозалежним і, як правило, невизначеним.

1. Складність зумовлена великою кількістю факторів, на які організація мусить реагувати, а також рівнем варіативності кожного з них. Чим більше факторів впливає на діяльність організації, тим складніше їй спрогнозувати зміни у зовнішньому середовищі та досягати своїх цілей.

2. Мінливість – швидкість зміни оточення організації. В одних організаціях зовнішнє середовище дуже швидко змінюється (комп'ютерні технології, електронна, хімічна, фармацевтична промисловість, біотехнології), а в інших воно менш рухливе (у підприємств харчової, деревообробної промисловості тощо). Крім того, в межах одного підприємства більш рухливим є середовище для одних підрозділів, зокрема, науково-дослідних, маркетингових відділів, і менш рухливим – для інших, наприклад, виробничих.

3. Взаємозалежність факторів (зміна одного фактору спричиняє зміни інших). Наприклад, зростання цін на енергоносії зумовлює стрибок цін на всі види продукції, а особливо на ті, у собівартості яких енерговитрати займають велику частку. Це може призвести до ослаблення конкурентних позицій фірм, які виготовляють дану продукцію. Водночас таке становище змушує виробників шукати та розробляти енергозберігаючі технології.

4. Невизначеність – необмежена кількість інформації про зовнішнє середовище і ймовірність її недостовірності. Організації, прагнучи знизити рівень невизначеності зовнішнього середовища, можуть застосовувати дві стратегії - пристосуватись до змін або впливати на середовище з метою зробити його сприятливішим для свого функціонування.

Загальний стан зовнішнього середовища може бути визначеним за допомогою таких груп чинників:

1. Стан економіки та ринків (економічні фактори): характер економіки та економічних процесів (у тому числі інфляція або дефляція); система оподаткування та якість «економічного законодавства» (в тому числі можливості вивезення прибутків); масштаби економічної підтримки окремих галузей (підприємств); загальна кон'юнктура національного ринку; розміри та темпи зростання чи зменшення ринку (взагалі); розміри та темпи зростання сегментів

відповідно до інтересів фірми; стан фондового ринку; інвестиційні процеси; ставки банківського проценту; система ціноутворення та рівень централізовано регульованих цін; вартість землі.

2. Діяльність уряду (політико-інституційні фактори): стабільність уряду; державна політика приватизації/націоналізації; державний контроль і регулювання діяльності підприємств (узагалі); рівень протекціонізму (взагалі); зростання/зменшення значення уряду як замовника; міждержавні угоди з іншими урядами; рішення уряду щодо підтримки окремих галузей підприємств (пріоритети); вимоги забезпечення рівня зайнятості; державна політика щодо забезпечення ресурсами окремих галузей і підприємств; рівень корупції державних структур; рівень економічної свободи держави (згідно з міжнародними оцінками).

3. Структурні тенденції: структура галузей національної економіки; виникнення нових галузей; згортання діяльності «застарілих» галузей; вплив міжнародного розподілу праці на діяльність окремих галузей і підприємств (у тому числі вплив антимонопольного законодавства); зміни оптимальних розмірів підприємств.

4. Науково-технічні тенденції: «технологічні прориви» (де саме); скорочення або продовження «життєвого циклу» технологій; питома вага наукоємних виробництв і продукції; вимоги до науково-технічного рівня виробництва, що забезпечує конкурентоспроможність; вимоги до кваліфікації кадрів високотехнологічних виробництв; вимоги до науково-технічного рівня конкурентоспроможної продукції.

5. Природно-екологічна складова: природно-кліматичні умови; територіальне розміщення корисних копалин і природних ресурсів; розміщення великих промислових і сільськогосподарських центрів; законодавство з економічних питань (можливість змін і обмеження, що ними зумовлені); стан екологічного середовища та його вплив на виробництво.

6. Тенденції ресурсного забезпечення: структура і наявність національних ресурсів; імпорту/експорту; рівень дефіцитності ресурсів, що споживаються наявними підприємствами; доступність ресурсів (ціни та витрати на перевезення).

7. Демографічні тенденції: кількість потенційних споживачів (структура населення, зміни в окремих групах та в їх доходах); наявна та потенційна кількість робочої сили; кваліфікаційні характеристики робочої сили (якість робочої сили).

8. Соціально-культурна складова: сприяння/недовіра до приватного бізнесу; відносини «підприємство - громадські організації»; «економічний націоналізм», ставлення до іноземців; профспілкова активність і вплив профспілок на формування громадської думки.

9. Несподіванки стратегічного характеру і можливі горизонти стратегічного планування (основний перелік та часові оцінки).

10. Міжнародне середовище (по окремих країнах): структура господарства країни; характер розподілу доходів; середній рівень заробітної платні; вартість транспортних послуг; інфляція та ставки банківського процента; обмінний курс валюти відносно країни-партнера; рівень податків.

5. Управління підприємством – суть поняття, основні функції

Управління в широкому розумінні – це діяльність, спрямована на координацію роботи інших людей (трудових колективів), яка є складною системою. Диференціація та координація управлінської праці, формування рівнів управління здійснюються за допомогою вертикального поділу праці.

Загальні принципи управління підприємством, що закріплені в Господарському кодексі:

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

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

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

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

До основних функцій управління відносять:

- планування;
- організацію;
- мотивацію;
- контроль.

Планування – функція управління, що визначає перспективи розвитку економічної системи та її майбутній стан, обумовлені темпами розвитку, джерелами, обраними методами і формами виробництва для досягнення сформульованої мети у вигляді конкретних планових моделей (розрахунків) завдань і показників з установленим терміном виконання.

Організація – функція управління, метою якої є формування керівної і керованої систем, а також зв'язків і відносин між ними, що забезпечують кооперування людей і знарядь праці з максимальною ефективністю протікання їх спільної трудової діяльності. Особливість функції організації стосовно інших полягає у тому, що вона є єдиною функцією, яка забезпечує взаємозв'язок і підвищує ефективність всіх інших функцій управління.

Результатом здійснення функції організації є створення на основі об'єктивних функцій управління відповідних органів управління; побудова чіткої структури апарату управління; обґрунтоване формування управлінських підрозділів; розробка положень про органи управління і посадових інструкцій; встановлення взаємозв'язків між управлінськими підрозділами; розстановка управлінських кадрів за функціональною ознакою; розробка нормативів, методик, технологічних карт тощо.

Мотивація – це стимулювання працівників до праці.

Процес контролю відбувається за такою послідовністю:

- встановлення контрольних показників (чого хоче досягти підприємство);
- заміри показників ринкової діяльності підприємства (що відбувається);
- аналіз діяльності підприємства (чому так відбувається);
- коригувальні дії (що необхідно зробити для поліпшення поточного стану).

Коригувати відхилення від нормального ходу господарської діяльності підприємства можна за допомогою різних методів, а саме: шляхом перегляду планів або модифікації цілей, перерозподілу або уточнення виробничих завдань, виділення додаткових коштів, шляхом залучення додаткового персоналу, кращим добором та навчанням кадрів, удосконаленням самого процесу управління.

Під методами управління розуміють способи впливу на окремих працівників (членів трудового колективу) чи трудові колективи в цілому, необхідні для досягнення поставлених цілей підприємства. При цьому слід чітко усвідомлювати призначення делегування повноважень і відповідальності, які несуть всі члени трудового колективу підприємства.

6. Типи організаційних структур управління підприємством

Організаційна структура управління підприємством представляє собою конструкцію підприємства з формальним чи неформальним вираженням, на основі якої здійснюється управління ним. Вона охоплює канали влади і комунікації між різними адміністративними службами та працівниками, а також потік інформації, яка передається цими каналами.

Чим досконалішою є організаційна структура управління, тим ефективніший вплив управління на процес виробництва (надання послуг). Для цього організаційна структура повинна відповідати певним вимогам, тобто бути:

- 1) адаптивною (здатною пристосуватися до змін зовнішнього середовища);
- 2) гнучкою, динамічною (здатною миттєво реагувати на зміну попиту, вдосконалення технології виробництва, появу інновацій);
- 3) адекватною (відповідною параметрам керованої системи);
- 4) спеціалізованою (функціонально замкненою у структурних підрозділах з обмеженням та конкретизацією сфери діяльності кожної керівної ланки);
- 5) оптимальною (з дотриманням раціональних зв'язків між рівнями та ланками управління);
- 6) оперативною (здатною запобігти невідворотним змінам керованої системи за час прийняття рішення);
- 7) надійною (здатною гарантувати достовірність передачі інформації);
- 8) економічною (з відповідністю адміністративних витрат вимогам підприємства);

9) простою (легкою для розуміння персоналу та пристосування до обраної форми управління й участі у досягненні мети організації).

Теорія менеджменту виділяє два класи організаційних структур управління виробництвом:

1. Бюрократичні структури.
2. Адаптивні структури.

Бюрократичні (механістичні) організаційні структури характеризуються високим рівнем розподілу праці, розвинутою ієрархією управління ланцюгом команд, наявністю численних правил і норм поведінки персоналу, добором кадрів за діловими та професійними якостями.

Адаптивні (органічні) організаційні структури розробляються та впроваджуються з метою забезпечення можливостей швидкого реагування на зміни зовнішнього середовища та впровадження нової наукомісткої технології.

Бюрократичні та адаптивні структури є крайнощами, а реальні структури реальних організацій знаходяться між ними і мають ознаки бюрократичних та адаптивних структур у різних співвідношеннях. Крім того, різним підрозділам в одній організації зазвичай властиві різні структури. Так, наприклад, керівництво крупної організації використовує у виробничих підрозділах бюрократичні структури, а в науково-дослідних – адаптивні.

7.Визначення та класифікація необоротних активів підприємства

Необоротні активи—це матеріальні і нематеріальні ресурси, що належать установі і забезпечують її функціонування і термін корисної експлуатації яких, як очікується, становить більше одного року.

Отже, необоротними є активи, що тривалий час утримуються підприємством з певною метою.

Необоротні активи відображають у балансі за статтями:

- нематеріальні активи – вартість прав користування природними ресурсами, промисловими зразками, знаками для товарів і послуг, місцем на товарній і фондовій біржі, вартість програмного забезпечення обчислювальної техніки, об'єктів промислової та інтелектуальної власності, ноу-хау, гудвілу, прав користування будинками, спорудами, внесених вкладів у статутний фонд, а також придбаних у процесі діяльності підприємства, вартість прав на здійснення окремих видів діяльності й оренду будівель (споруд, помешкань);

- незавершене будівництво – вартість незавершеного будівництва (включаючи устаткування для монтажу), що здійснюється для власних потреб підприємства, а також авансові платежі для фінансування такого будівництва;

- основні засоби – вартість власних і одержаних на умовах фінансового лізингу об'єктів і орендованих цілісних майнових комплексів, що належать до складу основних засобів згідно з відповідними положеннями (стандартами). У цій статті також наводиться вартість інших необоротних матеріальних активів;

- довгострокові фінансові інвестиції – фінансові інвестиції на період понад один рік, а також усі інвестиції, що не можуть бути вільно реалізовані в будь-

який момент. У цій статті виокремлюють фінансові інвестиції, які згідно з відповідними положеннями (стандартами) обліковують методом участі в капіталі;

- довгострокова дебіторська заборгованість, яка включає заборгованість фізичних і юридичних осіб, що не виникає в процесі нормального операційного циклу і буде погашена після 12 місяців від дати балансу;

- відстрочені податкові активи – сума податку на прибуток, що підлягає відшкодуванню в наступних періодах внаслідок тимчасової різниці між обліковою і податковою базами оцінки;

- інші необоротні активи – наводяться суми необоротних активів, що не можуть бути включені до наведених вище статей розділу «Необоротні активи».

Усі вони розділені на три групи:

1. Основні засоби.
2. Інші необоротні матеріальні активи.
3. Нематеріальні активи.

Основні засоби – це матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин наданих у користування ділянок надр (крім вартості землі, незавершених капітальних інвестицій, автомобільних доріг загального користування, бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких перевищує 6000 гривень, невиробничих основних засобів і нематеріальних активів).

Згідно з нормами Податкового кодексу поняття амортизації вживається у такому значенні: це систематичний розподіл вартості ОЗ, інших необоротних та нематеріальних активів, що амортизуються, протягом строку їх корисного використання (експлуатації).

Амортизація об'єкта основного засобу нараховується протягом строку корисного використання (експлуатації) об'єкта, встановленого платником податку, але не менше мінімально допустимого строку.

Нарахування амортизації здійснюється за прямолінійним методом, відповідно до якого розмір амортизації визначається діленням вартості, що амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів за формулою (7.1):

$$A = \frac{C_a}{T}, \quad (7.1)$$

де A – річна сума амортизаційних відрахувань; C_a – вартість об'єкта ОЗ, що амортизується; T – термін корисного використання об'єкта основних засобів (років).

Ремонт основних засобів – це відновлення фізичного зношення окремих конструктивних елементів (вузлів, деталей) і підтримання основних фондів у працездатному стані протягом усього терміну їхньої служби.

За економічним змістом ремонт можна розподілити на:

- поточний ремонт породжується випадковими поломками, що принципово не впливають на нормальне використання основних засобів. Має характер дрібних налагоджувальних робіт;

- капітальний ремонт породжується закономірним зношенням основних фондів і направлений на відновлення їх початкових експлуатаційних характеристик;

- відновний ремонт – особливий вид ремонту основних засобів, що породжується їх зруйнуванням в результаті стихійних лих, тривалої бездіяльності.

Нематеріальні активи – це право власності на результати інтелектуальної діяльності, у тому числі промислової власності, а також інші аналогічні права, визнані об'єктом права власності (інтелектуальної власності), право користування майном та майновими правами платника податку в установленому законодавством порядку, у тому числі набуті в установленому законодавством порядку права користування природними ресурсами, майном та майновими правами.

Класифікація нематеріальних активів подана на рис. 7.1

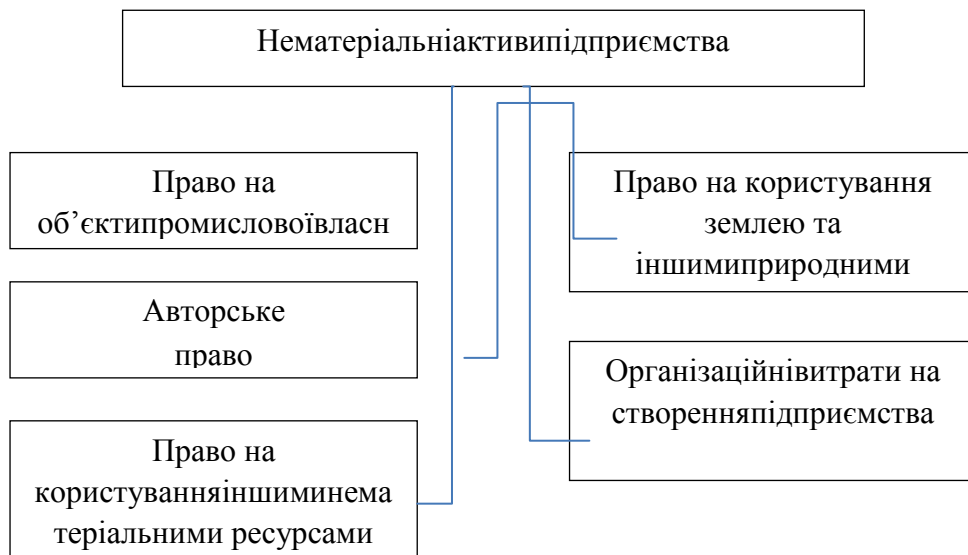


Рисунок 7.1. Визначення та класифікація оборотних активів підприємства

Оборотні активи – це активи, що обслуговують господарський процес і забезпечують його неперервність. У бухгалтерському обліку до таких активів відносять активи, які споживаються або реалізуються протягом одного операційного циклу чи протягом року. Оборотними активами підприємства є сировина, матеріали, паливо, тара, малоцінні та швидкозношувані предмети, готова продукція, ліквідні цінні папери, грошові кошти. Такі активи, як дебіторська заборгованість, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів, є досить специфічними оборотними активами, які певною мірою відображують недосконалість, незавершеність та неперервність виробничого процесу.

Оборотні активи беруть участь як у процесі виробництва, так і в процесі реалізації продукції. Активи, які використовуються у виробничому процесі протягом одного операційного циклу, повністю переносять свою вартість на

вартість виробленої продукції і часто змінюють свою початкову форму. Активи, що мають грошову форму, безпосередньо не беруть участі у процесі виробництва. Вони обслуговують кругообіг капіталу підприємства та об'єднують процеси виробництва й реалізації продукції.

Оборотні активи можна поділити на три основні складові: запаси, дебіторську заборгованість, грошові кошти та високоліквідні цінні папери.

Запаси – це активи, які утримуються підприємством для подальшого продажу для управління підприємством, споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг або перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва. Запаси включають:

- сировину, основні й допоміжні матеріали, комплектуючі вироби та інші матеріальні цінності, призначені для виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, обслуговування виробництва й адміністративних потреб;

- незавершене виробництво у вигляді не закінчених обробкою й складанням деталей, вузлів, виробів та незакінчених технологічних процесів;

- готову продукцію, виготовлену на підприємстві та призначену для продажу;

- товари у вигляді матеріальних цінностей, що придбані (отримані) та утримуються підприємством з метою подальшого продажу;

- малоцінні та швидкозношувані предмети, що використовуються протягом не більш як одного року або одного операційного циклу, якщо він триває більше за один рік.

При відпуску запасів у виробництво, продажу та іншому вибутті оцінка їх, як правило, здійснюється за одним із таких методів:

- собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО);

- собівартості останніх за часом надходження запасів (ЛІФО);

- середньозваженої собівартості;

- ціни продажу.

Оцінка запасів за методом ФІФО ґрунтується на припущенні, що запаси використовують у тій послідовності, у якій вони надходили на підприємство, тобто запаси, які першими відпускаються у виробництво (продаж та інше вибуття), оцінюються за собівартістю перших за часом надходження запасів. При цьому вартість залишку запасів на кінець звітного місяця визначається за собівартістю останніх за часом надходження запасів.

Оцінка запасів за методом ЛІФО ґрунтується на припущенні, що запаси використовують у послідовності, що є протилежною їх надходженню на підприємство, тобто запаси, які першими відпускаються у виробництво (продаж та інше вибуття), оцінюються за собівартістю останніх за часом надходження запасів. При цьому вартість залишку запасів на кінець звітного місяця визначається за собівартістю перших за часом одержання запасів.

Оцінка за середньозваженою собівартістю проводиться за кожною одиницею запасів діленням сумарної вартості залишку таких запасів на початок звітного місяця і вартості отриманих у звітному місяці запасів на сумарну кількість запасів на початок звітного місяця й одержаних у звітному місяці запасів.

Оцінка за цінами продажу основана на застосуванні підприємствами роздрібною торгівлі середнього процента торгової націнки товарів. Цей метод застосовують підприємства, що мають значну та змінну номенклатуру товарів з приблизно однаковим рівнем торгової націнки. Собівартість реалізованих товарів визначається як різниця між продажною (роздрібною) вартістю реалізованих товарів і сумою торгової націнки на ці товари. Суму торгової націнки на реалізовані товари обчислюють як добуток продажної вартості реалізованих товарів і середнього процента торгової націнки. Середній процент торгової націнки визначається діленням суми залишку торговельних націнок на початок звітної місяця і торгових націнок у продажній вартості отриманих у звітному місяці товарів на суму продажної вартості залишку товарів на початок звітної місяця та продажної вартості одержаних у звітному місяці товарів.

У бухгалтерському обліку та звітності запаси відображуються за найменшою з двох оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації. За чистою вартістю реалізації вони відображуються тоді, коли на дату балансу їх ціна знизилась або вони зіпсовані, застаріли або іншим чином втратили первісно очікувану економічну вигоду. Чиста вартість реалізації визначається за кожною одиницею запасів вирахуванням з очікуваної ціни продажу очікуваних витрат на завершення виробництва та збут.

Дебіторська заборгованість – це заборгованість перед підприємством постачальників, споживачів продукції, інших юридичних та фізичних осіб, фінансових і податкових органів.

До складу оборотних активів входять тільки поточна дебіторська заборгованість, яка виникає в процесі нормального операційного циклу або буде погашена протягом дванадцяти місяців із дати балансу.

Довгострокова дебіторська заборгованість, строк погашення якої більш як один рік, включається до складу необоротних активів.

Поточна заборгованість споживачів та постачальників є необхідним результатом операційної діяльності підприємства, має регулярний характер і пов'язана із затримками в оплаті товарів, робіт та послуг або з реалізацією продукції на умовах комерційного кредиту. Така заборгованість визнається активом одночасно з визнанням доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг і включається до підсумку балансу за чистою реалізаційною вартістю.

Чиста реалізаційна вартість відображує суму коштів, яку можна реально отримати при погашенні дебіторської заборгованості. Її визначають як різницю між загальною величиною дебіторської заборгованості та резервом сумнівних боргів, створеного за даною заборгованістю. Величину резерву сумнівних боргів розраховують виходячи з платоспроможності окремих дебіторів або на основі класифікації дебіторської заборгованості, яку здійснюють групуванням дебіторської заборгованості за строками її непогашення з установленням коефіцієнта сумнівності (коефіцієнта ризику) для кожної групи. Коефіцієнт ризику встановлює підприємство виходячи з фактичної суми безнадійної дебіторської заборгованості за попередні звітні періоди. Як правило, цей коефіцієнт зростає зі збільшенням строків непогашення дебіторської заборгованості.

Величина резерву сумнівних боргів – це сума добутків поточної дебіторської заборгованості на коефіцієнт ризику для відповідної групи. Нарахування суми резерву сумнівних боргів за звітний період відображується у складі інших операційних витрат. Якщо дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи та послуги визнається підприємством безнадійною, тобто такою, щодо якої існує впевненість про її неповернення боржником або за якою минув строк позовної давності, вона вилючається з активів з одночасним зменшенням величини резерву сумнівних боргів. Поточна дебіторська заборгованість, не пов'язана з реалізацією продукції, товарів, робіт, послуг, що визнана безнадійною, списується з балансу з відображенням втрат у складі інших операційних витрат.

Грошові кошти – це кошти в національній та іноземній валюті у касі підприємства, на поточних та інших рахунках у банках, які можуть бути використані для поточних операцій: оплати товарів, робіт і послуг, розрахунків із постачальниками, трудовим колективом, податковими органами, іншими суб'єктами ринку.

8. Персонал підприємства, його продуктивність праці

Персонал підприємства (кадри, трудовий колектив) – це сукупність працівників, що входять до його облікового складу.

Усіх працівників підприємства поділяють на дві групи:

1) промислово-виробничий персонал, зайнятий виробництвом і його обслуговуванням;

2) непромисловий персонал, зайнятий в основному в соціальній сфері діяльності підприємства.

За характером виконуваних функцій промислово-виробничий персонал (далі –ПВП) підрозділяється на шість категорій:

- робітники;
- керівники;
- фахівці;
- службовці;
- молодший обслуговуючий персонал;
- стажери (учні).

Робітники – це працівники, безпосередньо зайняті виробництвом продукції(наданням послуг), ремонтом, переміщенням вантажів, наглядом за роботою промислових агрегатів, налагодженням та обслуговуванням устаткування.

У залежності від характеру участі у виробничому процесі робітники, у свою чергу, поділяються на основних (виробляючих продукцію) і допоміжних (обслуговуючих технологічний процес). Окремо виділяють черговий та ремонтний персонал.

Керівники – особи з високою професійною підготовкою, безпосередньо зайняті управлінням виробничими процесами та підлеглими працівниками. Вони займають керівні посади на підприємств і в межах функціональних служб.

Фахівці – інженерно-технічні працівники, що виконують рядові функції управління, здійснюють технічне, організаційне, економічне керівництво виробничими процесами, а також організують діяльність промислово-виробничого персоналу. До цієї категорії відносяться інженери, економісти, бухгалтери, соціологи, юрисконсульти, нормувальники, технологи тощо.

Службовці – працівники, що здійснюють підготовку й оформлення документів, виконують адміністративно-господарську, фінансову, статистичну, обліково-бухгалтерську, інші функції обслуговування. До цієї категорії відносять діловодів, секретарів, друкарів, табельників, креслярів, копіювальників, архіваріусів, агентів тощо.

До категорії молодшого обслуговуючого персоналу відносять осіб, зайнятих обслуговуванням основного парку обладнання та устаткування, а також зайнятих обслуговуванням основних, допоміжних, чергових і ремонтних виробничих працівників.

До цієї категорії відносять також прибиральників, двірників, гардеробників, охоронців, пожежно-вартову службу.

До категорії стажерів (учнів) зазвичай відносять осіб, які набувають практичних навичок оволодіння професією на конкретному підприємстві.

Співвідношення працівників за категоріями характеризує структуру персоналу підприємства. У залежності від характеру трудової діяльності персонал підприємства підрозділяють за професіями, спеціальностями і рівнем кваліфікації.

Метою управління персоналом підприємства є підвищення ефективності виробництва та праці для досягнення максимального прибутку.

Успішне досягнення поставленої мети потребує вирішення таких завдань:

- забезпечення потреби підприємства в робочій силі відповідної кваліфікації в необхідній кількості;

- досягнення обґрунтованого співвідношення між організаційно-технічною структурою виробничого і трудового потенціалу;

- якомога повне та ефективне використання потенціалу робітника;

- забезпечення умов для високопродуктивної праці, високого рівня її організованості, вмотивованості, самодисципліни, вироблення у працівників прагнення до взаємодії та співробітництва;

- закріплення робітника на підприємстві, формування стабільного колективу;

- забезпечення реалізації бажань, потреб та інтересів працівників відносно до змісту праці, умов праці, виду занять, можливості професійно-кваліфікаційного і посадового просування, кар'єрного росту;

- балансування інтересів підприємства та його працівників, тобто економічної і соціальної складових ефективності;

- досягнення цілей управління при одночасному скороченні витрат на робочу силу.

Ефективність управління персоналом залежить від принципів та методів процесу управління. Слід зауважити, що чим більшим є підприємство, чим більше підрозділів і філій воно має, тим більшого значення набуває узгодження загальних принципів здійснення єдиного управління.

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

9. Форми і системи оплати праці на підприємстві

Функції заробітної плати такі:

- відтворювальна функція полягає в тому, що вона є джерелом відтворення робочої сили і засобом залучення людей до праці;

- регулююча функція проявляється в тому, що заробітна плата є мобілізуючим засобом розподілу і перерозподілу працездатних кадрів по регіонах країни, галузях економіки з урахуванням ринкової кон'юнктури.

Соціально-економічна сутність заробітної плати:

- стимулююча функція відіграє вирішальну роль при встановленні залежності рівня заробітної плати від кількості, якості і результатів праці;

- соціальна функція заробітної плати відтворює її призначення щодо забезпечення соціальної справедливості, соціальних пільг та гарантій, а також належної винагороди за виконувану працю.

В економічній теорії розрізняють такі види заробітної плати:

- номінальну;

- реальну.

Номінальна заробітна плата – це сума грошових коштів (грошових одиниць), яку отримують працівники за виконання визначеного обсягу робіт відповідно до кількості та якості витраченої ними праці, а також підсумкових результатів праці.

Через те, що в ринкових умовах господарювання в різних регіонах країни можуть бути встановлені різні ціни на товари, на однакову заробітну плату працівників, які виконують однотипну роботу, можна придбати різну кількість товарів. Відтак, більш точною характеристикою доходів працівників є реальна заробітна плата. Вона відображає сукупність матеріальних благ і послуг, які може придбати працівник на номінальну заробітну плату. Розмір реальної заробітної плати залежить від величини номінальної заробітної плати і рівня цін на предмети споживання і послуги. Цю залежність можна відтворити за допомогою формули (9.1):

$$I_{РЗП} = \frac{I_{НЗП}}{I_{Ц}}, \quad (9.1)$$

де $I_{РЗП}$; $I_{НЗП}$; $I_{Ц}$ – індекси реальної, номінальної заробітної плати та індекс цін.

Основна заробітна плата – це винагорода за виконану роботу відповідно до визначених норм праці (норми часу, норми виробітку, норми обслуговування, посадових обов’язків). Вона встановлюється у вигляді тарифних ставок і відрядних розцінок для робітників та посадових окладів для службовців.

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

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

Розмір мінімальної заробітної плати визначається з урахуванням:

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

- загального рівня середньої заробітної плати;

- продуктивності праці, рівня зайнятості та інших економічних умов.

Організацію оплати праці слід будувати з урахуванням таких принципів:

1. Здійснення оплати праці найманого працівника залежно від його особистого вкладу, кількості та якості витраченої праці.

2. Надання самостійності підприємству у виборі форми і системи оплати праці, а також визначенні її розміру відповідно до чинного законодавства.

3. Дотримання співвідношення в оплаті праці різних категорій і професійно-кваліфікаційних груп з урахуванням складності та престижності виконуваних робіт, а також умов праці.

4. Стимулювання підвищення організаційно-технічного рівня виробництва, зменшення собівартості і поліпшення якості продукції.

5. Регулювання системи оплати праці з тим, щоб забезпечити просте відтворення робочої сили на підприємстві.

6. Посилення соціального захисту працівників.

7. Ясність і простота способів нарахування заробітної плати.

Тарифна система оплати праці. Вона є сукупністю нормативів, за допомогою яких здійснюються диференціація і регулювання заробітної плати робітників залежно від кваліфікаційного рівня і умов їх праці.

Кваліфікаційний довідник посад керівників, спеціалістів і службовців є нормативним документом, у якому даються загальногалузеві кваліфікаційні характеристики кожної посади. За його допомогою можна визначити коло виконуваних обов'язків кожним керівником, спеціалістом і службовцем, правильно установити поділ праці між керівниками та спеціалістами, забезпечити єдність у визначенні їхніх посадових обов'язків і вимог, які до них ставляться.

Тарифна сітка є основою регулювання професійно-кваліфікаційного поділу та руху робочої сили і застосовується для визначення співвідношення в оплаті праці робітників, які виконують роботи різної складності. Вона містить певну кількість розрядів і відповідних їм тарифних коефіцієнтів.

Тарифний розряд характеризує рівень складності робіт і ступінь кваліфікації робітників.

Тарифний коефіцієнт, що відповідає певному розряду, показує, у скільки разів рівень оплати робіт (робітника), віднесених до певного розряду, перевищує рівень оплати робіт (робітника), віднесених до I розряду, тарифний коефіцієнт якого дорівнює 1.

Співвідношення між тарифними коефіцієнтами, які відповідають крайнім розрядам тарифної сітки, звичайно називається діапазоном тарифної сітки.

Знаючи діючу тарифну сітку і тарифну ставку I розряду, можна визначити тарифну ставку будь-якого розряду за формулою (9.2):

$$T_n = T_I \times K_n, \quad (9.2)$$

Де T_n – тарифна ставка певного розряду; T_I – тарифна ставка I розряду; K_n – тарифний коефіцієнт певного розряду.

Найбільше поширення на підприємствах різних форм власності одержали дві форми оплати праці:

- відрядна – оплата за кожну одиницю продукції чи виконаний обсяг робіт;
- почасова – оплата за відпрацьований час, але не календарний, а нормативний, який передбачається тарифною системою.

I відрядну, і почасову форми оплати праці можна представити системами (рис. 9.1).

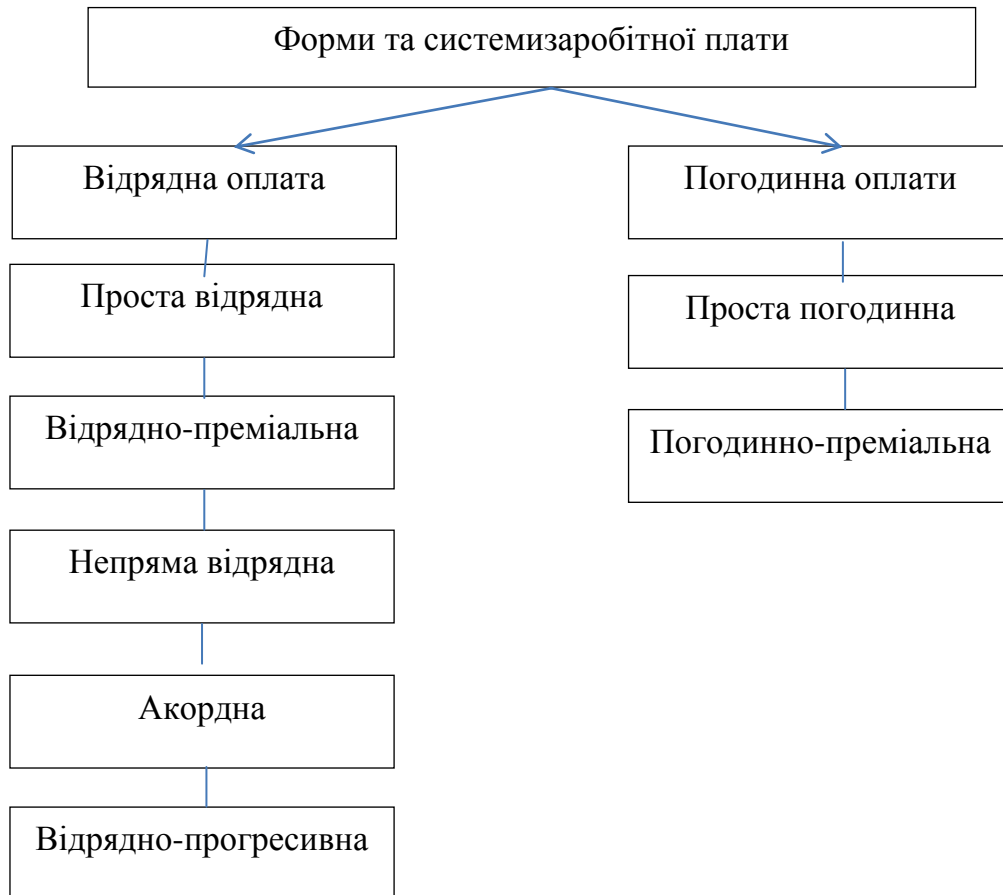


Рисунок 9.1. Форми та системи зарплати

10. Виробнича програма та збут продукції

Виробнича програма – це система завдань з виробництва і доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості і у встановлені терміни згідно з договорами поставок.

Виробнича програма включає в себе:

- план виробництва продукції (за номенклатурою, асортиментом, кількістю та терміном постачань);
- план збуту продукції;
- розрахунок виробничої потужності.

Натуральними показниками виробничої програми є обсяг продукції в натуральних одиницях за номенклатурою й асортиментом.

Номенклатура – це перелік назв окремих видів продукції.

Асортимент – це різновидність виробів у межах даної номенклатури.

Вартісними показниками виробничої програми є обсяги товарної, валової, реалізованої, чистої, умовно-чистої продукції, нормативної вартості обробки, валового і внутрішньозаводського обороту, обсяг незавершеного виробництва.

Валова продукція – сумарний обсяг у вартісному вираженні закінчених і незакінчених промислових виробів та робіт, призначених для реалізації,

включно з товарною продукцією, залишками незавершеного виробництва, інструментами та технологічним оснащенням власного виробництва

Другим вимірником обсягу виробництва є товарна продукція. Вона являє собою обсяг усієї виробленої підприємством за певний проміжок часу (як правило, за рік) кінцевої продукції у грошовому виразі.

Третім вимірником кількості виробленої продукції є чиста продукція. Чиста продукція визначається або як валова продукція за мінусом матеріальних витрат і амортизаційних відрахувань, або як сума заробітної плати, яка витрачена на створення продукції, та прибутку підприємства від продажу вироблених товарів. Інакше кажучи, це аналог національного доходу на рівні підприємства.

Четвертим вимірником кількості проданого підприємством товару є реалізована продукція. Вона визначає обсяг продукції, яка продана підприємством за певний період і за яку сплачено покупцем, у грошовому еквіваленті.

При плануванні виробничої програми необхідно використовувати такі матеріали:

- перспективний план виробництва продукції і послуг;
- результати вивчення поточного попиту на продукцію;
- державний контракт і державне замовлення на продукцію підприємства (за умови їх наявності);
- прогноз потреби в продукції підприємства, який складається на підставі досліджень змін ринкових елементів у часі, тобто попиту, пропозиції, ціни, кількості конкурентів тощо;
- договори на виробництво та поставку продукції, що укладаються в результаті вільного продажу виробів на гуртових ярмарках;
- дані про залишки нереалізованої продукції в попередньому періоді;
- заходи щодо спеціалізації та кооперування виробництва;
- заходи щодо збільшення виробничих потужностей підприємства.

Планування виробничої програми в натуральному виразі передбачає:

- визначення номенклатури та асортименту продукції, яка випускається;
- розрахунок потреби в продукції, обсягу виробництва за календарними періодами року;
- обґрунтування планових обсягів виготовлення продукції виробничою потужністю, матеріальними і трудовими ресурсами.

Виробнича програма будь-якого підприємства повинна бути обґрунтована наявними виробничими ресурсами (виробничими фондами, трудовими і матеріальними ресурсами), а також виробничою потужністю підприємства.

Отже, виробнича потужність— це максимально можливий випуск продукції на підприємстві за умови виконання завдань з номенклатури, асортименту,

якості і максимального завантаження устаткування і виробничої площі, використання сучасних технологічних процесів і форм організації виробництва і праці на основі прогресивних норм використання матеріальних і трудових ресурсів.

По суті, виробнича потужність – це максимальна виробнича програма. Розрахунок виробничої потужності підприємства необхідний для:

- обґрунтування планового випуску продукції;
- виявлення внутрішніх резервів зростання виробництва;
- складання балансу потужностей;
- визначення відповідності робочих місць і трудових ресурсів;
- оцінки потреби в кадрах;
- економічного обґрунтування рівня спеціалізації і кооперування, а також визначення обсягу необхідних капітальних вкладень.

Виробнича потужність підприємства визначається за всією номенклатурою продукції, за показниками потужності провідних цехів основного виробництва, в свою чергу потужність провідних цехів – за показниками потужності провідних дільниць, а потужність останніх – за даними пропускної здатності провідного обладнання.

Управління якістю – це дії, які здійснюються при створенні та експлуатації або споживанні продукції з метою встановлення, забезпечення та підтримання необхідного рівня її якості.

Конкурентоспроможність товарів – це здатність товарів відповідати вимогам конкурентного ринку, запитам покупців порівняно з іншими аналогічними товарами, представленими на ринку. Конкурентоспроможність визначається, з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, а з іншого – цінами, встановленими продавцем товарів. Крім того, на конкурентоспроможність впливає мода, сервіс під час продажу і після нього, реклама, імідж виробника, ситуація на ринку, коливання попиту.

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

Важливим елементом у системах управління якістю продукції є стандартизація – нормотворча діяльність, яка знаходить найбільш раціональні норми, а потім закріплює їх у нормативних документах у вигляді стандарту, інструкцій, методик та вимог до розробки продукції.

12. Поняття, склад та класифікація витрат підприємства

Витрати – це сума будь-яких витрат платника податку у грошовій, матеріальній або нематеріальній формах, здійснюваних для провадження господарської діяльності платника податку, в результаті яких відбувається

зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, внаслідок чого відбувається зменшення власного капіталу (крім змін капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власником).

Усі витрати підприємства за певний період можна поділити на дві групи: капітальні (інвестиційні) та поточні.

Капітальні – це здійснені одноразово витрати підприємства на придбання основних засобів, нематеріальних або інших активів, які використовуються тривалий час, а вартість їх відшкодовується, як правило, шляхом амортизації або включенням, у міру споживання, до витратної частини ціни.

Поточні витрати – це короткострокові витрати, що повністю списуються у той же період, в який вони сталися. Саме на підставі поточних витрат формується ціна продукції.

Операційні витрати (витрати операційної діяльності) пов'язані з виробництвом, реалізацією продукції або іншими операціями (інші операційні витрати).

Фінансові витрати спрямовані на здійснення фінансової діяльності, що включають сукупність витрат підприємства на обслуговування залученого капіталу.

До фінансових витрат належать:

- витрати на сплату процентів за користування кредитами;
- витрати на сплату доходів за облігаціями, емітованих підприємством;
- витрати, пов'язані з фінансовою орендою активів;
- інші витрати, зумовлені залученням позичкового капіталу.

Інвестиційні витрати (втрати від участі в капіталі) – кошти, витрачені на інвестиційну діяльність підприємства. До цього виду витрат належать: втрати від участі в капіталі (збитки від інвестицій в асоційовані, дочірні або спільні підприємства) та собівартість реалізації фінансових інвестицій, необоротних активів, майнових комплексів.

У процесі планування й аналізу величини спожитих за певний період операційних поточних витрат менеджери мають відповісти, у зв'язку з чим вони спожиті: витрачені на виробництво певного об'єкта (замовлення, партії продукції тощо), їх можна безпосередньо пов'язати з конкретним видом продукції, вони є продуктивними витратами і становлять собівартість продукції підприємства або мають загальний характер; витрачені в операційній діяльності на управління, маркетинг, дистрибуцію, обслуговування клієнтів тощо, є непродуктивними, невиробничими, їх не можна безпосередньо пов'язати з конкретною продукцією – це витрати періоду (адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні).

Якщо підприємство має можливість безпосередньо пов'язати витрати з конкретним видом продукції, воно визначає собівартість цієї продукції, формує витратну частину ціни і може визначитися щодо рівня привабливості певної продукції. Собівартість продукції необхідно знати при визначенні прибутку, оцінці запасів та прийнятті важливих управлінських рішень.

Собівартість продукції (витрати на продукцію) становлять виражені в грошовій формі поточні витрати підприємства на виробництво продукції. Вони пов'язані безпосередньо з виготовленням певної продукції у звітному періоді

незалежно від того, коли витрачалися кошти на придбання ресурсів для її виробництва. Категорія собівартості застосовується на стадії планування структури ціни на продукцію і рівня її привабливості (прибутковості) для підприємства.

Адміністративні витрати використовуються на обслуговування й управління підприємством.

До адміністративних витрат належать:

- загальні корпоративні витрати (організаційні витрати, витрати на проведення річних зборів, представницькі витрати тощо);
- витрати на службові відрядження й утримання апарату управління підприємства та іншого загальногосподарського персоналу;
- витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів загальногосподарського призначення (операційна оренда активів, страхування майна, амортизація, ремонт, опалення, освітлення, водопостачання, охорона);
- винагорода за професійні послуги (юридичні, аудиторські, послуги з оцінки майна тощо);
- витрати на зв'язок (поштові, телеграфні, телефонні, телекс, факс тощо);
- амортизація необоротних активів загальногосподарського призначення;
- витрати на врегулювання суперечок у судових органах;
- податки, збори та інші обов'язкові платежі (крім податків та обов'язкових платежів, які включаються до виробничої собівартості продукції);
- плата за розрахунково-касове обслуговування та інші послуги банку;
- інші витрати загальногосподарського призначення.

Витрати на збут (витрати на маркетинг) пов'язані з процесом реалізації продукції. До них належать:

- витрати пакувальних матеріалів для готової продукції на складах готової продукції;
 - витрати на ремонт тари;
 - оплата праці і комісійні винагороди продавцям, торговим агентам і працівникам підрозділів, які забезпечують збут продукції;
 - витрати на рекламу і дослідження ринку;
 - витрати на перед реалізаційну підготовку продукції;
 - витрати на службові відрядження працівників, зайнятих реалізацією продукції;
 - витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів, пов'язаних з реалізацією продукції (операційна оренда, страхування, амортизація, ремонт, опалення, освітлення, водопостачання, охорона);
 - витрати на транспортування і страхування готової продукції, транспортно-експедиційні та інші послуги, пов'язані з транспортуванням продукції згідно з договором поставки;
 - витрати на гарантійний ремонт і гарантійне обслуговування;
 - інші витрати, пов'язані з реалізацією продукції.
- До інших операційних витрат належать:
- витрати на дослідження і розробки;

- собівартість реалізованої іноземної валюти;
- собівартість реалізованих виробничих запасів;
- сума безнадійної дебіторської заборгованості і відрахування до резерву сумнівних боргів;
- втрати від операційних курсових різниць;
- втрати від знецінення запасів; втрати від псування цінностей;
- визнані штрафи, пені;
- витрати на виплату матеріальної допомоги;
- витрати на утримання об'єктів соціально-культурного призначення;
- інші витрати операційної діяльності.

Суму витрат, які увійшли до складу собівартості продукції та інших поточних витрат періоду, слід вираховувати з доходу підприємства з метою визначення фінансового результату діяльності підприємства. Викривлене, неточне відокремлення поточних витрат підприємства за певний період може призвести до помилкових рішень та неправильного оцінювання ефективності діяльності, а неточне формування собівартості продукції – до прийняття помилкових рішень стосовно привабливості виробництва певного виду продукції для підприємства.

13. Економічна сутність ціни в умовах ринкових відносин.

Класифікація цін

У самому загальному розумінні ціна – це грошове вираження вартості товару. У свою чергу, вартість визначається суспільно-необхідними витратами праці на виробництво одиниці конкретного виду продукції.

Ціна – сума цінностей, які споживач обмінює або віддає у вигляді нагороди за можливість користуватися товаром або послугою.

З точки зору виробника, основними елементами ціни є витрати і прибуток:

$$Ц = B_{um} + \Pi_p, \quad (13.1)$$

де $Ц$ – ціна за одиницю продукції (робіт, послуг); B_{um} – сукупні витрати на виготовлення одиниці продукції (робіт, послуг); Π_p – прибуток від реалізації одиниці продукції, робіт, послуг.

Рентабельність продукції (P) визначається за формулою (13.2):

$$P = \frac{\Pi_p}{B_{um}} \times 100\%. \quad (13.2)$$

Відповідно до наведених вище співвідношень ціна може бути визначена наступним чином:

$$Ц = B_{um} \times \left(1 + \frac{P}{100\%}\right). \quad (13.3)$$

У ціні фокусуються практично всі основні економічні відносини в суспільстві. Насамперед це стосується виробництва й реалізації товарів, формування їхньої вартості, а також створення, розподілу й використання грошових нагромаджень. Ціна опосередковує всі товарно-грошові відносини.

Ціноутворення є процесом формування цін на товари і послуги. Сукупність принципів формування цін складає систему ціноутворення.

У ринкових умовах ціна ніким не призначається, а формується в результаті торгу на основі взаємної угоди між продавцем і покупцем у результаті взаємодії попиту і пропозиції. Вільне ціноутворення – найважливіша ознака ринкової економіки.

Виділяють дві моделі ціноутворення:

1. Ринкове ціноутворення – функціонує на основі взаємодії попиту покупця і пропозиції продавця.

2. Централізоване державне ціноутворення – засноване на встановленні цін органами державної влади.

В Україні законодавчо встановлені наступні види цін:

- вільні (договірні);
- державно фіксовані;
- регульовані.

Вільні ціни встановлюються, виходячи з кон'юнктури ринку. У вільних цінах враховуються собівартість виробництва і прибуток без обмеження рівня рентабельності. На продукцію підприємств, що займають монопольне положення на ринку товарів і послуг і визначають масштаб цін в економіці, здійснюється державне регулювання цін.

Ціна товару, хоча і є тільки однією із складових маркетингу, виконує виключно важливу роль. По-перше, вона дозволяє покрити витрати, необхідні для виробництва продукції та її реалізації. По-друге, рівень ціни визначає прибутковість підприємства, конкурентоспроможність продукції, саме від ціни залежать досягнуті комерційні результати підприємства.

Виділяють два основні підходи до теоретичного обґрунтування економічного змісту ціни.

У межах першого підходу розглядається сукупність взаємопов'язаних принципів та закономірностей, якими керуються споживачі в процесі придбання та використання різноманітних благ з орієнтацією на найбільш якісне задоволення власних потреб.

Очевидно, що існує певний зв'язок між корисністю товару і його ціною. Цей зв'язок виражається в тому, що даремна для споживачів річ не має ціни, а з другого боку, чим вище корисність речі, тим, як правило, вище і ціна. Разом з тим на рівень ціни великий вплив має і такий чинник, як витрати виробництва.

У результаті між економістами виникла суперечка щодо того, якому з цих чинників слід віддати перевагу – корисності, цінності товару або витратам, необхідним на його виробництво.

Визнаючи однаковою мірою неправомірними спроби надати вирішальне значення в дослідженнях пропозиції (як це робили представники теорії трудової вартості і теорії чинників виробництва) або попиту (як це вважали теоретики граничної корисності), він запропонував об'єднати ці категорії в єдину систему. При цьому зміну попиту пов'язав з категорією граничної корисності, а пропозицію – з вирішальним впливом витрат виробництва.

У сучасній теорії ціноутворення центральне місце посідає теорія ціни, яка комплексно вивчає дію різних ціноутворюючих чинників, що впливають на ціни шляхом зміни попиту та пропозиції.

Рух цін у сучасному виробництві являє собою результат дії складного комплексу таких чинників, як зміни в продуктивності праці та ефективності виробництва, циклічний характер відтворення, стан грошового обігу й платіжного балансу, характер державного регулювання тощо.

Залежно від ознаки, встановленої за основу класифікації, можна виділити наступні види цін:

1. За характером обслуговуваного обороту:

- оптові;
- роздрібні;
- закупівельні (за якими реалізується сільськогосподарська продукція);
- кошторисна вартість (оцінюється вартість будівельних робіт);
- тарифи (вид цін на послуги житлово-комунального господарства).

2. Залежно від державного впливу:

- вільні ціни;
- регульовані ціни, в числі яких виділяють:

1) граничні ціни (лімітовані) – ціни, вище (нижче) за які підприємства не можуть встановлювати ціну на свою продукцію (послуги);

2) фіксовані – ціни, встановлені на певному рівні. Зміна цих цін можлива тільки за рішенням того органу державної влади, який їх встановив.

3. За способом встановлення і фіксації:

- тверда ціна – ціна, що встановлюється на момент підписання договору і не змінюється протягом всього терміну дії договору. Звичайно в договорі робиться обмовка про те, що ціна тверда і зміни не підлягає;

- рухома ціна – ціна, зафіксована в договорі з обмовкою про те, що вона може бути переглянута, якщо ринкові ціни на дану продукцію зміняться (ціни на промислові, сировинні, продовольчі товари, що поставляються за довгостроковими договорами);

- ковзаючі ціни – встановлюються на вироби, що вимагають тривалого терміну виготовлення. Обчислюються з моменту виконання договору шляхом

перегляду первинної договірної ціни з урахуванням змін у витратах виробництва за період часу, необхідний для виготовлення продукції (виготовлення складного промислового устаткування, суднобудування, літакобудування). Як правило, при підписанні довгострокового договору обумовлюється базис ціни і можливий відсоток ковзання.

4. З урахуванням чинника часу:

- постійні ціни – ціни, що не змінюються під впливом чинника часу;
- сезонні ціни – ціни, що встановлюються на товари, які мають сезонний характер. Визначаються шляхом вживання знижок від первинної продажної ціни, яка діє протягом певного періоду часу;
- східчасті ціни – ряд цін на продукцію, які послідовно знижуються в наперед обумовлені моменти часу за заздалегідь визначеною шкалою.

5. За способом отримання інформації про рівень цін:

- довідкові ціни – публікуються в каталогах, довідниках, економічних журналах, спеціальних економічних оглядах. Використовуються як орієнтовна інформація при встановленні цін на аналогічну продукцію;
- преїскурантна ціна – вид довідкової ціни, публікованої в преїскурантах фірм-продавців;
- розрахункова ціна – застосовується при визначенні ціни на нестандартну продукцію, що виробляється за індивідуальними замовленнями і розраховується виробником для кожного замовлення окремо з урахуванням якісних і технічних особливостей даного виду продукції.

6. Залежно від виду ринку:

- аукціонні ціни – ціни публічного продажу за максимально запропонованим рівнем на заздалегідь оглянуту покупцем партію товару (лот). Ціна встановлюється в результаті зміни співвідношення між попитом і пропозицією;
- біржові котирування – ціни на однорідний вид товару, що реалізується через біржу. Ціна біржового товару формується на основі біржового котирування і надбавок або знижок залежно від якості товару, відстані товару від місця поставки, передбаченого біржовим контрактом, і т.д.;
- ціни торгів – ціни особливої форми торгівлі, заснованої на видачі замовлень на поставку товару або виробництво певних робіт (отримання підрядів) за наперед оголошених в спеціальному документі – тендері умовам. Замовнику пропонується декілька проектів по виконанню певного виду робіт з яких він згодом обирає для себе самий оптимальний, у тому числі і за ціною.

7. Внутрішньо-фірмові або трансфертні ціни – ціни, вживані всередині підприємства при реалізації продукції між підрозділами підприємства, а також між різними підприємствами, що входять в одну асоціацію, організаційну форму.

8. За умовами поставки:

- франко-склад продавця;
- франко-склад покупця.

Термін «франко» (від італ. «franko») буквально означає «вільний», а стосовно підприємницької діяльності «вільний від оплати».

Термін «франко» означає, до якого пункту на шляху проходження товару від продавця до покупця постачальник відшкодовує транспортні витрати (транспортні, вантажно-розвантажувальні витрати, страхування).

Залежно від територіальної диференціації ціни підрозділяються на:

- єдині (загальнодержавні);
- регіональні;
- зональні;
- поясні.

Єдині ціни встановлюються державними органами на окремі товари й послуги на всій території держави (наприклад, тарифи на залізничні перевезення, електроенергію та ін.).

Регіональні ціни встановлюються місцевими органами влади на окремі товари, роботи, послуги (наприклад, вартість проїзду в міському транспорті, тарифи на житлово-комунальні послуги та ін.).

Зональні ціни встановлюються на продукцію видобувних галузей промисловості з урахуванням різного рівня собівартості видобутку в тих або інших природно-географічних умовах (наприклад, ціни на залізну, марганцеву та інші руди, вугілля, нафту й т.п.).

Поясні ціни встановлюються по районах (поясах) споживання продукції з урахуванням місця її виробництва й витрат на транспортування в інші райони (наприклад, ціни на вино, овочеві консерви й т.п.). Пояси визначає держава, але вони можуть складатися стихійно, коли певні види товарів не виробляються в даному регіоні.

14. Методи державного регулювання цін

Можна виділити три ступеня впливу держави на процес формування цін:

1. Фіксація цін. Держава застосовує такі основні способи фіксації цін:

1) використання цін преїскурантів. Преїскуранти цін на товари і послуги – це офіційна збірка цін і тарифів, що затверджується і видається міністерствами, відомствами, державними органами ціноутворення. Кількість цін, встановлених за допомогою преїскурантів, може бути різною – до 100 % в умовах жорсткого тотального контролю держави за рівнем цін і незначним, близьким до нуля – у випадках переважно ринкового способу ціноутворення. За допомогою преїскурантів звичайно регулюються ціни підприємств-монополістів на електроенергію, газ, нафту, комунальні послуги, транспорт. Встановлення цих цін викликає мультиплікаційний ефект в економіці, тому їх фіксація на певному рівні сприяє стабілізації економічної ситуації і визначає ступінь стабільності цін у

всіх інших сферах. Найважче – визначити рівень, на якому повинна бути зафіксована ціна в преїскуранті. Встановлення цін на рівні вище ринкової ціни призводить до надлишку пропозиції на ринку, на рівні нижче ринкової ціни – до дефіциту;

2) встановлення монопольних цін. Держава фіксує ціни підприємств, які займають домінуюче положення на ринку, що дозволяє державі вирішальним чином впливати на конкуренцію, забезпечення доступу на ринок і рівень цін. Але державне регулювання обмежує свободу дій інших учасників ринку. Вирішити питання про те, чи є дане підприємство домінуючим чи ні, допомагає антимонопольне законодавство. Згідно з українським законодавством, підприємство займає домінуюче (монопольне) положення, якщо його частка на ринку складає від 35 до 65 %;

3) заморожування цін. Даний підхід використовується у разі виникнення диспропорцій в цінах або кризових ситуацій в економіці і проводиться виключно в цілях стабілізації положення. Доцільним вважається вживання заморожування цін тільки в короткостроковому періоді.

2. Встановлення граничного рівня цін (верхнього або нижнього ліміту цін). Це означає введення фіксованих коефіцієнтів по відношенню до преїскурантних цін, використання граничних надбавок, регламентацію основних параметрів формування цін (порядок формування витрат, максимальний розмір прибутку, розмір і структура податків), встановлення максимального розміру разового підвищення цін, визначення і регулювання цін на продукцію і послуги державних підприємств.

3. Регулювання системи вільного ціноутворення. Таке регулювання відбувається за рахунок законодавчої регламентації діяльності учасників ринку у сфері ціноутворення і обмеження несумлінної конкуренції. Даний спосіб дії держави на процес ціноутворення полягає у введенні ряду заборон:

- заборони на демпінг – заборони на продаж товару нижче за собівартість його виробництва з метою усунення конкурентів. Цей спосіб особливо актуальний, якщо на ринку діє лідер, який прагне витіснити конкурентів або не припустити їх проникнення на даний ринок. Крім того, така заборона широко застосовується в практиці міжнародної торгівлі з метою запобігання проникненню на ринок агресивних імпортерів продукції, які мають низькі витрати виробництва;

- заборони на несумлінну цінову рекламу – подібна реклама створює у споживачів ілюзію зниження цін і має на меті залучення їх уваги до товару;

- заборони на вертикальну фіксацію цін – заборони виробникам диктувати свої ціни посередникам, оптовій і роздрібній торгівлі;

- заборони на горизонтальну фіксацію цін – заборони на угоду декількох виробників про підтримку цін на продукцію на певному рівні у випадку, якщо сукупна частка ринку цих виробників забезпечуватиме їм домінуюче положення на ринку. Подібне обмеження особливо актуальне при олігополістичному ринку.

Проте це обмеження легко ігнорувати, наприклад, якщо підприємства – олігополісти домовляться між собою не про єдину ціну, а про єдину методику нарахування витрат і визначення ціни на кінцеву продукцію.

Також розрізняють пряму і непрямую дію держави на ціни.

Пряме (адміністративне) втручання (прямий метод) – означає участь держави у формуванні рівня цін, встановлення певних правил ціноутворення. Держава визначає порядок нарахування собівартості, уточнює склад витрат, які відносяться до собівартості, визначає витрати, що відшкодовуються з прибутку. Виділяють наступні форми прямого втручання держави в процес ціноутворення:

- встановлення фіксованих цін і тарифів;
- встановлення верхніх і нижніх меж ціни;
- заморожування цін на окремі види товарів (тарифів на послуги);
- встановлення граничного нормативу рентабельності при встановленні цін на продукцію підприємств-монополістів;
- встановлення граничних розмірів постачальницько-збутових і торгових надбавок і націнок;
- встановлення рекомендаційних цін на найважливіші види продукції.

Якщо ціна перевищує рівень, що рекомендується, тоді може застосовуватися прогресивне оподаткування прибутку, одержаного від реалізації цих товарів (така практика має місце в деяких зарубіжних країнах, наприклад: в Японії, США та ін.).

Непрямий метод – здійснюється шляхом вживання пільгового оподаткування, пільгового кредитування, субсидування, датування. Можна виділити такі форми непрямой дії:

- державне фінансування науково-дослідних робіт, пов'язаних з розробкою і виробництвом нових видів продукції (послуг), що мають соціальне значення;
- розробка різних урядових програм, метою яких є залучення в країну іноземних інвестицій, створення спільних підприємств і т.д.

15. Система факторів встановлення цін на продукцію підприємства

Все різноманіття чинників, що впливають на утворення цін, сучасна економіка ділить на три групи:

- 1) базові (некон'юнктурні);
- 2) кон'юнктурні;
- 3) регулюючі.

Базовими чинниками в умовах товарного ринку є різні витрати – внутрішньовиробничі та позавиробничі. Зміна цін під впливом цих чинників відбувається в тому ж напрямку, що і зміна витрат.

Кон'юнктурні чинники витікають з мінливості ринку і залежать від макроекономічних умов, споживацького попиту і т.п.

Регулюючі чинники визначаються ступенем втручання держави в економіку.

Перераховані чинники можуть сприяти як підвищенню, так і зниженню цін.

Підвищенню цін сприяють:

- спад виробництва;
- нестабільність економічної ситуації;
- монопольне положення підприємства-виробника;
- наявність ажіотажного попиту;
- збільшення загальної маси грошей, що знаходяться в обігу;
- збільшення стягуваних податків;
- збільшення виплат по заробітній платні, у тому числі і зростання ставок заробітної платні;
- прагнення підприємства до підвищення прибутку при інших незмінних обставинах;
- підвищення якості товару;
- відповідність моді;
- підвищення дефіцитності робочої сили;
- низька ефективність використання капіталу, устаткування, робочої сили, землі та ін.

Зниженню цін сприяють:

- зростання виробництва;
- технічний прогрес;
- зниження витрат виробництва і обігу;
- зростання продуктивності праці;
- загострення конкуренції;
- зниження стягуваних податків;
- зменшення числа посередників;
- зменшення бюрократичних надбудов.

Всю сукупність чинників, що впливають на процес ціноутворення, можна розділити на внутрішні й зовнішні складові.

Джерелами встановлення цін є різноманітні чинники внутрішнього й зовнішнього середовища господарювання.

Довнутрішніх факторів можна віднести:

- рекламу (чим вдаліша, оригінальніша реклама, тим ціна товарів виробника вище);
- специфіку виробленої продукції (чим вище ступінь її обробки, чим унікальніша якість, тим ціна вище);

- особливості виробничого процесу (продукція дрібносерійного й індивідуального виробництва має більш високу собівартість; товари масового виробництва мають відносно низькі витрати і не настільки високу ціну);

- ринкову стратегію й тактику виробника (орієнтація на один або кілька ринкових сегментів);

- специфіку життєвого циклу товару;

- тривалість просування товару по ланцюгу від виробника до споживача;

- якість продукції;

- організацію сервісу при продажу та в наступному періоді, після реалізації;

- обсяг ринку;

- імідж виробника як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

До зовнішніх факторів відносяться наступні:

- політична стабільність країни-виробника й держав, де відбувається збут продукції фірми;

- відсутність на вільному ринку якихось необхідних ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових);

- характер регулювання економіки державою;

- рівень та динаміка інфляції;

- обсяг і особливості існуючого й перспективного купівельного попиту;

- наявність і рівень конкуренції між виробниками однорідної продукції.

16. Характеристика інноваційних процесів на підприємстві

В результаті здійснення науково-дослідних або дослідно-конструкторських робіт одержують інноваційний продукт, а запровадження його у господарську практику визнається за інновації (нововведення).

Інноваційний продукт є результатом виконання інноваційного проекту і науково-дослідною або дослідно-конструкторською розробкою нової технології (в тому числі інформаційної) чи продукції з виготовленням експериментального зразка чи дослідної партії.

Інновації – це новостворені або вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва або соціальної сфери. Процес застосування вперше у виробництві нових наукових здобутків, тобто інновацій, започатковує інноваційну діяльність.

Інноваційна діяльність підприємств являє собою комплексний процес створення, використання і розповсюдження нововведень з метою отримання конкурентних переваг та збільшення прибутковості свого виробництва. В ринковій економіці інноваційна діяльність підприємства є найсуттєвішим чинником, який дає змогу підприємству посідати стійкі ринкові позиції і отримувати перевагу над конкурентами в тій галузі, яка є сферою його комерційних інтересів.

Прийняття і реалізація відповідних рішень щодо матеріалізації наукових здобутків характеризують сутність і становлять зміст інноваційних процесів.

Інноваційні процеси – це сукупність прогресивних, якісно нових змін, що постійно виникають у складних виробничо-господарських системах на основі використання наукових досягнень. Інноваційні процеси започатковуються певними галузями науки, а завершуються у сфері виробництва. Інноваційний процес здійснюється за схемою «наука-інновації-виробництво».

Інноваційний процес характеризується інноваційним циклом, який охоплює період від пошуку нових ідей до їхнього прикладного використання у виробництві і одержання конкретних результатів. В інноваційному процесі виділяють також життєвий цикл інновації. Це період від впровадження інновації у виробництво до припинення її використання. Отже, інноваційний цикл пов'язаний із стадією створення інновацій (новин), а життєвий цикл – із стадією практичного їхнього використання.

За своїм характером і функціональним призначенням виділяють такі нововведення:

- технічні – нові продукти, технології, конструкційні і допоміжні матеріали, устаткування;

- організаційні – нові методи форми організації всіх видів діяльності підприємств та їхніх інституціонально-добровільних об'єднань;

- економічні – методи господарського управління наукою, виробництвом та іншими сферами діяльності на основі реалізації функцій прогнозування і планування, фінансування, ціноутворення, мотивації та оплати праці, оцінки результатів діяльності;

- соціальні – різні форми активізації людського чинника, включаючи нові форми професійної підготовки персоналу, стимулювання його творчої діяльності, створення комфортних умов життя та праці;

- юридичні – нові закони й різноманітні нормативно-правові документи (акти), що визначають і регулюють усі види діяльності на підприємстві чи організації.

Замасштабністю і силою впливу на ефективність діяльності певних ланок суспільного виробництва всі інновації можна об'єднати у дві групи – локальні (окремі) та глобальні (великомасштабні).

Локальні інновації ведуть переважно до прогресивних перетворень у діяльності підприємств і справляють відповідний вплив на ефективність їхнього функціонування.

Глобальні інновації є здебільшого принципово новими, які значно підвищують технічний і організаційний рівень виробництва, забезпечують економічний і соціальний розвиток суспільства.

В інноваційній діяльності важливо враховувати життєвий цикл нововведень – проміжок часу, коли нововведення проходить шлях від виникнення ідеї до його комерційного використання, коли спостерігається активний попит населення на дане нововведення, після чого відбувається перехід нововведення до розряду рядових виробів, процесів, продуктів. У цьому випадку для забезпечення надалі конкурентних переваг підприємство обов'язково

повинно згорнути не ефективне виробництво, коли воно не має активного попиту споживачів і розпочати впровадження нового нововведення. З впровадженням нового нововведення закінчується життєвий цикл попереднього.

Необхідність інноваційної підприємницької діяльності обумовлена:

- потребами підвищення техніко-технологічного рівня виробництва;

-

збільшенням витрат і погіршенням економічних показників діяльності підприємства; моральним старінням техніки і технології;

- підвищенням ефективності виробництва на основі впровадження нової техніки;

- економічною доцільністю посилення інтенсивних факторів розвитку виробництва на основі використання досягнень науково-технічного прогресу у всіх сферах економічної діяльності;

- важливістю розвитку творчості винахідників і раціоналізаторів та використання їхніх пропозицій.

17. Сутність та завдання фінансової діагностики підприємства

Основною метою фінансової діагностики є оцінка фінансового стану підприємства. Ключовим питанням для розуміння сутності та результативності фінансової діагностики є концепція господарської діяльності, що являє собою потік управлінських рішень, які приймаються щодо вкладення ресурсів з метою отримання прибутку.

Сукупність усіх рішень які приймаються може бути зведена до трьох основних напрямів: рішення щодо вкладення ресурсів, рішення щодо проведення операцій за допомогою цих ресурсів, визначення структури фінансової діяльності. Фінансова діагностика дозволяє оцінити правильність прийнятих рішень.

В такому розумінні фінансова діагностика вирішує наступні завдання: пізнання фінансового механізму підприємства, оцінка процесів формування та використання фінансових ресурсів, загальна оцінка фінансового стану підприємства як стану його майна та коштів, визначення факторів, що впливають на зміни фінансового стану.

Результати фінансової діагностики необхідні:

- акціонерам і засновникам підприємств, яких цікавить прибутковість вкладеного капіталу;

- менеджерам підприємств для отримання достовірної оцінки ефективності управління;

- інвесторам, які вкладають капітал з метою отримання доходу, що перевищує можливий дохід при пасивному використанні капіталу;

- кредиторам, які повинні повернути позикові кошти;

- працівникам, яких цікавить можливість своєчасної сплати заробітної плати;

- постачальникам ресурсів, споживачам які потребують упевненості в своєчасних розрахунках та поставлені товари і своєчасних поставках сплачених

- органам державної влади і місцевого самоврядування, якими приймаються рішення щодо приватизації державних підприємств, ефективності

управління державним майном та державними корпоративними правами, якими збираються податки і збори, надається фінансова підтримка підприємствам;

- банківським, кредитним, іпотечним установам та страховим компаніям

для визначення можливості та доцільності кредитування, страхування підприємств.

Фінансова інформація для проведення діагностики отримується з різних джерел. Це звітність підприємств, дані оперативного, бухгалтерського, статистичного обліку. Це плани підприємств (державні та казенні підприємства складають плани діяльності в обов'язковому порядку). Це будь-яка інша інформація – аналітичні звіти, огляди фінансового стану підприємств, галузей, ринків, інформація, відображена у статистичних довідниках, галузевих збірниках, публікації в засобах масової інформації, оприлюднені відомості про господарську діяльність акціонерних товариств та інші.

Фінансова діагностика може бути внутрішньою та зовнішньою.

Внутрішня діагностика здійснюється для власних потреб, внутрішніх (оцінки фінансового стану), визначення можливості отримання позикових коштів.

Зовнішня діагностика проводиться контрагентами, інвесторами, банками, страховиками, державними органами.

Основною інформаційною базою для проведення фінансового аналізу є баланс підприємства, звіт про фінансові результати діяльності, рух грошових коштів, вух власного капіталу та додатки до нього.

Основними завданнями аналізу фінансового стану є:

- дослідження рентабельності та фінансової стійкості підприємства;
- дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- об'єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- оцінка стану суб'єкта господарювання на фінансовому ринку та кількісна оцінка його конкурентоспроможності;
- аналіз ділової активності підприємства та його стану на ринку цінних паперів;
- визначення ефективності використання фінансових ресурсів.

18. Система побудови економічної безпеки підприємства

Безпека суб'єкта господарювання залежить від різних факторів. Шкоду інтересам підприємця може бути завдано в результаті несприятливої економічної політики держави, протиправних дій конкурентів, кризових явищ в економіці, непередбачуваних змін кон'юнктури ринку, стихійного лиха, надзвичайних подій, управлінської некомпетентності, соціальної напруги тощо. Для кожного підприємства зовнішні і внутрішні загрози мають індивідуальний характер.

Система економічної безпеки підприємства (СЕБ) – це комплекс організаційно-управлінських, технічних, профілактичних заходів, спрямованих на якісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз.

Мета СЕБ підприємства – мінімізація внутрішніх і зовнішніх загроз економічній стабільності суб'єкта господарювання, у тому числі його фінансовим, матеріальним, інформаційним та кадровим ресурсам, на основі розробленого комплексу заходів економіко-правового та організаційного характеру. В процесі досягнення поставленої мети передбачається вирішення конкретних завдань за різними напрямками забезпечення економічної безпеки.

До основних завдань СЕБ підприємства відносять:

- захист законних прав та інтересів підприємства і його співробітників;
- збір, аналіз, оцінка даних та прогнозування розвитку ситуації;
- вивчення партнерів, клієнтів, конкурентів, кандидатів на вакантні посади в компанії;
- своєчасне виявлення можливих зовнішніх загроз економічній безпеці підприємства;
- недопущення проникнення на підприємство структур економічної розвідки конкурентів, організованої злочинності та окремих осіб, які мають протиправні наміри;
- протидія технічному проникненню зі злочинною метою;
- виявлення, попередження та припинення протиправної або іншої негативної діяльності співробітників підприємства, яка загрожує безпеці підприємства;
- захист співробітників підприємства від насильницьких дій;
- забезпечення збереження матеріальних цінностей та відомостей, які становлять комерційну таємницю підприємства;
- отримання необхідної інформації для розроблення найбільш оптимального управлінського рішення щодо питань стратегії і тактики економічної діяльності компанії;
- фізична і технічна охорона будівель, території, транспортних засобів;
- формування сприятливої суспільної думки щодо діяльності підприємства;
- відшкодування матеріальної та моральної шкоди, спричиненої в результаті протиправних дій організацій та окремих осіб;
- контроль за ефективністю функціонування системи безпеки, удосконалення її окремих елементів.

З урахуванням наведених завдань, умов конкурентної боротьби, специфіки діяльності підприємства будується його система економічної безпеки. Необхідно наголосити, що СЕБ кожного підприємства суто індивідуальна і залежить, перш за все, від законодавчої бази, обсягу матеріальних та матеріально-технічних ресурсів, які керівник підприємства виділяє на забезпечення економічної безпеки, розуміння кожного зі співробітників важливості забезпечення безпеки бізнесу, знань та практичного досвіду начальника СЕБ, який безпосередньо займається побудовою та підтримкою у робочому стані самої системи.

В основі побудови СЕБ підприємства лежать такі принципи.

1. Принцип законності. Уся діяльність підприємства, у тому числі його служби безпеки, має бути законною, інакше СЕБ підприємства може бути зруйнована з вини самого суб'єкта господарювання.

Як негативні наслідки можливі різноманітні санкції правоохоронних органів, притягнення як відповідача до суду, шантаж з боку кримінальних структур.

2. Принцип економічної доцільності. Слід організувати захист лише тих об'єктів, витрати на захист яких значно менші, ніж втрати від реалізації загроз цим об'єктам. Також важливо враховувати фінансові можливості підприємства з організації системи економічної безпеки.

3. Принцип поєднання превентивних і реактивних заходів. Превентивні заходи – це заходи, які мають запобіжний характер і дозволяють не допустити виникнення або реалізації загроз економічній безпеці підприємства. Реактивні – заходи, яких уживають у разі реального виникнення загроз або необхідності мінімізації їх негативних наслідків.

4. Принцип безперервності. Відповідно до нього функціонування комплексної системи забезпечення економічної безпеки має здійснюватися постійно.

5. Принцип диференційованості. Вибір заходів, спрямованих на подолання загроз економічній безпеці, здійснюється відповідно до характеру загрози та ступеня важкості наслідків її реалізації.

6. Принцип координації. Для досягнення поставлених завдань необхідне постійне узгодження діяльності різноманітних підрозділів служби безпеки, самої форми та поєднання способів захисту.

7. Принцип централізованого управління. Систему економічної безпеки підприємства повинен повністю контролювати керівник суб'єкта господарювання. По-перше, це необхідно для того, щоб система економічної безпеки не перетворилася на замкнуте утворення, спрямоване на вирішення обмежених завдань, без урахування інтересів підприємства загалом. По-друге, для оцінки ефективності діяльності системи та можливості її дальшого вдосконалення.

19. Фінансова криза на підприємстві – характеристика поняття, класифікація причин та можливі наслідки

Фінансова криза – це позаплановий процес обмеженої діяльності і обмежених можливостей впливу на фінансові відносини з не прогнозованими результатами, який загрожує подальшому розвитку і існуванню підприємства. На практиці з кризою, як правило, ідентифікується загроза неплатоспроможності і банкрутства підприємства, його діяльність у безприбутковій зоні або відсутність потенціалу для успішного функціонування.

Основними зовнішніми факторами виникнення фінансової кризи на підприємстві можуть бути:

- спад кон'юнктури в економіці в цілому;
- значний рівень інфляції;
- нестабільність господарського і податкового законодавства;
- нестабільність фінансового ринку;
- посилення конкуренції в галузі або криза у ній;
- посилення монополізму на ринку;
- дискримінація підприємств органами влади і управління;

- політична нестабільність в країні розташування підприємства або в країнах підприємств-постачальників сировини.

Основними внутрішніми факторами виникнення на підприємстві фінансової кризи є:

- відсутність стратегічної спрямованості підприємства;
- дефіцит в організаційній структурі;
- низький рівень маркетингу і втрата існуючих ринків збуту продукції;
- незадовільне використання виробничих ресурсів;
- непродуктивне утримання зайвих робочих місць.

Типовими наслідками дії вищенаведених факторів можуть бути:

- втрата клієнтів і покупців готової продукції;
- зменшення кількості замовлень і контрактів по збуту;
- неритмічність виробництва;
- неповне завантаження виробничих потужностей;
- збільшення собівартості і значне зниження продуктивності праці;
- збільшення обсягу неліквідних оборотних засобів, особливо наднормативних запасів;
- виникнення внутрішньовиробничих конфліктів та збільшення плинності кадрів;
- збільшення тиску на ціни;
- суттєве зменшення обсягів реалізації та недоотримання виручки у зв'язку з цим.

20. Економічна сутність санації підприємства та форми її проведення

Іноді, замість рішення арбітражного суду про банкрутство, може бути призначена санація. Санація – система заходів по фінансовому оздоровленню підприємства, що реалізуються за допомогою сторонніх юридичних або фізичних осіб, що спрямовані на запобігання об'явлення підприємства-боржника банкрутом і його ліквідації. Санація підприємства здійснюється в трьох основних випадках:

1. До порушення кредитором справи про банкрутство, якщо підприємство при намаганні виходу із кризового стану залучає зовнішню допомогу по своїй ініціативі.

2. Якщо підприємство, що звернулося в арбітражний суд із заявою про своє банкрутство, саме пропонує умови своєї санації.

3. Якщо рішення про проведення санації виносить арбітражний суд по пропозиціям, що надійшли від бажаючих задовільнити вимоги кредиторів до боржника і погасити його зобов'язання перед бюджетом.

До форм проведення санації, що спрямовані на рефінансування боргу відносяться:

- дотації і субвенції за рахунок коштів бюджету;
- державне пільгове кредитування;

- державні гарантії комерційним банкам по кредитах, які видаються підприємству, що санується;
- цільовий банківський кредит;
- перевод боргу на іншу особу;
- реструктуризація короткострокового боргу в довгостроковий;
- випуск облігацій та інших боргових цінних паперів під гарантію санатора;
- відстрочка погашення облігацій підприємства;
- списання санатором-кредитором частини боргу.

До форм проведення санації, що спрямовані на реструктуризацію або реорганізацію підприємства-боржника відносяться:

- злиття з фінансово стабільним підприємством;
- поглинання через придбання підприємства, що санується;
- подібнення для багатогалузевих підприємств;
- перетворення у відкрите акціонерне товариство;
- передача в оренду (як правило для державних підприємств);
- приватизація (для державних підприємств).

3.3 ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗКІВ ЗАДАЧ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»

Задача 1

У першому кварталі підприємство реалізувало 5500 виробів за ціною 65 грн. за одиницю, що покрило витрати підприємства, але не дало прибутку, питомі змінні витрати – 30 грн. У другому кварталі було виготовлено і реалізовано 6500 виробів. У третьому кварталі планується збільшити прибуток на 11 % у порівнянні з другим кварталом. Скільки повинно бути додатково реалізовано продукції порівняно з другим кварталом, щоб досягнути такого результату?

Розв'язок:

1. Знайдемо величину постійних витрат:

$$Q \times C = PV + 3B \times Q, \quad (1.1)$$

де Q – кількість випущеної продукції у другому кварталі, шт.; C – ціна одиниці продукції, грн.; PV – загальні постійні витрати, грн.; $3B$ – питомі змінні витрати, грн.

$$PB = Q \times (C - 3B), \quad (1.2)$$

$$PB = 5500 \times (65 - 30) = 192500 (\text{грн.}).$$

2. Знайдемо прибуток від реалізації продукції у другому кварталі:

$$Q \times C = PB + 3B \times Q + \Pi, \quad (1.3)$$

де Π – прибуток від реалізації, грн.:

$$\Pi = Q \times C - PB - 3B \times Q = Q \times (C - 3B) - PB, \quad (1.4)$$

$$\Pi = 6500(65 - 30) - 192500 = 35000 (\text{грн.}).$$

3. Знайдемо величину бажаного прибутку у третьому кварталі:

$$\Pi' = 1,11 \times \Pi = 1,11 \times 35000 = 38850 (\text{грн.}).$$

4. Знайдемо обсяг реалізації у третьому кварталі:

$$Q' \times C = PB + 3B \times Q' + \Pi, \quad (1.5)$$

$$Q' \times (C - 3B) = PB + \Pi, \quad (1.6)$$

$$Q' = \frac{PB + \Pi}{C - 3B}, \quad (1.7)$$

$$Q' = \frac{192500 + 38850}{65 - 30} = 6610 (\text{шт.}).$$

5. Додатковий приріст продукції у третьому кварталі в порівнянні з другим кварталом для збільшення прибутку на 11 % розраховуємо за формулою:

$$\Delta Q = Q' - Q, \quad (1.8)$$

$$\Delta Q = 6610 - 6500 = 110 (\text{шт.}).$$

Отже, для того, щоб збільшити у третьому кварталі прибуток на 11 % у порівнянні з другим кварталом, необхідно додатково виготовити продукції 110 шт. продукції.

Задача 2

Затрати на виробництво товару складають 260 грн., рентабельність – 35 %. Ставка акцизного податку – 35 %. Податок на додану вартість – 20 %. Розрахувати роздрібну ціну реалізації.

Розв'язок:

1. Розрахуємо прибуток підприємства з одиниці продукції:

$$\text{Рентабельність} = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Собівартість}}, \quad (2.1)$$

$$\text{Прибуток} = \text{Рентабельність} \times \text{Собівартість}, \quad (2.2)$$

$$\text{Прибуток} = 0,35 \times 260 = 91(\text{грн.}).$$

2. Знайдемо відпускну ціна виробника (C_1):

$$C_1 = \text{Собівартість} + \text{Прибуток}, \quad (2.3)$$

$$C_1 = 260 + 91 = 351(\text{грн.}).$$

3. Визначимо величину акцизного податку ($АП$):

$$АП = 0,35 \times C_1 = 0,35 \times 351 = 122,85(\text{грн.}).$$

4. Розрахуємо величину ПДВ:

$$\text{ПДВ} = 0,2 \times (C_1 + АП) = 0,2 \times (351 + 122,85) = 94,77(\text{грн.}).$$

5. Визначимо роздрібну ціну реалізації (C_2):

$$C_2 = C_1 + АП + \text{ПДВ}, \quad (2.4)$$

$$C_2 = 351 + 122,85 + 94,77 = 568,62(\text{грн.}).$$

Отже, роздрібна ціна реалізації становить 568,62 грн.

Задача 3

Обчислити показники обсягів товарної та валової продукції підприємства за даними табл.3.1.

Таблиця 3.1

Дані для розрахунків

Показники	Значення
-----------	----------

1. Обсяг виробництва, шт. (Q)	7000
2. Гуртова ціна виробу, грн. ($Ц$)	1100
3. Обсяг незавершеного виробництва, грн.:	
- на початок року ($НЗВ_n$)	0
- на кінець року ($НЗВ_k$)	32000

Розв'язок:

1. Знаходимо вартість валової продукції:

$$ВП = Q \times Ц, \quad (3.1)$$

$$ВП = 7000 \times 1100 = 7700000 \text{ (грн.)}.$$

2. Знаходимо товарну продукцію:

$$ТП = ВП - (НЗВ_k - НЗВ_n), \quad (3.2)$$

$$ТП = 7700000 - (32000 - 0) = 7668000 \text{ (грн.)}.$$

Отже, обсяг валової продукції становить 7млн.700 тис.од., а обсяг товарної продукції – 7 млн.668 тис.од.

Задача 4

Визначити виробничу потужність пекарні та її річну виробничу програму, якщо максимально можливе завантаження печей розраховується за наступними даними:

- мінімальна середня тривалість випікання хлібобулочних виробів вагою 1 кг. становить 0,5 год.;
- максимальна тривалість зміни – 8 год.;
- режим роботи тризмінний;
- максимальна кількість днів роботи обладнання – 280 днів;
- втрати робочого часу – 9 %.

Виробнича потужність пекарні визначається потужністю 5 печей, коефіцієнт використання потужності яких 0,84.

Розв'язок:

1. Знаходимо дійсний фонд робочого часу печі:

$$D_{дій} = D_{кал} \times n_{змін} \times T_{змін} \times K_{втрат}, \quad (4.1)$$

де $D_{кал}$ – число календарних днів у періоді; $n_{змін}$ – кількість змін роботи однієї одиниці устаткування; $T_{змін}$ – тривалість зміни, годин; $K_{втрат}$ – коефіцієнт

втрат робочого часу через простої, непродуктивні витрати робочого часу, ремонти, скорочення тривалості зміни в передсвяткові дні тощо.

$$D_{\text{дй}} = 280 \times 3 \times 8 \times 0,91 = 6115,2 (\text{год} / \text{рік}).$$

2. Знаходимо виробничу потужність однієї печі за формулою:

$$ВП_1 = \frac{D_{\text{дй}}}{T}, \quad (4.2)$$

$$ВП_1 = \frac{6115,2}{0,5} = 12230,4 (\text{кг} / \text{рік}).$$

3. Знаходимо виробничу потужність пекарні:

$$ВП_{\text{пек}} = 12230,4 \times 5 = 61152 (\text{кг} / \text{рік}).$$

4. Знаходимо виробничу програму пекарні:

$$ВП_{\text{прогр}} = 61152 \times 0,84 = 51367,68 (\text{кг} / \text{рік}).$$

Отже, виробнича потужність підприємства становить 61152 кг/рік, а виробнича програма – 51367,68 кг/рік.

Задача 5

Підприємство придбало верстат, його первісна вартість – 10 тис. грн., очікуваний строк використання – 5 років, ліквідаційна вартість – 1 тис. грн. Розрахувати прямолінійним методом щорічну суму зносу та залишкову вартість.

Розв'язок:

Для розв'язку використовуємо табл. 5.1:

Таблиця 5.1

Розрахункові дані

Період використання	Річна величина амортизації	Величина зносу	Величина залишкової вартості
1 рік	$(10000-1000)/5=1800$	1800	$10000-1800=8200$
2 рік	$(10000-1000)/5=1800$	3600	$8200-1800=6400$
3 рік	$(10000-1000)/5=1800$	5400	$6400-1800=4600$
4 рік	$(10000-1000)/5=1800$	7200	$4600-1800=2800$

5 рік	$(10000-1000)/5=1800$	9000	$2800-1800=1000$
-------	-----------------------	------	------------------

3.4 РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»

Основна література:

1. Господарський кодекс України №436-IV від 16.01.2003: із змінами, внесеними згідно із Законами України // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18, № 19-20, № 21-22, ст. 144.
2. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010: із змінами, внесеними згідно із Законами України // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 13-14, № 15-16, № 17, ст. 112.
3. Боднарук І.Р. Економіка і організація виробництва: Конспект лекцій / І.Р. Боднарук, Н.А. Даляк, Т.П. Кулик. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2017. – 240 с.
4. Гетьман О.О. Економіка підприємства: Навчальний посібник / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – 2-ге вид. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
5. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погрішук. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 304 с.
6. Економіка підприємств: Підручник / Ф.В. Горбонос, Г.В. Черевко, Н.Ф. Павленчик, А.О. Павленчик. – К.: Знання, 2010. – 463 с.
7. Економіка підприємства: Навчальний посібник / Л. Г. Ліпич, Н.М. Буняк, Н.В. Геліч та ін. / За заг. ред. Л.Г. Ліпич. – 2-ге вид., переробл. і доп. – Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2013. – 590 с.
8. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. Л.Г. Мельника. – Суми: Університетська книга, 2012. – 864 с.
9. Економіка підприємства: Збірник засобів діагностики: Навчально-практичний посібник / М.В. Афанасьєв, М.В. Боровик, І.Я. Іпполітова та ін. / За заг. ред. к.е.н., професора Афанасьєва М.В. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2013 – 112 с.
10. Семернікова І.О. Економіка підприємства: Навчальний посібник / І.О. Семернікова, Н.В. Мешкова-Кравченко. – Херсон: ОЛДІ-плюс, 2010. – 312 с.
11. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. / Л.І. Шваб. – К.: Каравела, 2011. – 416 с.
12. Шегда А.В. Економіка підприємства: Збірник тестів і задач: Навчальний посібник / А.В. Шегда, Т.Б. Харченко, Ю.А. Сагайдак, Л.О. Пашнюк. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 240 с.
13. Яркіна Н.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник / Н.М. Яркіна. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Видавництво Ліра-К, 2017. – 600 с.

Додаткова література:

1. Економіка підприємства: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Г.О. Швиданенко, Н.П. Гончарова, О.Г.Мендрул / За заг. ред.Г.О. Швиданенко. – К.: КНЕУ, 2012. – 364 с.

2. Несинова С.В. Господарське право України: Навчальний посібник / С.В.Несинова, В.С. Воронко, Т.С. Чебикіна / За заг. ред. С.В. Несинової. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 564 с.

3. Яркіна Н.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник / Н.М. Яркіна. – К.: Видавництво Ліра-К, 2013. – 497с.

4. ПРОГРАМА З ДИСЦИПЛІНИ «ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА»

Мета дисципліни: полягає у формуванні в студентів системи знань про методику і технологію розробки бізнес-плану, про зміст його розділів, а також навичок і вмінь складання бізнес-плану підприємницького проекту.

Завдання дисципліни: з'ясування технології бізнес-планування і формування структури бізнес-плану підприємства; засвоєння методики розробки бізнес-плану підприємства; набуття навичок застосування основного інструментарію бізнес-планування.

Предмет дисципліни: методика розробки бізнес-плану підприємства як ефективного інструменту обґрунтування доцільності реалізації підприємницького проекту й засобу залучення необхідних для цього фінансових ресурсів.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1. Організація підприємницької діяльності в Україні. Розвиток економічного мислення, як основи зростання підприємницької активності населення. Рішення про початок підприємницької діяльності та розробка бізнес-ідеї. Започаткування підприємницької діяльності.

Тема 2. Законодавче та організаційне забезпечення бізнесу в Україні. Сучасний стан та основні законодавчі аспекти регулювання підприємництва в Україні. Державні регуляторні органи в сфері підприємницької діяльності. Ліцензування підприємницької діяльності. Організаційно-правові форми організації підприємницької діяльності в Україні.

Тема 3. Сутність та необхідність планування підприємницької діяльності. Об'єктивна необхідність планування в умовах ринку. Місце планування в системі менеджменту. Форми планування та види планів. Технологія планування. Розробка стратегії розвитку бізнесу.

Тема 4. Бізнес-план і його роль у становленні та розвитку підприємства. Поняття, суть та основні види бізнес-плану. Структура та логіка розробки бізнес-плану. Основні етапи розробки бізнес-плану. Підготовча стадія розробки бізнес-плану.

Тема 5. Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги підприємства. Поняття та характеристика конкурентного середовища фірми. Аналіз сильних і слабких сторін підприємства.

Тема 6. Маркетинговий план як структурний елемент бізнес-планування. Формування та реалізація стратегії маркетингу в процесі підприємницької діяльності. Характеристика цільових груп споживачів та основних напрямків діяльності підприємства. Цінова політика та цінова стратегія підприємницької діяльності. Комунікаційна політика підприємства.

Тема 7. План виробництва та організаційний план в структурі бізнес-плану підприємства. Виробнича програма підприємства. Розрахунок потреби в основних виробничих фондах та обігових фондах підприємства. Організаційний план в системі бізнес-планування. Кадрове забезпечення підприємства.

Тема 8. Фінансовий план та стратегія фінансування бізнесу. Роль та значення фінансового плану в процесі розробки бізнес-плану. Планування доходів і видатків підприємницької діяльності. Розрахунок точки беззбитковості. Розробка фінансової стратегії бізнесу. Джерела фінансування підприємницької діяльності. Форми та шляхи залучення інвестицій.

4.1 ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА»

1. Економічне мислення та економічна поведінка, як основа зростання підприємницької активності населення.
2. Прийняття рішення про початок підприємницької діяльності.
3. Поняття бізнес-ідеї та її розробка.
4. Державне регулювання підприємництва в Україні. Ліцензування підприємницької діяльності.
5. Організаційно-правові форми організації підприємницької діяльності в Україні.
6. Поняття та зміст планування підприємницької діяльності.
7. Планування в умовах ринкової економіки.
8. Форми планування та види планів.
9. Поняття та суть бізнес-плану.
10. Основні види бізнес-планів.
11. Зовнішня та внутрішні функції бізнес-плану.
12. Структура бізнес-плану.
13. Основні етапи розробки бізнес-плану.
14. Поняття та характеристика конкурентного середовища фірми в структурі бізнес-плану.

15. Аналіз сильних і слабких сторін підприємства в процесі бізнес-планування.
16. Маркетинговий план як структурний елемент бізнес-планування.
17. План виробництва в структурі бізнес-плану підприємства.
18. Організаційний план в системі бізнес-планування.
19. Фінансовий план та стратегія фінансування бізнесу.
20. Точка беззбитковості та точка окупності і їх розрахунок в процесі розробки бізнес-плану.

4.2 ВІДПОВІДІ НА ЗАПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА»

1. Економічне мислення та економічна поведінка, як основа зростання підприємницької активності населення

Економічне мислення – явище суб'єктивного порядку, безпосередньо пов'язане з економічним життям суспільства як його органічна частина.

З одного боку, економічне мислення є процесом відтворення людською свідомістю, у визначеній логічній послідовності, економічних взаємин із відповідними їм економічними законами. З іншого ж – це процес осмислення і переосмислення, засвоєння людьми нагромаджених суспільством економічних знань. Економічну свідомість при цьому можна розуміти як наслідок відтворення суб'єктами господарювання економічних умов життя у вигляді економічних ідей, поглядів, теорій, концепцій, що визначають суспільну стратифікацію і виражають своє ставлення до економічної діяльності в кожен конкретний історичний момент.

Економічне мислення опосередковане багатьма суспільними факторами, але первинним складовим його об'єктом є економічний. Воно формується під безпосереднім впливом цілого ланцюжка елементів економічної структури суспільства.

На ступені зрілості економічного мислення позначається безпосередньо наявна система економічних законів з відповідним механізмом дії і використання. Саме система економічних законів з їхнім об'єктивним характером і суб'єктивним механізмом прояву, як і їхнє пізнання, і свідоме використання в управлінні соціально-економічними процесами, виступає тією глибинною основою, що визначає економічне мислення. Чим повніші знання про економічні закони, у їхній складній суперечливій взаємодії, співвідношенні, тим повноціннішим є економічне мислення.

Економічне мислення, розкрите як економічне пізнання економічного життя, формується подвійно. З одного боку, його варто аналізувати на рівні формування економічної свідомості теоретичним шляхом, тобто засвоєння,

обґрунтування законів і категорій економічної теорії, понять усієї сукупності економічних дисциплін за рахунок різних форм руху економічної інформації (засоби масової пропаганди, різні освітні форми). З іншого боку – на рівні повсякденної свідомості, тобто відтворення економічної структури емпіричним шляхом, із практики економічного життя.

Економічна поведінка – обумовлена об'єктивними процесами, економічними інтересами та економічним мисленням цілеспрямована діяльність щодо задоволення матеріальних потреб.

Економічна поведінка людей є вагомою економічною засадою їх життєдіяльності. Це не лише економічна, а й історична категорія, що наповнюється якісно новим змістом в кожній соціально-економічній формації і трансформується в майбутній духовній формації економічної поведінки, як і будь-яка економічна категорія, має дві сторони:

- 1) матеріально-речовий зміст – робочий час, витрати живої та минулої праці, її продукт;
- 2) соціально-економічну форму – суспільні відносини, в які вступають їх суб'єкти у процесі економічної поведінки.

2. Прийняття рішення про початок підприємницької діяльності

Перш, ніж почати свій бізнес, необхідно провести значну підготовчу роботу, зокрема аналітичну. Потрібно чітко зрозуміти, навіщо потрібно відкрити свою справу і яку мету, які цілі ви переслідуєте. Усвідомлення цього буде мотивувати, дисциплінувати й направляти вас у потрібну сторону. Свій бізнес повинен базуватися на чіткій і ясній бізнес-ідеї.

Для цього необхідно скласти грамотний бізнес-план. Ви повинні на даному етапі окреслити для себе коло можливих партнерів по бізнесу і визначитися з майбутньою формою власності.

Навіщо починати свій бізнес і відкривати свою справу? Які мотиви переслідують при цьому люди і що вони чекають від свого власного бізнесу?

Спочатку з'ясуємо основні причини ухвалення рішення про відкриття своєї справи. До найпоширеніших причин, що лежать в основі ухвалення рішення про початок власного бізнесу, належать:

1. Невдоволення поточною роботою (роботодавцем), недостатній на ваш погляд рівень заробітної плати, бажання досягти чогось більшого, ніж просто одержувати фіксовану зарплату за 8-годинний робочий день. Сюди ж можна віднести і особисті амбіції, Ви усвідомлюєте, що, тільки почавши свій бізнес, зможете себе реалізувати.

2. Відсутність роботи як такої, а, отже, і достатніх засобів до існування. Додати сюди, наприклад, наявність дружини й двох дітей, яких потрібно нагодувати, або іпотечний кредит, що висить на шиї. Питання в такому випадку може стати ребром, свій бізнес – єдиний шанс нормального існування для Вас і

Вашої родини. Це, до речі, є одним із самих серйозних спонукальних мотивів для початку своєї справи.

3. У вас дозріла гарна бізнес-ідея для відкриття свого власного бізнесу, і ви розумієте, що саме час її реалізувати. Втративши цей шанс зараз, потім буде набагато складніше реалізувати його, оскільки конкуренти можуть зайняти Вашу нішу.

4. Ви відчуваєте потребу у незалежності, свободі. Ви хочете повністю, самі керувати своїм часом й одноосібно приймати рішення, що і коли Вам робити. Ви не хочете в когось відпрошуватися в поліклініку, вислуховувати моралі із приводу запізнення на роботу, одним словом, залежати жодним від роботодавця.

Важливо зрозуміти, навіщо Ви вирішили відкрити свою справу, і яку мету при цьому переслідуйте. Це буде вас мотивувати й направляти у потрібному напрямку ведення свого бізнесу. Усвідомлення цих причин поряд зі спонукальними мотивами і допоможе вам почати свій бізнес.

З'ясуємо основні позитивні моменти свого бізнесу, які впливають із названих вище причин:

- ви одержуєте більшу свободу й незалежність, можливість самому керувати своїм часом;

- у вас є більше шансів реалізувати себе й свої особисті амбіції;

- рівень вашого доходу необмежений і буде залежати повністю від вас.

Однак відзначимо, що свій бізнес – це не тільки свобода і задоволення, врахуйте наступні моменти:

1. Свій бізнес найчастіше несе в собі спочатку проблеми, витрати, а лише потім – доходи, свободу, незалежність і все інше. Необхідно завзято працювати, приділяючи майже всю увагу своїй справі, адже бізнес на початковому етапі вкрай нестабільний та схильний до банкрутства.

2. Якщо у вас буде свій бізнес, то вам завжди буде не вистачати грошей, скільки б ви не заробляли. З роботою найманого працівника справа простіша. Найманий працівник живе «на одну зарплату» (скільки заплатить роботодавець, на таку суму здебільшого звикає жити). Своя ж справа вимагає постійного вдосконалення й розширення, а також постійних вливань засобів. У вас будуть обов'язкові витрати, платежі, а головне – бажання заробляти ще більше.

3. Успіх своєї справи тепер буде залежати тільки від вас. Якщо трапляться невдачі, звинуватити в цьому ви зможете тільки себе. Тому в жодному разі не лініуйтеся, робіть все можливе для успіху свого бізнесу.

3. Поняття бізнес-ідеї та її розробка

Основу для започаткування власної справи складає підприємницька ідея (бізнес-ідея).

Підприємницька ідея(бізнес-ідея) – конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності,

а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення.

Окремими елементами такого цілісного знання є:

- відмова від попереднього виду занять, професії тощо;
- прагнення стати власником, передусім власником підприємства (а отже відмова від праці на інших осіб);
- прагнення постійно збільшувати своє багатство шляхом створення товарів і послуг, необхідних для суспільства;
- прагнення в такий спосіб реалізувати свою мету, домогтися визнання у суспільстві й навіть впливу на політику;
- чітке усвідомлення шляхів отримання ресурсів для створення власного підприємства або труднощів при його створенні за наявності власних нагромаджень;
- знання певного виду підприємницької діяльності, шляхів створення підприємства у відповідній сфері чи галузі народного господарства;
- вміння вибрати оптимальну організаційну та організаційно-правову форму його існування;
- знання можливих ризиків, які очікують діяльність підприємства та вміння управляти ними, нейтралізувати найгірші негативні сторони;
- вміння організувати облік на підприємстві та знання основ такого обліку;
- знання зовнішніх чинників, які впливають на підприємницьку діяльність; чинного законодавства, форм та засобів економічної політики, конкуренції з боку іноземних товаровиробників.

Конкретним виявом підприємницької ідеї є ідея створення нового товару або послуги.

Новий товар – товар, який принципово відрізняється від наявних на ринку товарів або має серйозні якісні вдосконалення порівняно з товарами-аналогами щодо споживчих якостей, дизайну, форми тощо.

Усвідомлення ідеї підприємницької діяльності передбачає знання певного виду такої діяльності, шляхів створення підприємства тощо.

Перш ніж здійснити свій вибір, потенційний підприємець повинен дотримуватися таких принципів:

- 1) мінімальні обсяги фінансових ресурсів для створення підприємства;
 - 2) якомога швидше отримання очікуваного результату;
 - 3) незначні ризики при створенні та функціонуванні підприємства;
 - 4) максимально сприятливі умови матеріально-технічного постачання;
 - 5) найпростіші способи поліпшення умов збуту продукції, реалізації максимальної кількості товарів і послуг;
- б) отримання підтримки від держави, передусім у перші роки існування підприємства;

7) максимальна відповідність здійснення підприємницької діяльності здібностям підприємця і реалізації його мети.

Існують кілька методів для вироблення і тестування бізнес-ідеї. Здатність трансформації бізнес-ідеї в життєздатний бізнес, має бути підкріплена здійсненням бізнес-планом.

Бізнес-ідея, подана в потрібний час, коли очікується наростання попиту на згадані в бізнес-ідеї товари або послуги, може призвести до створення високоприбуткового бізнесу. Існують бізнес-ідеї, які спрямовані на створення товарів чи послуг, на які в даний час немає попиту взагалі. Такі інноваційні бізнес-ідеї спрямовані на формування попиту, шляхом пропозиції ринку абсолютно нових товарів або послуг.

Бізнес-ідей та джерел їх виникнення безліч, проте якість і своєчасність їх реалізації визначають невдачу або успіх. Як правило, успішні бізнес-ідеї генеруються або експертами в галузі бізнес-ідеї, або новачками, які прийшли з інших галузей і необтяженими штампамі і традиціями галузі бізнес-ідеї.

Для генерації бізнес-ідей може бути корисним проведення структурного аналізу діючих галузей, ринків, бізнес-моделей, бізнес-процесів. Як правило пишуться аналітичні записки, проводяться SWOT-аналіз, варіанти PEST-аналізу, Аналіз п'яти сил Портера. Часто використовується методика мозкового штурму.

4. Державне регулювання підприємництва в Україні.

Ліцензування підприємницької діяльності

Державне регулювання підприємництва є напрямом державної політики, спрямованим на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недовідповідних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності, що здійснюється в межах, упорядкує та спосібом, що встановлюються Конституцією та законами України.

Основні напрями державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні визначені ст. 4 Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні»:

- удосконалення та спрощення порядку ведення обліку та ліхоподаткування;

-

- запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для суб'єктів малого підприємництва, що відповідають критеріям, встановленим у податковому законодавстві;

- залучення суб'єктів малого підприємництва до виконання науково-технічних і соціально-

економічних програм, здійснення постачання продукції (робіт, послуг) для державних та регіональних потреб;

-

забезпечення фінансової державної підтримки малих і середніх підприємств шляхом запровадження державних програм кредитування, надання гарантій для отримання кредитів, часткової компенсації відсоткових ставок за кредитами тощо;

-

сприяння розвитку інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва;

-

гарантування прав суб'єктів малого і середнього підприємництва під час здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності;

-

сприяння спрощенню дозвільних процедур та процедур здійснення державного нагляду (контролю), отримання документів дозвільного характеру для суб'єктів малого і середнього підприємництва та скороченню строку проведення таких процедур;

-

організація підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів малого і середнього підприємництва;

-

впровадження механізмів сприяння та стимулювання до використання у виробництві суб'єктами малого і середнього підприємництва новітніх технологій, а також технологій, які забезпечують підвищення якості товарів (робіт, послуг).

Обмеженню (ліцензуванню) підприємницької діяльності підлягають тільки ті види підприємницької діяльності, які безпосередньо впливають на здоров'я людини, навколишнє природне середовище та безпеку держави.

Для здійснення підприємницької діяльності, що ліцензується, необхідно отримати відповідну ліцензію та дотримуватись певних умов і правил здійснення даного виду діяльності (ліцензійні умови), які встановлює Кабінет Міністрів України або уповноважений ним орган.

Ліцензія – документ, що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженим ним органом виконавчої влади, згідно з яким власник ліцензії має право займатися певним видом підприємницької діяльності.

5. Організаційно-правові форми організації підприємницької діяльності в Україні

Організаційна (організаційно-правова) форма передбачає класифікацію підприємств залежно від форм власності, визначених законодавством України.

Залежно від способу створення (підстав) і формування статутного фонду в Україні діють підприємства унітарні та корпоративні.

Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє для цього необхідне майно, формує відповідно до закону статутний фонд, не

розподілений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи безпосередньо або через керівника, якого він призначає, керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового наймання, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства.

Корпоративне підприємствостворюється, як правило, двома й більше засновниками по їхньому загальному рішенню (договору), діє на основі об'єднання майна і/або підприємницької, або трудової діяльності засновників (учасників), їхнього загального керування справами, а також на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів і ризиків підприємства.

Підприємства залежно від кількості працюючих і обсягу валового доходу від реалізації продукції за рік належать до малих, середніх або великих підприємств.

Підприємство буде визнаватися дочірнім, якщо воно залежатиме від іншого підприємства (вирішальна залежність – це встановлення між підприємствами відносин контрольованого підпорядкування за рахунок участі контролюючого підприємства в статутному фонді іншого підприємства).

Залежно від форм власності, передбачених законом, в Україні можуть діяти такі підприємства:

Приватне– це організаційно-правова форма підприємства, заснованого на власності фізичної особи.

Колективне(точніше його можна було б назвати підприємство колективної власності) – це організаційно-правова форма підприємства, заснованого на власності його трудового колективу.

Державне підприємствостановить організаційно-правову форму підприємства, заснованого на державній власності.

Особливим видом підприємства, заснованого на державній власності, є казенне підприємство. Майно, що є у державній власності і закріплене за казенним підприємством, належить йому не на праві повного господарського відання, а на праві оперативного управління.

Спільне підприємство– це організаційна форма підприємства, заснованого за законами України на базі об'єднання майна різних форм власності (так звана змішана форма власності).

Спільне підприємство з іноземними інвестиціями– це підприємство (організація) будь-якої організаційно-правової форми, створене відповідно до законодавства України, іноземна інвестиція в статутному фонді якого, за його наявності, становить не менше 10 відсотків. Підприємство набуває статусу підприємства з іноземними інвестиціями від дня зарахування іноземної інвестиції на його баланс.

Іноземне підприємство– це організаційно-правова форма підприємства з місцезнаходженням в Україні, створеного як суб'єкт права згідно із

законодавством іноземної держави, майно якого повністю перебуває у власності іноземних громадян, юридичних осіб або держави.

Окремо слід зазначити, що колективна форма власності має найбільше поширення при організації діяльності підприємств (юридичних осіб). В Україні колективна форма власності на підприємство знаходить своє втілення в організації господарських товариств.

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

До господарських товариств належать: акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства.

Акціонерним визнається товариство, яке має статутний (складений) капітал, поділений на визначену кількість акцій рівної номінальної вартості, і несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства.

Товариством з обмеженою відповідальністю визнається товариство, що має статутний капітал, розділений на частки, розмір яких визначається установчими документами. Учасники товариства несуть відповідальність в межах їх вкладів.

Товариством з додатковою відповідальністю визнається товариство, статутний (складений) капітал якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів. Учасники такого товариства відповідають за його боргами своїми внесками до статутного (складеного) капіталу, а при недостатності цих сум – додатково належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до внеску кожного учасника.

Повним визнається таке товариство, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном.

Командитним товариством визнається товариство, в якому разом з одним або більше учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, є один або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства (вкладників), та які не беруть участі в діяльності товариства.

6. Поняття та зміст планування підприємницької діяльності

Планування – найперша функція управління, вона передуює іншим управлінським функціям і визначає їх сутність. Планування залежить від ефективного аналізу зовнішнього середовища, об'єктивного оцінювання власних позицій, потребує спільних зусиль та участі всіх складових організацій. Також ця функція передбачає вибір мети, розробку шляху її досягнення та просування ним.

Планування як функція менеджменту полягає в розв'язанні таких глобальних проблем:

- якими мають бути цілі організації;
- як має діяти організація, щоб їх досягти.

Планування дає змогу будь-якій організації передбачати майбутнє. Воно виявляється в програмі дій, що охоплюють усі операції підприємства (технічні, фінансові, комерційні). Планування має враховувати періоди, джерела та витрати.

Процес планування передбачає складання перспективних і поточних планів-прогнозів, результатом чого є бізнес-план. Призначення всіх видів планів полягає в забезпеченні колективного розуміння загальних завдань, стратегії й тактики їх виконання, а також урахування ресурсів, що є в розпорядженні.

Розрізняють такі принципи планування: об'єктивність, системність, комплексність, оптимальність, єдність інтересів фірми, її персоналу та споживачів, збалансованість, обґрунтованість планів, програм, проспектів, моделей розвитку, пізнання шляхів соціально-економічного розвитку.

7. Планування в умовах ринкової економіки

У сучасних умовах ринкових трансформацій, коли особливо зростає роль конкурентоздатності підприємства на фоні конкурентної боротьби між підприємствами, постало питання про підвищення ефективності планування на всіх рівнях.

Планування, як функція управління, дає змогу правильно орієнтуватися підприємству на ринковому середовищі, допомагає приймати правильні управлінські рішення, підвищує ймовірність досягнення бажаного успіху.

Планування – це безперервний творчий процес, що має на меті досягнення поставлених цілей за оптимальних витрат ресурсів та приведення можливостей підприємства у відповідність до умов ринку.

Сьогодні доцільно говорити про адаптивне планування підприємницької діяльності. Адаптивність – це здатність аналізувати та відслідковувати зміни зовнішнього та внутрішнього середовища та автоматично змінювати алгоритм функціонування та структуру з метою збереження чи досягнення оптимального стану.

Адаптивне планування є складним та багатограним процесом, який суттєво відрізняється від традиційних моделей планування, що вимагає певних навиків відповідних рівнів ієрархії, які формують та відповідають за реалізацію адаптивних планів. Однак, запровадження адаптивних механізмів дозволить вітчизняним підприємствам не лише унікалізувати розмінливість та нестабільність зовнішнього та внутрішнього оточення функціонування, а й використовувати потенційні можливості для досягнення максимальної ефективності провадження інноваційних проектів.

В умовах невизначеності зовнішнього середовища та зростаючої конкуренції на ринку планування, підвищуючи ефективність діяльності підприємства, виконує низку завдань, а саме:

- воно є ланцюгом між постановкою цілі та найбільш оптимальним планом її реалізації;

-

виявляє потенційні проблеми, нейтралізує вплив негативних наслідків діяльності підприємства;

- дає можливість оцінити практичні кроки досягнення цілей;
- забезпечує основу для оцінки витрат;
- обумовлює єдність загальних цілей в середині підприємства;
- сприяє зниженню ризиків в процесі реалізації планів;
- забезпечує ефективні шляхи досягнення цілей підприємства.

8. Форми планування та види планів

Класифікація планування.

З точки зору обов'язковості планових завдань розрізняють:

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

Індикативне планування є антиподом директивного тому, що цей план не має обов'язкового до виконання характеру, хоча в ньому можуть бути і обов'язкові завдання. В цілому він має направляючий, рекомендаційний характер.

Залежно від терміну, на який складається план:

Перспективне планування охоплює період понад 5 років – 10, 15, 20 років. Такі плани визначають довгострокову стратегію підприємства, соціальний, економічний та науково-технічний розвиток. Таке планування потрібно відрізнити від прогнозування.

Середньострокове планування проводиться на період від 1 до 5 років. На деяких підприємствах середньострокове планування сумісне з поточним. У цьому випадку складається п'ятирічний план, в якому перший рік деталізується до рівня поточного плану і є по суті короткостроковим плануванням.

Поточне планування охоплює період до 1 року – піврічне, квартальне, місячне, декадне, тижневе і добове планування.

За складом планових рішень:

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

Для розробки ефективних планів варто враховувати такі фактори:

- уміння керувати людьми;
- велика активність;

- відповідні моральні якості;
- стійкість і рішучість;
- необхідні професійні знання в певній галузі;
- загальна досвідченість в справах (компетентність, досвід роботи).

Передумовою планування вважається прогнозування, яке більш властиве для сучасного конкурентного середовища. Прогнозування – це визначення об’єктивних тенденцій розвитку бізнесу в майбутньому, а також альтернативних шляхів розвитку і термінів їх реалізації. Прогноз – органічна система (частина) планування.

9. Поняття та суть бізнес-плану

Бізнес-план – це письмовий документ, в якому викладена сутність підприємницької ідеї, шляхи й засоби її реалізації та охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості управління ним. Бізнес-план підсумовує ділові можливості та перспективи, пояснює, які можливості можуть бути реалізовані існуючою командою менеджерів.

Бізнес-план дає можливість визначити життєздатність фірми за умов конкуренції, прогнозує процеси розвитку виробництва, конкретизує шляхи досягнення мети і подолання перешкод, є чинником, що стимулює інтереси потенційних інвесторів у їхніх пошуках вкладання коштів у розвиток виробництва.

В умовах ринкової системи господарювання бізнес-план – це активний робочий інструмент управління, відповідний пункт усієї планової та виконавчої діяльності підприємства; це документ, який визначає оптимальні за часом і найменш ризиковані шляхи реалізації підприємницького проекту.

Ступінь деталізації бізнес-плану залежить від характеристики фірми незалежно від того, належить вона до сфери послуг чи до виробничої сфери. Специфіка бізнес-плану полягає в тому, що це комплексний документ, який відображає всі основні аспекти підприємницького проекту. В ньому розглядається широке коло проблем, на які може натрапити підприємець і визначаються способи їх розв’язання. Водночас слід зазначити, що принципи управління за допомогою бізнес-плану передбачають необхідність урахування в процесі розробки конкретного бізнес-плану багатьох специфічних для даного підприємницького проекту факторів.

10. Основні види бізнес-планів

Принципи управління за допомогою бізнес-плану передбачають необхідність урахування в процесі розробки конкретного бізнес-плану багатьох специфічних для даного підприємницького проекту факторів. Відтак з’являється можливість класифікувати бізнес-плани за певними ознаками:

- 1) за сферою бізнесу (виробництво, будівництво, роздрібна та оптова торгівля, надання послуг, посередницька діяльність тощо);
- 2) за масштабами бізнесу (великий, середній, малий);
- 3) за характеристиками продукту бізнесу (традиційний, принципово новий, виробничо-технічного чи споживчого призначення).

У межах кожної класифікаційної ознаки можна виокремлювати й розробляти:

- а) повний бізнес-план комерційної ідеї або інвестиційного проекту (для потенційних партнерів та інвесторів);
- б) бізнес-план фірми (для ради директорів або зборів акціонерів);
- в) бізнес-план структурного підрозділу (для вищого керівництва фірми).

Можуть також складатися спеціальні (скорочені) бізнес-плани для певного кола зацікавлених осіб, а також бізнес-плани розвитку конкретного регіону для органів із бюджетними повноваженнями.

11. Зовнішня та внутрішні функції бізнес-плану

У ринковій системі господарювання бізнес-план виконує дві найважливіші функції:

- 1) зовнішню – ознайомити різних представників ділового світу із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї;
- 2) внутрішню (життєвоважливу для діяльності самого підприємства) – опрацювати механізм самоорганізації, тобто цілісну, комплексну систему управління реалізацією підприємницького проекту.

Традиційно бізнес-план розглядається як інструмент залучення необхідних для реалізації проекту фінансових ресурсів. Зовнішні інвестори та кредитори ніколи не вкладатимуть гроші в бізнес, якщо не ознайомляться з ретельно підготовленим бізнес-планом. Такий план має переконати потенційних інвесторів у тому, що підприємницький проект має чітко визначену стратегію успіху та заслуговує на фінансову підтримку.

Не менш важливою є і внутрішня функція бізнес-плану, в межах якої можна виділити два напрямки його застосування:

1) як інструменту стратегічного планування та оперативного управління діяльністю підприємства. Розробка бізнес-плану вимагає визначення не тільки стратегічних напрямків і цілей діяльності, а й оперативних дій для досягнення таких. Тобто бізнес-план є основою поточного планування всіх аспектів діяльності підприємства, він сприяє глибшому усвідомленню працівниками особистих завдань, пов'язаних зі спільним для них бізнесом;

2) як механізму аналізу, контролю й оцінки діяльності підприємства. Бізнес-план дає змогу аналізувати, контролювати й оцінювати успішність діяльності в процесі реалізації підприємницького проекту, виявляти відхилення від плану та своєчасно коригувати напрямки розвитку бізнесу.

12. Структура бізнес-плану

Більшість підприємців опрацьовують бізнес-плани для залучення інвесторів до фінансування свого проекту. Найскладнішою та найбільш повною щодо висвітлення питань є процедура розробки бізнес-плану для виробничої діяльності. Тому далі розглядатимемо структуру, зміст та методику розробки бізнес-плану, орієнтованого на залучення інвестицій у виробничу діяльність, у структурі якого, як правило, виділяють такі складові.

1. Титульний аркуш.
2. Зміст бізнес-плану.
3. Резюме.
4. Галузь, фірма та її продукція (послуги).
 - 4.1. Поточна ситуація і тенденції розвитку галузі.
 - 4.2. Опис продукту (послуги) фірми.
 - 4.3. Патенти, товарні знаки, інші права власності.
 - 4.4. Стратегія зростання фірми.
5. Дослідження ринку.
 - 5.1. Загальна характеристика ринку продукту.
 - 5.2. Цільовий ринок бізнесу.
 - 5.3. Місцезнаходження фірми.
 - 5.4. Оцінка впливу зовнішніх чинників.
6. Маркетинг-план.
 - 6.1. Стратегія маркетингу.
 - 6.2. Передбачувані обсяги продажу.
7. Виробничий план.
 - 7.1. Основні виробничі операції.
 - 7.2. Машини й устаткування.
 - 7.3. Сировина, матеріали та комплектуючі вироби.
 - 7.4. Виробничі й невиробничі приміщення.
8. Організаційний план.
 - 8.1. Форма організації бізнесу.
 - 8.2. Потреба в персоналі.
 - 8.3. Власники бізнесу й команда менеджерів.
 - 8.4. Організаційна схема управління.
 - 8.5. Кадрова політика та стратегія.
9. Оцінка ризиків.
 - 9.1. Типи можливих ризиків.
 - 9.2. Способи реагування на загрози для бізнесу.
10. Фінансовий план.
 - 10.1. Прибутки і збитки.
 - 10.2. План руху готівки.

10.3. Плановий баланс.

10.4. Фінансові коефіцієнти.

11. Додатки.

13. Основні етапи розробки бізнес-плану

Якщо йдеться про розробку бізнес-плану для розширення вже наявного бізнесу, то необхідність у початковій стадії відпадає. Обґрунтовуючи проект удосконалення діяльності підприємства, теж можна обмежитися лише основною стадією. Розглянемо докладніше кожну зі стадій розробки бізнес-плану.

Початкова стадія. Опрацювання бізнес-плану для заснування нового бізнесу починається з розробки концепції, тобто тих принципів рішень, які закладаються в його основу. У межах роботи над концепцією майбутнього бізнесу:

- 1) здійснюється пошук підприємницької ідеї;
- 2) вибирається сфера діяльності;
- 3) обґрунтовується доцільна форма організації бізнесу;
- 4) приймається рішення щодо способу започаткування бізнесу.

Найвідповідальнішим етапом, від якого багато в чому залежать усі інші рішення щодо створення бізнесу, є пошук ідеї майбутнього бізнесу. Джерелами таких ідей найчастіше бувають: вивчення запитів і побажань споживачів; критичний аналіз товарів, які випускають інші фірми; бесіди з продавцями торговельних закладів; вивчення технічної літератури та патентної інформації; результати власних досліджень і розробок. Для пошуку підприємницьких ідей використовуються різноманітні методи («мозкового штурму», конференції ідей, «колективного блокнота», контрольних запитань, фокальних об'єктів тощо).

Вибір сфери підприємницької діяльності (виробництво, оптова торгівля, роздрібна торгівля, послуги, будівництво, фінансова діяльність тощо) відбувається з урахуванням:

- 1) суті та спрямованості самої ідеї майбутнього бізнесу;
- 2) особистих факторів (власний практичний досвід та потенціал, наявність відповідної освіти та знань, відповідність сфери бізнесу інтересам і вподобанням самого підприємця);
- 3) зовнішніх факторів (реальна економічна ситуація, законодавчо заборонені сфери й види діяльності, необхідність ліцензування діяльності, державні пріоритети в розвитку окремих галузей, сучасні й майбутні потреби споживачів, ступінь конкуренції в галузі, стадії життєвого циклу виробів, наявність необхідних ресурсів, інші специфічні зовнішні фактори).

Будь-яка підприємницька діяльність відбувається в межах певної організаційної форми. Процедура вибору організаційно-правової форми бізнесу передбачає:

1) визначення форм організації бізнесу, які відповідають законодавству України;

2) визначення особливостей, переваг і недоліків кожної з цих форм;

3) визначення критеріїв вибору форми організації бізнесу (ступінь відповідальності, ситуація з податками, обсяг фінансових потреб для започаткування бізнесу, ступінь контролю за фірмою, можливість залучення інших власників, наявність управлінських здібностей у підприємця, можливість зростання бізнесу в майбутньому чи простота його ліквідації);

4) безпосередній вибір форми організації бізнесу. До основних питань опрацювання концепції майбутнього бізнесу належить також вибір способу започаткування бізнесу.

Традиційно розглядають три основні способи започаткування бізнесу:

1) створення нового підприємства «з нуля»;

2) придбання фірми, що вже існує;

3) придбання франшизи, тобто ліцензії, яка надає підприємцеві (фірмі) право на продаж (виробництво, заняття певною діяльністю) товарів чи послуг, у великої фірми, яка вже добре відома споживачам.

Підготовча стадія. Наявність концепції власної справи ставить перед підприємцем велику кількість цілком конкретних запитань. Чим його бізнес відрізнятиметься від бізнесу конкурентів? Що сприятиме або заважатиме його становленню та розвитку? На які конкурентні переваги слід орієнтуватися? Якими мають бути програма дій та пріоритети діяльності майбутнього бізнесу? Отримати відповіді на них – це завдання підготовчої стадії розробки бізнес-плану. Відтак на підготовчій стадії:

1) збирається та аналізується маркетингова, виробнича, фінансова й загальноекономічна інформація про майбутній бізнес (процес формування інформаційного поля бізнес-плану). Чим більше інформації буде зібрано, тим більш обґрунтованими будуть наступні розрахунки;

2) з'ясовуються сприятливі можливості та загрози розвитку бізнесу в зовнішньому середовищі. Для вивчення факторів зовнішнього середовища всю їх сукупність, як правило, поділяють на три групи: загальноекономічні фактори, галузеві фактори, конкуренти;

3) оцінюються сильні та слабкі сторони фірми. Сильні сторони фірми – це її особливі, унікальні або принаймні оригінальні способи конкурентної боротьби. Слабкі сторони – це те, в чому фірма відстає від конкурентів;

4) визначається місія фірми, тобто головне призначення, специфічна роль, особливий шлях у бізнесі, що відрізнятимуть її від конкурентів;

5) формулюються конкретні цілі діяльності фірми, тобто чітко визначається те, чого фірма хоче досягти за певний проміжок часу;

б) аналізуються стратегічні альтернативи та вибирається стратегія діяльності фірми. Вибираючи стратегію, підприємець, як правило, орієнтується

на одну з можливих типових стратегій бізнесу: контроль за витратами, диференціацію; фокусування.

Основна стадія – це безпосереднє опрацювання бізнес-плану. Головна мета цієї стадії – довести економічну доцільність створення даного бізнесу, переконливо показати, як саме гроші чи інші ресурси потенційного інвестора забезпечать йому очікуваний зиск. Інвестор має побачити прибуток не після, а до того, як вкладе гроші в запропонований проект. Звичайно, зробити це можна за допомогою ретельно підготовленого бізнес-плану. При цьому сформульовані на початковій і підготовчій стадіях концепція, місія, цілі та стратегія майбутнього бізнесу утворюють «каркас» бізнес-плану, визначають його спрямованість, логіку побудови і зміст відповідних розділів.

14. Поняття та характеристика конкурентного середовища фірми в структурі бізнес-плану

Одним з важливих елементів бізнес-плану та запорукою успіху підприємницької діяльності є ефективний аналіз конкурентного середовища фірми.

Насамперед охарактеризуємо поняття конкуренції. Конкуренція – це співіснування і боротьба товаровиробників та інших суб'єктів ринкового середовища за досягнення максимальних прибутків та інших цілей шляхом задоволення різноманітних потреб споживачів з повним використанням при цьому власних сильних сторін і можливостей зовнішнього середовища, усуненням слабких власних сторін і загроз ззовні.

У ринковій економіці кожне підприємство діє в певному конкурентному середовищі, фактори якого справляють на нього визначальний вплив саме тому.

Невід'ємною складовою ринкової економіки є створення й розвиток конкурентного середовища – сукупності зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі. У той же час конкурентне середовище є динамічним за темпами, глибиною, масштабністю змін на окремих конкретних ринках, елементом економічного життя.

Згідно класичної моделі конкурентне середовище формується під впливом таких конкурентних сил, як:

- суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі;
- конкуренція з боку товарів, що виробляються фірмами інших галузей, і що є гідними заміниками (субститутами), а також конкурентоспроможні за ціною;
- загроза входу в галузь нових конкурентів;
- економічні можливості та торгівельні спроможності постачальників;
- економічні можливості та купівельні спроможності покупців.

Основні етапи аналізу конкурентного середовища підприємства можна згрупувати наступним чином:

1. Відбір і розрахунок основних економічних показників (параметрів), які найбільш повно характеризують галузь.
2. Визначення конкурентних сил, що діють у галузі і їх впливу на ситуацію, проведення конкурентного аналізу.
3. Виявлення чинників, рушійних сил, які викликають зміни в структурі конкурентних сил у галузі.
4. Визначення підприємств, які мають найсильніші і найслабкіші конкурентні позиції у галузі.
5. Прогнозування найбільш імовірних кроків стратегічних конкурентів.
6. Визначення ключових факторів успіху підприємства (КФУ) у конкурентній боротьбі.
7. Прийняття остаточного рішення щодо прибутковості і привабливості галузі (заключний етап).

Невід'ємною складовою ринкової економіки є створення й розвиток конкурентного середовища – сукупності зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі. У той же час конкурентне середовище є динамічним за темпами, глибиною, масштабністю змін на окремих конкретних ринках, елементом економічного життя.

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

15. Аналіз сильних і слабких сторін підприємства в процесі бізнес-планування

Сильні сторони діяльності є базою підприємства у конкурентній боротьбі, яку воно має зберігати і зміцнювати. Щодо слабких сторін керівництво має робити все можливе, щоб позбутись їх.

Одним з найпоширеніших методів оцінки та аналізу сильних та слабких сторін підприємства, а також ризиків і перспектив його розвитку є SWOT-аналіз («сила», «слабкість», «можливості», «загрози»).

SWOT-аналіз – це групування факторів середовища функціонування підприємства на зовнішні та внутрішні та їх аналіз з позиції визначення позитивного чи негативного впливу на діяльність підприємства.

У межах SWOT-аналізу підприємство, з одного боку, виявляє і оцінює власні сильні та слабкі сторони, з іншого – визначає можливості і загрози, які є в зовнішньому середовищі.

З метою встановлення зв'язків між сильними та слабкими сторонами, загрозами та можливостями у діяльності підприємства формують SWOT-матрицю та виконують SWOT-аналіз (рис. 15.1).

<i>Сторони</i>	<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
Сильні	1	2
Слабкі	3	4

Рисунок 15.1. SWOT-матриця

Для пар, які було обрано в полі 1, стратегію потрібно формувати з використанням сильних сторін діяльності підприємства, щоб отримати віддачу від можливостей, які з'явилися у зовнішньому середовищі.

Якщо пара розміщена в полі 2, то стратегія має передбачати використання сильних сторін діяльності підприємства для уникнення загроз.

Для пар у полі 3 стратегія має бути побудована так, щоб за рахунок нових можливостей подолати слабкі сторони діяльності.

Для пар у полі 4 підприємство має сформувати таку стратегію, яка б дала змогу позбутися слабких сторін у діяльності і загроз.

Готуючи бізнес-план, необхідно пам'ятати, що можливості й загрози можуть перетворюватися на свою протилежність. Так, невикористана можливість може стати загрозою, якщо її використає конкурент. Або, навпаки, вдало ліквідована загроза може відкрити для підприємства додаткові можливості, якщо конкуренти не спроможні її усунути.

Для того, щоб успішно проаналізувати оточення SWOT-методом, важливо вміти не лише визначати загрози та можливості, а й оцінювати їх з точки зору важливості та ступеня впливу на стратегію організації.

16. Маркетинговий план як структурний елемент бізнес-планування

Центральне місце в стратегії будь-якої фірми займає стратегія маркетингу. Фірма для того й існує, щоб поставляти свою продукцію на ринок. Розвиток фірми та величина отриманого прибутку залежать від того, наскільки повно й ефективно вона задовольнятиме потреби своїх клієнтів. Інші компоненти загальної стратегії фірми (фінанси, виробництво, дослідження й розробки) мають сприяти досягненню загальної мети маркетингу. Одночасно й сама стратегія маркетингу має враховувати наявні ресурси фірми та поєднуватися з іншими напрямками її діяльності.

Маркетингова стратегія–програма маркетингової діяльності фірми на цільових ринках, яка визначає принципові рішення для досягнення маркетингових цілей.

У широкому розумінні стратегія маркетингу – це система конкретних стратегій щодо вибору і формування:

- цільового ринку фірми;
- номенклатури та асортименту продукції;
- системи збуту та реалізації продукції;
- політики ціноутворення;
- способів організації рекламної кампанії;
- політики підтримки продукції фірми.

Перелік зазначених конкретних стратегій може змінюватися залежно від специфічних характеристик ринку діяльності фірми, від особливостей самої фірми, її товарів і послуг.

Розділ плану «Стратегія маркетингу», як правило, починається з визначення загальної маркетингової стратегії фірми. З неї тому, хто читає бізнес-план, має стати зрозумілим:

- по-перше, на який із типів маркетингового підходу орієнтується фірма;
- по-друге, на які специфічні властивості й переваги продукції фірми (якість, ціна, обслуговування, сервіс тощо) буде звернуто увагу.

В основу розробки стратегії маркетингу покладено вибір цільового ринку. При цьому можуть бути застосовані різні типи маркетингових підходів до розробки стратегії залежно від:

- структурних характеристик даного цільового ринку (ринок у цілому; один сегмент ринку; кілька сегментів ринку);
- стадії життєвого циклу товару;
- ресурсних можливостей фірми;
- ступеня однорідності продукту фірми;
- маркетингової стратегії конкурентів.

У самому бізнес-плані достатньо пояснити, чому був вибраний той чи той тип маркетингового підходу і на яких перевагах фірми будуватиметься стратегія завоювання цільового ринку.

Реалізація загальної стратегії маркетингу здійснюється:

- вибором відповідних каналів збуту продукції (послуг) фірми;
- формуванням цінової політики;
- вибором способів реалізації рекламної кампанії;
- формуванням політики підтримки продукту (послуг) фірми.

Усі ці елементи маркетингової стратегії тісно взаємопов'язані і можуть бути поєднані різними способами. Це означає, що кожна фірма формує свою власну так звану маркетингову суміш, тобто так розподіляє зусилля й комбінує

інструменти маркетингу, щоб з урахуванням конкретних ринкових умов досягати своїх цілей найліпшим способом.

17. План виробництва в структурі бізнес-плану підприємства

Розділ виробничого плану в бізнес-плануванні є одним із найважливіших і формується на основі маркетинг-плану.

Цей розділ готується тільки тими підприємцями, які збираються займатися виробництвом товарів. Головне завдання – довести потенційним партнерам, що підприємство дійсно зможе виробляти потрібну кількість товарів у потрібний термін і з необхідною якістю.

Виробнича програма – це завдання з кількості й асортименту продукції або послуг певної якості, що встановлюється об'єкту планування, виходячи з потреб споживачів і можливостей підприємства.

Особлива роль виробничої програми пов'язана з тим, що на основі її показників розробляють наступні розділи плану. Так, для визначення витрат на придбання сировини, яку треба закупити, необхідно знати обсяг виробництва продукції, її асортимент, питомі витрати сировини на одиницю продукції і її ціну. Фонд оплати праці також залежить від трудомісткості планового обсягу робіт, що визначається у виробничій програмі; загальні витрати і результати господарської діяльності планують, ґрунтуючись на обсягах виробництва і т.п.

Формування показників виробничої програми може бути засноване на двох підходах:

1. Перший полягає в тому, що в основу розрахунків закладається так зване соціальне замовлення, показники економічної доцільності при цьому відходять на другий план.

2. Другий підхід полягає в тому, що в основу розрахунків показників діяльності закладаються економічно доцільні обсяги виробництва, тобто відбувається оптимізація обсягів послуг, що надаються, виходячи з очікуваної ціни, витрат і попиту.

Виробнича програма підприємства розраховується на основі наявних його виробничих потужностей в розрізі номенклатури виробів і послуг, для яких визначені режим найбільшого сприяння на ринку даного виду продукції і послуг, а також обсяг продукції, який спроможний «поглинути» відповідний сегмент ринку.

Виробнича програма, що розрахована згідно з наявними потужностями, порівнюється з обсягом потреби ринку відповідного виду продукції, визначається необхідний і достатній приріст обсягів продукції.

В структурі виробничого плану звичайно виокремлюють такі блоки (підрозділи):

- основні виробничі операції;
- машини та устаткування;

- сировина, матеріали й комплектувальні вироби;
- виробничі й невиробничі приміщення;
- вплив зовнішніх факторів.

У підрозділі «Основні виробничі операції» варто навести схему виробничих потоків, яка дає можливість зрозуміти: 1) звідки фірма отримує сировину, матеріали й комплектувальні вироби; 2) в якій технологічній послідовності виготовляється продукція; 3) куди й кому готову продукцію фірма буде поставляти (продавати). Крім того, у цьому розділі (за потреби) визначають види операцій, що їх виконуватимуть субпідрядники, і дають характеристику кожному з них з додатком копій укладених з ними контрактів або підписаних протоколів про наміри.

Підрозділ «Машини та устаткування» складається: 1) з повного списку машин та устаткування, потрібного для здійснення технологічного процесу; 2) розрахунків витрат, пов'язаних з придбанням або орендою (лізингом) технологічного обладнання; 3) інформації щодо строків служби та амортизаційних відрахувань. У разі потреби надають характеристику основних техніко-експлуатаційних показників устаткування.

У підрозділі «Сировина, матеріали й комплектувальні вироби» наводять відомості щодо: 1) усіх видів матеріальних ресурсів, котрі будуть використані у виробничому процесі; 2) конкретних постачальників сировини й матеріалів; 3) закупівельних цін на всі види матеріальних ресурсів; 4) фінансових та інших умов постачання цих ресурсів фірмі; 5) обсягів потрібних запасів сировини, матеріалів і комплектувальних виробів, а також відомості щодо особливих умов їх зберігання.

Підрозділ «Виробничі й невиробничі приміщення», як правило, включає інформацію про потреби фірми в конкретних виробничих і невиробничих приміщеннях (включаючи адміністративні, складські, підсобні). Причому приміщення характеризуються щодо їх розмірів, територіального розміщення, забезпечення майданчиками для навантажувально-розвантажувальних робіт, транспортними засобами тощо.

Насамкінець у виробничому плані обов'язково визначається можливий вплив зовнішніх факторів на виробничо-господарську діяльність фірми. До таких факторів належать: 1) зміна цін на окремі види матеріальних ресурсів з ініціативи постачальників або під впливом економічної ситуації в країні; 2) імовірність появи нових технологій виготовлення окремих видів продукції; 3) юридичні обмеження стосовно виробничих процесів (санітарно-екологічні норми, вимоги до утилізації відходів виробництва, безпеки праці тощо).

18. Організаційний план в системі бізнес-планування

Після відповіді на питання, як буде вироблятися продукція (послуги), важливо вирішити проблему набору персоналу і планування його роботи. Через

це наступний розділ бізнес-плану має назву «Організаційний план». Команда управління є ключем до впровадження ідей в успішний бізнес. Інвестори віддають перевагу сформованій команді керівників, які суміщають технічні, управлінські, комерційні і ділові навички.

Основна мета цього розділу – надати інформацію про форму власності; забезпеченість підприємства персоналом, визначити організаційну структуру виробництва і штатний розклад, які повинні сприяти досягненню певної мети бізнесу при мінімальних витратах.

Насамперед, в цьому розділі розглядаються питання керівництва і управління підприємством. Обґрунтовується організаційна управлінська група і описується роль кожного її члена. Наводяться короткі біографічні дані про всіх членів, директорів (вік, освіта), аналізуються знання і кваліфікація всієї команди в цілому. У бездоганному випадку таланти і уміння кожного її члена доповнюватимуть один одного і охоплюватимуть всі функціональні сфери бізнесу (маркетинг, фінанси, виробничий процес). Також в цьому розділі мають бути наведені дані про керівників основних підрозділів, їх можливість і досвід, а також, про їх обов'язки; описується механізм підтримки і мотивації провідних керівників, тобто як їх зацікавити в досягненні поставлених у бізнес-плані цілей, як оплачуватиметься праця кожного керівника.

Не менш важливою є розробка системи підбору кадрів. Підприємством обумовлюються принципи відбору співробітників, принципи найму, створення системи планування професійної підготовки, підвищення кваліфікації і перепідготовки кадрів, вибір методу і періодичність оцінки якості праці співробітників, система просування працівників по службі.

Ознайомившись з організаційним планом, потенційний інвестор має отримати уяву про того, хто здійснюватиме керівництво підприємством, яким чином складатимуться стосунки між персоналом на практиці, якою буде система розстановки кадрів і кадрова політика підприємства.

Організаційний план узагальнює таку інформацію:

- організаційна форма бізнесу;
- власники підприємства, менеджери, консультанти;
- потреба в персоналі;
- організаційна схема управління;
- кадрова політика і стратегія;
- календарне планування організації бізнесу.

Важлива роль на підприємстві повинна належати кадровій політиці. Кадрова політика – система роботи з персоналом, що об'єднує різні форми діяльності й має на меті створення згуртованого й відповідального високопродуктивного колективу для реалізації можливостей підприємства адекватно реагувати на зміни в зовнішньому і внутрішньому середовищах.

На рівні підприємства (організації) ця система перерахованих заходів повинна створити сприятливі умови для нормального функціонування, розвитку і ефективного використання персоналу. Кожне підприємство розробляє свої власні принципи кадрової політики. До загальних принципів, характерних для більшості підприємств, можна віднести: справедливість, послідовність, дотримання трудового законодавства, рівність і відсутність дискримінації.

Організаційна структура підприємства тісно пов'язана з прийнятою організаційно-правовою його формою, наявністю філій, дочірніх компаній, характером спільної діяльності з партнерами.

Основні характеристики організаційної структури – чисельність управлінського персоналу за функціями управління, чисельність лінійного управлінського персоналу, кількість рівнів ієрархії системи управління підприємством, кількість структурних ланок на кожному рівні, ступінь централізації управління.

Створення організаційної структури управління підприємства, на якій мають бути показані всі організаційні одиниці фірми їх ієрархія і зв'язки. До схеми необхідно додати коротке пояснення особливостей організаційної побудови і розкрити окремі її деталі (1-2 сторінки).

Крім того, подаються відомості про діючу систему заробітної плати, механізм її нарахування різним категоріям працівників підприємства; систему преміювання, розмір середньої заробітної плати і надбавок за категоріями працівників, пропозиції щодо зміни системи оплати праці.

Фонд заробітної плати визначається як добуток доходів по всіх видах діяльності підприємства на прийнятій норматив витрат заробітної плати на 1 гривню доходів з урахуванням нормативів, установлених державою, по фонду заробітної плати. Заробітна плата розподіляється по тих ж групах працівників, по яких установлюється розрахунок чисельності персоналу.

19. Фінансовий план та стратегія фінансування бізнесу

Фінансовий є центральним розділом бізнес-плану. Фінансовий план – це розділ, який узагальнює основні положення всіх попередніх розділів бізнес-плану у вартісному вираженні. Цей розділ бізнес-плану дає можливість оцінити здатність забезпечувати надходження коштів в обсязі, необхідному для реалізації бізнес-плану та достатньому для обслуговування боргу (або виплати дивідендів, коли мова йде про інвестиції).

Головна мета фінансового плану – узагальнити основні положення всіх попередніх розділів бізнес-плану, зводячи їх в одне ціле у вартісній формі, та обґрунтувати доцільність реалізації даного підприємницького проекту з економічного погляду.

У фінансовому плані дається відповідь на ряд важливих запитань, зокрема в ньому:

- узагальнюються у вартісній формі результати розробки решти розділів бізнес-плану;

- кількісно визначається потреба даного бізнесу в інвестиціях;

- обґрунтовується висновок щодо економічної доцільності реалізації підприємницького проекту.

Розрахунки, які містить фінансовий план, мають дати чіткі та ясні відповіді на такі запитання самого підприємця, потенційних інвесторів і кредиторів:

1. Звідки фірма отримуватиме кошти і на що конкретно останні будуть витрачені?

2. Як співвідносяться поточні потреби фірми у грошах з рухом готівки?

3. Яким буде фінансовий стан фірми на кінець прогнозованого періоду?

4. Чи зможе підприємець виконати взяті на себе зобов'язання?

5 Чи здатний підприємець належно розпорядитися отриманими коштами, щоб своєчасно повернути борги та забезпечити достатній прибуток на вкладений капітал?

У процесі розробки цього розділу бізнес-плану слід урахувувати такі його особливості:

1. У багатьох відношеннях фінансовий план є найменш гнучкою за формою частиною бізнес-плану. На відміну від інших розділів він має містити відповідний перелік фінансових документів (у тому числі таблиць і графіків). Кожен з цих документів повинен мати стандартну форму. Жорсткі вимоги до опрацювання цих документів спричиняються необхідністю забезпечення єдиної методики розрахунків фінансових показників. Це означає, що потенційний інвестор або кредитор може самостійно за стандартною методикою провести аналіз фінансової інформації, яку містить бізнес-план, оцінити фінансовий стан даної фірми та прийняти рішення щодо вкладання своїх коштів у даний проект.

2. Інвестори та кредитори, як правило, вимагають, щоб фінансовий план складався з перспективою на три роки (до того ж із щомісячними показниками за перший рік та щоквартальними – за другий і третій).

3. Фінансовий план не може мати розбіжностей з іншими розділами бізнес-плану. Якщо, наприклад, в маркетинг-плані йдеться про наміри розгорнути широкомасштабну рекламну кампанію, то це обов'язково має знайти відображення в плані доходів і видатків. Якщо на бізнес фірми впливає фактор сезонності продажу, то його слід урахувувати, проектуючи рух готівки, тощо.

4. У зв'язку з тим, що будь-який фінансовий аналіз майбутнього неминує характеризується певним рівнем невизначеності, у фінансовому плані доцільно опрацювати кілька сценаріїв розвитку подій. Рекомендується розробляти як мінімум два варіанти фінансових показників. Один з них має ґрунтуватися на консервативних припущеннях, а другий – урахувувати повний потенціал бізнесу.

5. У фінансовому плані треба (за можливості) підкреслювати достовірність інформації, яку він містить. Якість первинної інформації безпосередньо позначається на точності фінансових розрахунків. Інвестори часто проводять власні дослідження з метою оцінки достовірності розрахунків у бізнес-плані. Тому в разі відхилення відповідних фінансових показників бізнес-плану від середніх по галузі, до якої належить даний бізнес, обов'язково треба дати вичерпне пояснення цього.

Мета та особливості розробки фінансового плану визначають його зміст, послідовність і рівень деталізації опрацювання. Фінансовий план містить такі основні підрозділи:

1. План доходів і видатків (план прибутків і збитків).
2. План грошових надходжень і виплат (план руху готівки).

3. Плановий баланс. У цьому розділі відображаються активи і пасиви підприємства, кошти, вкладені в розвиток виробництва підприємцем особисто і його партнерами, і нерозподілений прибуток. До складання балансового плану на кінець першого року приступають, коли складені план доходів і витрат та план грошових надходжень і виплат. Балансовий план являє собою розрахунок активів (грошових коштів, обладнання, будівель, споруд, земель та ін.) і пасивів (зобов'язань перед кредиторами), рівність яких являє собою власний капітал підприємства, до якого належать кошти, вкладені партнерами, і прибуток, який залишиться після сплати податків.

Відповідно обґрунтований фінансовий план може бути використаний не тільки для залучення інвесторів і кредиторів, а й для оцінки результатів діяльності фірми після фактичного започаткування бізнесу. Крім того, фінансовий план часто є основою для опрацювання детального робочого бюджету фірми. Таким чином, фінансовий план має стати керівним документом, що в ньому треба чітко визначити, звідки, коли та як залучатиметься та витрачатиметься необхідний капітал.

20. Точка беззбитковості та точка окупності і їх розрахунок в процесі розробки бізнес-плану

Важливе значення в плануванні прибутку має визначення точки беззбитковості («порогу рентабельності»), тобто такої виручки від реалізації, при якій підприємство не має збитків, але ще не має і прибутків. При цьому витрати підприємства дорівнюють його доходам.

Для розрахунку точки беззбитковості можна користуватися як алгебраїчним, так і графічним методами.

Розрахунок точки беззбитковості у натуральному виразі алгебраїчним методом здійснюється, виходячи з такого рівняння:

$$CD = CB, \quad (20.1)$$

де CD – сукупний дохід; CB – сукупні витрати.

Відповідно:

$$C_i \times N_o = PB + 3B_i \times N_o, \quad (20.2)$$

де C_i – ціна одиниці продукції (без ПДВ); N_o – обсяг виробництва в натуральному виразі, за якого досягається беззбитковість діяльності; PB – постійні витрати на весь обсяг виробництва; $3B_i$ – змінні витрати на одиницю продукції.

Звідси:

$$N_o = \frac{PB}{C_i - 3B_i}. \quad (20.3)$$

Різниця в знаменнику є маржинальним доходом, тому формулу можна інтерпретувати так:

$$N_o = \frac{PB}{MD_i}, \quad (20.4)$$

де MD_i – маржинальний дохід на одиницю продукції.

Таким чином, точка беззбитковості в натуральному виразі показує, за якого обсягу виробництва маржинальний дохід є достатнім для того, щоб відшкодувати сукупні постійні витрати.

Точка окупності (період окупності) – кількість часу, необхідна для покриття витрат на той чи інший проект або для повернення коштів, вкладених підприємством за рахунок коштів, одержаних в результаті основної діяльності по даному проекту.

Порівнюючи два чи більше проектів, перевагу надають проектам з коротшим періодом окупності. Проте ухвалені проекти не повинні перевищувати необхідний період окупності, який потрібно визначити заздалегідь.

Недоліки даного методу полягають в тому, що, по-перше, вибір нормативного строку окупності може бути суб'єктивний. По-друге, метод не враховує прибутковість проекту за межами строку окупності і, виходить, не може застосовуватися при порівнянні варіантів з однаковими періодами окупності, але різними термінами життя. Крім того, він не годиться для оцінки проектів, пов'язаних з принципово новими продуктами. Точність розрахунків за

таким методом в більшій мірі залежить від частоти розбивки терміну життя проекту на інтервали планування. Ризик також оцінюється дуже грубо.

Головна хиба методу періоду окупності в тому, що він зовсім не враховує зміну вартості грошей з часом. Дія цієї методики не робить різницю між 1000 грн. грошового потоку за перший рік і такою ж сумою за другий рік. До того ж методика періоду окупності не враховує грошових потоків після того, як початкові інвестиції вже окупилися. Через ці хиби метод періоду окупності не може вважатися досконалим підходом для оцінки доцільності інвестицій.

Згідно з міжнародними стандартами бізнес-планування застосовується як один з фінансових показників ефективності бізнес-планів.

4.3 ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗКІВ ЗАДАЧ З ДИСЦИПЛІНИ «ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА»

Задача1

Бізнес-проект розрахований на випуск 1000 виробів, які реалізуються за ціною (C) 20000 грн. Уся вироблена продукція реалізується. Повні витрати ($C_{ПВ}$) дорівнюють 4000000 грн., змінні витрати ($C_{ЗМ}$) на одиницю продукції – 12000 грн. Знайдіть точку беззбитковості проекту. Знайдіть точку беззбитковості.

Розв'язок:

1. Знаходимо точку беззбитковості в натуральному вираженні:

$$T_{\bar{o}}^{nam} = \frac{C_{ПВ}}{C - C_{ЗМ_{од}}}, \quad (1.1)$$

$$T_{\bar{o}}^{nam} = \frac{4000000}{20000 - 12000} = 500(\text{шт}).$$

2. Знаходимо точку беззбитковості графічним методом:

$$T_{\bar{o}}^{zp} = T_{\bar{o}}^{nam} \times C, \quad (1.2)$$

$$T_{\bar{o}}^{zp} = 500 \times 20000 = 10(\text{млн.грн}).$$

На рис. 1.1 зображено точку беззбитковості.

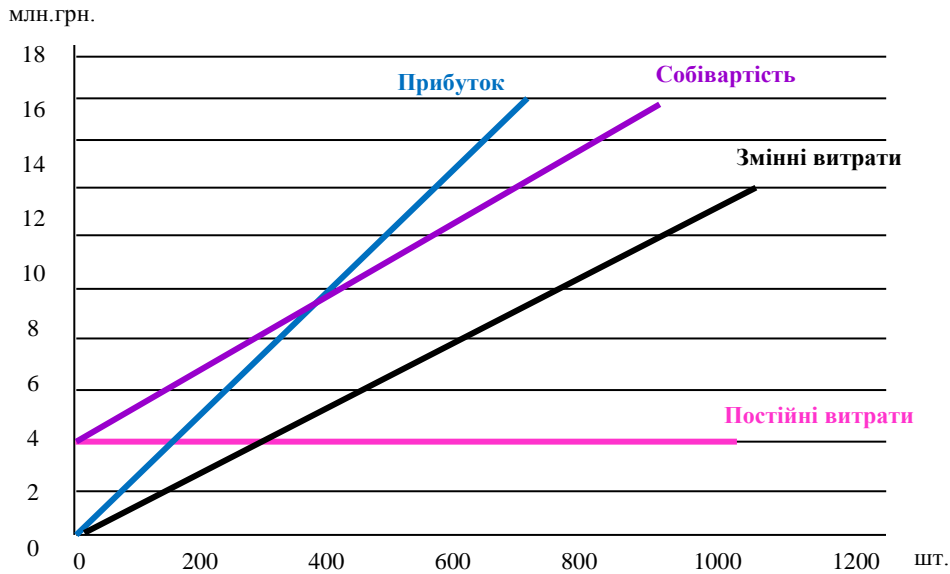


Рисунок 1.1. Графічне відображення точки беззбитковості

Задача 2

Підприємство інвестувало на будівництво готелю 40 мільйонів гривень і планує отримувати від експлуатації готелю відповідно:

- 1-й рік – 35 млн.грн;
- 2-й рік – 60 млн.грн;
- 3-й рік – 80 млн.грн;
- 4-й рік – 100 млн. грн.

Розв'язок:

Для розрахунку періоду окупності інвестицій візьмемо ставку дисконту в розмірі 100 %. Дисконтування грошових потоків зробимо за формулою:

$$PV = \frac{CF_t}{(1+r)^t}, \quad (2.1)$$

де CF_t – грошовий потік (чисті грошові надходження) за рік t ; r – ставка дисконту; t – рік, за який отримано грошовий потік.

Проводимо необхідні розрахунки в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Розрахунок дисконтного періоду окупності проекту

Грошові потоки	Початкові інвестиції (витрати)	Надходження			
		1	2	3	4
-	0	1	2	3	4
Чистий грошовий потік	-40 млн.	35	60	80	100

		млн.	млн.	млн.	млн.
Чистий дисконтний грошовий потік		17,5 млн.	15 млн.	10 млн.	6,25 млн.
Накопичений чистий дисконтний грошовий потік		22,5 млн.	-7,5 млн.	+3,5 млн.	
Дисконтний період окупності				2,75 року	

Накопичений чистий дисконтний грошовий потік являє непокриту частку початкової інвестиції. Кожен рік, в міру отримання прибутків від інвестицій, ця величина зменшується. З таблиці видно, що наприкінці другого року непокритими залишились 7,5 млн. грн., з цього випливає, що дисконтний період окупності становить два повних року і частину третього року.

Розрахунок здійснюється таким чином:

$$DPB = 32500000 + \frac{7500000}{10000000} = 2 + 0,75 = 2,75 \text{ року.}$$

Показники РВР та DPB достатньою мірою характеризують ризик проекту і надають менеджеру важливу інформацію щодо строків протягом яких гроші будуть пов'язані з цим проектом.

4.4 РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА З ДИСЦИПЛІНИ «ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА»

Основна література:

1. Алексєєва М.М. Планування діяльності фірми: Навчально-методичний посібник / М.М. Алексєєва. – К.: Фінанси і статистика, 2011. – 248с.
2. Бизнес-план. Методическиематериалы–доп. изд. / Под. ред. Н.А. Колесниковой, А.Д. Миронова. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 216с.
3. Васильців Т.Г. Бізнес-планування: Навчальний посібник / Т.Г. Васильців, Я.Д. Качмарик, В.І. Блонська, Р.Л. Лупак. – К.: Знання, 2013. – 207с.
4. Воротіна Л.І. Бізнес-планування: Методологія, методика, механізм: Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. / Л.І. Воротіна., В.Є. Воротін, В.П. Чайковська. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2010. – 223 с.
5. Гетало В.П. Бізнес-планування: Навчальний посібник / В.П. Гетало, Г.О. Гончаров, А.В. Колісник. – К.: Професіонал, 2008. – 240с.

6. Гринева В.Н. Бизнес-план производственного предприятия: комплексная технология разработки: Учебное пособие / В.Н. Гринева. – Х.: ИНЖЭК, 2011. – 119с.

7. Губені Ю.Е. Сучасні методи бізнес-планування / Ю.Е. Губені, І.І. Костецька // Економіка АПК. – 2011. – № 6. – С. 90-93.

8. Колесніков Г.О. Теоретичні основи складання фінансового плану в процесі бізнес-планування: Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. / Г.О. Колесніков. – Луцьк: ВІЕМ, 2010. – 140 с.

9. Макаренко С.М. Бізнес-планування: Навчально-методичний посібник для студентів / С.М. Макаренко. – Херсон: ТОВ «ВКФ «СТАР» ЛТД», 2017. – 224 с.

10. Македон В.В. Бізнес-планування: Навчальний посібник / В.В. Македон. – К.: ЦУЛ, 2009. – 236с.

11. Падерін І.Д. Бізнес-планування: Навчальний посібник / І.Д. Падерін. – Д.: Свідлер А.Л., 2012. – 137 с.

12. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник / За ред. О.М. Свінцицької. – К.: Кондор, 2009. – 263с.

13. Подкуйко Н.Д. Бізнес-планування: Навчальний посібник / Н.Д. Подкуйко, Л.Л. Лисенко. – К.: ДАКККіМ, 2008. – 155с.

14. Стратегічне управління суб'єктами господарювання: проблеми теорії та практики: Монографія / О.Л. Яременко та ін. – Харків: Вид-во НУА, 2013. – 587 с.

15. Філяк М. Бізнес-планування у малому кооперативному підприємстві: Зб. док. / М. Філяк, Ю. Завадовська. – Л.: Часопис, 2013. – 64 с.

16. Чаус В.М. Планування діяльності підприємств у сучасних умовах господарювання: теоретичний підхід / В.М. Чаус // Вісник ЛКА: Зб. наук. праць. – 2010. – Вип. 32. – С.112-116.

Додаткова література:

1. Баранов О.Г. Планування і контроль на підприємстві: Навчальний посібник / О.Г. Баранов. – Севастополь: СевНТУ, 2012. – 219 с.

2. Барнич Ю.О. Бізнес-план підприємницької виробничої діяльності: Навчальний посібник / Ю.О. Барнич. – К.: НТУУ «КПІ», 2011. – 124 с.

3. Башинська І.О. Теоретичні основи розробки та комерціалізації механізму просування на ринок нових товарів виробничих підприємств: Монографія / І.О. Башинська, Н.С. Поповенко. – Донецьк: Ноулідж, Донец. відня, 2012. – 191 с.

4. Дикань В.Л. Етичні основи бізнесу: Навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. / В.Л. Дикань, В.В. Компанієць, О.М. Полякова. – Х.: УкрДАЗТ, 2012. – 316 с.

5. Ібрагімов Е.Е. Забезпечення розвитку корпоративного стратегічного планування в епоху економіки знань: Монографія / Е.Е. Ібрагімов. – Сімферополь: АРІАЛ, 2012. – 327 с.
6. Ібрагімов Е.Е. Стратегічне планування підприємства з орієнтацією на знання: теорія та методологія: Монографія / Е.Е. Ібрагімов. – Сімферополь: Форма, 2012. – 131 с.
7. Моделювання бізнес-планів інвестиційних проектів: Навчальний посібник / В.Т. Голубятніков, Р.М. Мазур, Н.В. Голубятнікова, В.В. Захарчук / За заг. ред. доц. В.Т. Голубятнікова. – Л.: ЛРІДУ НАДУ, 2010. – 264 с.
8. Николенко Б.А. Бізнес-план для малого підприємства: Крат. методика підгот. бізнес-плана / Б.А. Николенко. – О.: БАНТО, 2010. – 64 с.
9. Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів: Навчальний посібник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / С.Ю. Цьохлата ін. – Сімферополь: ДІАЙП, 2011. – 399 с.
10. Основибізнесу: Практичний курс: Зб. вправ, задач, тестів та ситуац. завдань: Навчальний посібник / В.Р. Кучеренко та ін. / Ред. В.Р. Кучеренко. – К.: Центр учб. л-ри, 2010. – 176 с.

5 ПРОГРАМА З ДИСЦИПЛІНИ «ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА»

Мета дисципліни: надати теоретичні та практичні знання у сфері формування та оцінки потенціалу підприємства; розвивати у майбутніх спеціалістів здатність до самостійного мислення у сфері формування, функціонування та розвитку потенціалу підприємства за допомогою сучасних методів оцінки.

Завдання дисципліни: ознайомлення та вивчення методології розробки стратегій підприємства та вибору стратегічних альтернатив; набуття навичок стратегічного мислення та практичного застосування методологічного апарату дисципліни, оволодіння новітніми підходами до управління формуванням та розвитком потенціалу підприємства, визначення резервів розвитку підприємства та розробка заходів щодо підвищення рівня його потенціалу.

Предмет дисципліни: методологія і методика формування, оцінювання та розвитку потенціалу підприємства.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1. Поняття, структура та характеристика потенціалу підприємства. Поняття терміну «потенціал». Характеристика потенціалу підприємства. Організаційні основи потенціалу підприємства. Структура потенціалу підприємства. Графоаналітична модель оцінки потенціалу підприємства.

Тема 2. Формування потенціалу підприємства. Теоретичні основи формування потенціалу. Методичні основи формування потенціалу підприємств. Оптимальний потенціал підприємства. Сучасні тенденції та особливості формування потенціалу.

Тема 3. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства. Фактори формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Прикладні моделі оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

Тема 4. Теоретичні основи оцінки потенціалу підприємства. Оцінка потенціалу підприємства: основні цілі та сфери застосування. Вартісний підхід до оцінки потенціалу підприємства. Принципи та основні етапи оцінки потенціалу підприємства. Правові основи оцінки вартості.

Тема 5. Методичні підходи до оцінки потенціалу підприємства. Методи оцінки вартості потенціалу підприємства. Витратна концепція оцінки потенціалу підприємства. Результатний підхід до оцінки вартості потенціалу підприємства. Порівняльний підхід до оцінки вартості потенціалу підприємства.

Тема 6. Оцінка вартості нерухомості. Теоретичні аспекти визнання земельних ділянок та об'єктів нерухомості складовими потенціалу підприємства. Оцінка вартості будівель і споруд. Методичні основи оцінки вартості земельних ділянок. Особливості оцінки земельних ділянок в Україні.

Тема 7. Оцінка ринкової вартості машин та обладнання. Об'єкт, цілі та особливості оцінки машин та обладнання. Класифікація та специфіка машин і обладнання. Види старіння машин та обладнання. Методи оцінки машин та обладнання.

Тема 8. Нематеріальні активи. Методи їх оцінки. Формування нематеріальних активів підприємства та їх аналіз. Роль, значення та характер участі нематеріальних активів у господарській діяльності підприємства. Оцінка нематеріальних активів підприємства.

Тема 9. Трудовий потенціал підприємства та його оцінка. Роль і значення трудового потенціалу в економічних відносинах. Кадровий потенціал підприємства. Управлінський потенціал підприємства. Методологія та методики оцінки трудового потенціалу підприємства.

Тема 10. Оцінювання вартості бізнесу. Особливості методів оцінки вартості бізнесу. Методи витратного підходу до оцінки вартості бізнесу. Методи

результатного підходу до оцінки вартості бізнесу. Методи оцінки вартості бізнесу, що базуються на порівняльному підході.

5.1 ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА»

1. Поняття, структура та характеристика потенціалу підприємства.
2. Графоаналітична модель оцінки потенціалу підприємства.
3. Теоретичні основи формування потенціалу підприємства.
4. Методичні основи формування потенціалу підприємства.
5. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства.
6. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства.
7. Теоретичні основи оцінки потенціалу підприємства: принципи та основні етапи.
8. Вартісний підхід до оцінки потенціалу підприємства.
9. Витратна концепція оцінки потенціалу підприємства.
10. Результатний підхід до оцінки вартості потенціалу підприємства.
11. Порівняльний підхід до оцінки вартості потенціалу підприємства.
12. Визначення поняття земельних ділянок та оцінка їх вартості.
13. Оцінка вартості будівель і споруд.
14. Об'єкт, цілі, класифікація та специфіка машин та обладнання.
15. Методи оцінки машин та обладнання.
16. Нематеріальні активи підприємства: роль і значення.
17. Оцінка нематеріальних активів підприємства.
18. Роль і значення трудового потенціалу в економічних відносинах.
19. Методики оцінки трудового потенціалу підприємства.
20. Методи оцінки вартості бізнесу.

5.2 ВІДПОВІДІ НА ЗАПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА»

1. Поняття, структура та характеристика потенціалу підприємства

Термін «потенціал» походить від латинського слова «potentia» і означає «потужність, сила, приховані можливості». Це означає наявність у кого-небудь (це може бути людина, робочий колектив, суспільство в цілому) прихованих можливостей, які ще не виявилися, або здатності діяти у відповідних сферах.

У розвитку сучасних уявлень про потенціал можна виділити три напрямки.

Представники першого ресурсного стверджують, що потенціал – це сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів.

Друга група авторів розглядає потенціал як систему матеріальних та трудових факторів (умов, складових), що забезпечують досягнення мети виробництва.

Учені третього напрямку розглядають потенціал як здатність комплексу ресурсів економічної системи виконувати поставлені перед нею завдання.

Основний зміст поняття «потенціал підприємства» полягає в інтегральному відображенні (оцінці) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси.

Потенціал підприємства характеризується чотирма основними рисами:

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

2 риса: можливості будь-якого підприємства здебільшого залежать від наявності ресурсів і резервів (економічних, соціальних), не залучених у виробництво;

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

4 риса: рівень і результати реалізації потенціалу підприємства визначаються також формою підприємництва та адекватною їй організаційною структурою.

Основоположне завдання теорії потенціалу – це визначення напрямку розвитку виробничого та ринкового процесів на підприємстві для забезпечення ефективної цілеспрямованої діяльності та отримання доходу.

Під структурою системи, якою є потенціал підприємства, розуміють мережу найбільш суттєвих, стійких зв'язків між елементами.

Об'єктні складові пов'язані з матеріально-речовинною та особовою формою потенціалу підприємства. До них належить: інноваційний потенціал, виробничий потенціал, фінансовий потенціал та потенціал відтворення.

Суб'єктні складові пов'язані із суспільною формою їх прояву. Вони не споживаються, а виступають як передумова, як загальноекономічний, загальногосподарський соціальний чинник раціонального використання об'єктних складових.

До суб'єктних складових потенціалу підприємства відносять: науково-технічний потенціал, управлінський потенціал, потенціал організаційної структури управління, маркетинговий потенціал.

Окреме місце в структурі потенціалу займають трудовий, інфраструктурний та інформаційний потенціал, їх не можна однозначно віднести ані до суб'єктних, ані до об'єктних складових.

2. Графоаналітична модель оцінки потенціалу підприємства

Графоаналітична модель потенціалу призначена для проведення діагностики можливостей підприємства. Цей метод був вперше запропонований у 1998 році в наукових працях І.М. Рєпіної і мав назву «квадрат потенціалу».

Такий метод дає можливість системно встановити кількісні та якісні зв'язки між окремими елементами потенціалу, рівень його розвитку та конкурентоспроможності і на підставі цього обґрунтувати та своєчасно реалізувати управлінські рішення щодо підвищення ефективності функціонування підприємства.

Графічна модель потенціалу призначена для проведення діагностики можливостей підприємства і має форму сфери. Така форма репрезентує всі напрямки діяльності підприємства і тим самим розкриває діалектику його потенціалу. Але на практиці важко користуватися сферичною формою для оцінки потенціалу підприємства. Тому пропонують з метою аналізу спростити графічну модель до форми кола чи до іншої фігури залежно від вибору кількості напрямків діагностики потенційних можливостей.

Діагностику потенціалу підприємства доцільно проводити методом порівняльної комплексної рейтингової оцінки за допомогою системи показників за такими 4 функціональними блоками:

1 блок – «Виробництво, розподіл та збут продукції». У цьому блоці необхідно проаналізувати наступні економічні показники діяльності підприємства: обсяг виробництва продукції; потужність підприємства; собівартість продукції; витрати на 1 гривню товарної продукції; валовий прибуток; чистий прибуток; фондівдача; фондоємність; рентабельність; рентабельність продукції; якість продукції; екологія виробництва.

2 блок – «Організаційна структура та менеджмент». У цьому блоці використовуються економічні показники діяльності підприємства: ділові якості менеджерів; ефективність організаційної структури управління; вік персоналу; рівень освіти; продуктивність роботи; середньомісячна оплата праці; рівень менеджменту; культура фірми.

3 блок – «Маркетинг». У цьому блоці досліджуються такі економічні показники діяльності підприємства: обсяги постачань на внутрішній ринок; місце в експорті; фінансування рекламної діяльності; фірмовий стиль (розвинуті напрямки); ціна за одиницю продукції; витрати на інноваційну діяльність; канали збуту; нововведення; маркетингові плани і програми.

4 блок – «Фінанси». Цей блок потребує аналізу фінансового стану підприємства за допомогою коефіцієнтів: коефіцієнт поточної оцінки; коефіцієнт

критичної оцінки; оборот матеріально-товарних запасів; термін погашення дебіторської заборгованості; рентабельність продажу; рентабельність активів; рентабельність власного капіталу; оборотність активів, обертів; прибуток на одного працюючого; виторг на одного працюючого; коефіцієнти заборгованості; коефіцієнт капіталізації; коефіцієнт ділової активності; коефіцієнт ліквідності тощо.

В основу розрахунку кінцевої рейтингової оцінки покладається порівнювання підприємств за кожним показником з чотирьох названих функціональних блоків з умовним еталонним підприємством або з реальним підприємством, що має найкращі результати на ринку. Таким чином, базою для рейтингової оцінки стану та рівня використання підприємницького потенціалу є не суб'єктивні думки експертів, притаманні більшості інших методик оцінювання, а найвищі результати, досягнуті в реальній конкурентній боротьбі.

3. Теоретичні основи формування потенціалу підприємства

Формування потенціалу підприємства – це процес ідентифікації та створення спектра підприємницьких можливостей, його структуризації та побудови певних організаційних форм, задля стабільного розвитку та ефективного відтворення.

Чинники, що впливають на формування та розвиток потенціалу підприємства діляться на внутрішні та зовнішні залежно від сфери їх впливу на складові потенціалу.

Зовнішні чинники пов'язані з заходами державних органів, банківських установ, інвестиційних компаній тощо. До зовнішніх чинників відносять економічні, природні, політико-правові, соціокультурні, технологічні та інші.

До внутрішніх чинників перш за все відноситься стратегія підприємства. Тому процес формування потенціалу є одним з напрямків економічної стратегії підприємства.

Існує декілька основних принципів формування потенціалу підприємства:

1) потенціал підприємства є складною системою, що складається з елементів які можуть заміщати один одного, тобто вони є альтернативними;

2) потенціал підприємства не можна сформувати лише додаванням елементів, тому що він є динамічною структурою;

3) при формування потенціалу підприємства діє закон синергії його елементів;

4) потенціал підприємства у вищих формах свого прояву може самостійно трансформуватися з появою нових складових елементів;

5) елементи потенціалу підприємства функціонують в сукупності, тому що неможливо розкрити повністю можливості підприємства розкривши окремо складові його потенціалу;

б) всі елементи потенціалу об'єктивно пов'язані з функціонуванням та розвитком підприємства;

7) складові елементи потенціалу підприємства повинні бути адекватними характеристикам продукції і послуг, що виробляються на підприємстві.

Внутрішній потенціал підприємства складається з можливостей та здатностей щодо ефективного використання та перетворення наявних на підприємстві ресурсів, відповідно зовнішній потенціал – це можливості та здатності підприємства використовувати ринкові переваги та сприятливі умови.

В процесі діяльності підприємство перебуває під безпосереднім та непрямим впливом зовнішнього середовища. Цей вплив включає різноманітні фактори та чинники оточення підприємства. Рівень впливу факторів зовнішнього оточення на підприємство залежить від місця розташування підприємства, його розмірів, галузі в якій функціонує підприємство, від виду його діяльності.

Середовище непрямого впливу може обмежувати або розширювати межі діяльності підприємства, в свою чергу підприємства не мають ніякого впливу на нього. З середовищем безпосереднього впливу підприємство перебуває в тісному взаємозв'язку і підприємство може на нього впливати, але цей вплив незначний.

Досліджуючи зовнішнє середовище необхідно розглянути ринкові можливості та загрози. Ринкові можливості дають змогу підприємству підвищити свою конкурентоздатність, покращити свої ринкові позиції, задовольняти потенційний обсяг попиту, підвищити рентабельність виду діяльності.

Загрози зовнішнього середовища здійснюють негативний вплив на підприємство і тоді загальний потенціал підприємства значно нижчий за його внутрішній потенціал. До негативних факторів можуть відноситися: економічні, політико-правові, природні та технологічні.

4. Методичні основи формування потенціалу підприємства

Методика вартісної оцінки розміру складових елементів потенціалу.

1. Фондовий потенціал ($\Phi\Pi$) визначається за формулою:

$$\Phi\Pi = O\Phi \times E_n, \quad (4.1)$$

де $O\Phi$ – середньорічна вартість основних виробничих фондів; E_n – нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень.

2. Потенціал оборотних фондів ($O\Pi$):

$$O\Pi = M \times K_m, \quad (4.2)$$

де M – річний обсяг матеріалів; K_m – коефіцієнт витягу продукції з ресурсної маси, який визначається відношенням вартості матеріальних ресурсів, використаних на виробництво продукції, до загальної вартості матеріальних ресурсів, спожитих підприємством.

3. Потенціал нематеріальних активів (НП):

$$НП = \sum_1^n (He \times En), \quad (4.3)$$

де He – експертна оцінка вартості нематеріальних активів та вартість землі, яка вираховується згідно з методикою, прийнятою на державному рівні.

4. Потенціал технологічного персоналу (ПТП):

$$ПТП = A \times Ч \times Hm, \quad (4.4)$$

де A – оцінка одиниці живої праці; $Ч$ – середньорічна чисельність промислово-виробничого персоналу; Hm – коефіцієнт реалізації потенціалу технологічного персоналу, що приймається на рівні нормативу ефективності капітальних вкладень.

$$A = Пn \times (\Delta\Phi_o / \DeltaПn), \quad (4.5)$$

де $Пn$ – продуктивність праці одного працівника; $\Delta\Phi_o$ – збільшення фондоозброєності праці одного працівника у базовому періоді; $\DeltaПn$ – збільшення продуктивності праці одного працівника в базовому періоді.

5. Виробничий потенціал вираховується як сума його складових частин:

$$ВП = ФП + ОП + НП + ПТП. \quad (4.6)$$

6. Управлінський (УП), інноваційний (ІП). Фінансовий (ФінП), маркетинговий (МП), науково-технічний (НТП), інформаційний (Пінф). Інфраструктурний (Пінфр) потенціали та потенціал ОСУ (ПОСУ) визначаються часткою витрат на їх формування, яка припадає на рік, що обирається для аналізу.

7. Обсяг потенціалу підприємства (ПП) – це інтегральний показник, який розраховується як сума потенціалів усіх складових.

5. Конкуентоспроможність потенціалу підприємства

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства є економічною категорією, що надає порівняльну характеристику й відображає рівень переваги показників використання ресурсів підприємства за певний проміжок часу відносно аналогічних показників конкурентних підприємств.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства – комплексна порівняльна характеристика, яка відображає ступінь переваги сукупності показників оцінки можливостей підприємства, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу по відношенню до сукупності аналогічних показників підприємств-конкурентів.

Рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

1. Залежно від глобалізації цілей дослідження:

1 світове лідерство

2 світовий стандарт

3 національне лідерство

4 національний стандарт

5 галузеве лідерство

6 галузевий стандарт

7 пороговий рівень (якщо підприємство знаходиться нижче порогового рівня, то його потенціал вважається неконкурентоспроможним)

2. Залежно від фокусування на функції управління:

1 рівень. Для підприємств характерно розглядати організацію апарату управління як внутрішньо нейтрального елемента потенціалу. Роль керівника зводиться до випуску продукції, не піклуючись про проблеми конкурентоспроможності та задоволення потреб споживача.

2 рівень. Підприємства намагаються зробити виробничий елемент потенціалу «зовнішньо нейтральним». Це означає, що потенціал підприємства повинен повністю відповідати стандартам, які встановлені його основними конкурентами.

3 рівень. Керівники підприємства розуміють свої переваги в конкуренції на ринку дещо по-іншому, ніж їхні основні суперники, та намагаються не дотримуватися загальних стандартів виробництва, які встановилися в галузі.

4 рівень. Успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва, скільки функцією управління та залежить від якості, ефективності управління, організації виробництва. Дані підприємства забезпечують собі лідируюче положення на ринку на довгий час.

Система спостереження за конкурентоспроможністю потенціалу підприємства створює цілісний комплекс взаємопов'язаних компонентів, представлений індикаторами оцінки конкурентоспроможності потенціалу, що входять до системи оцінок порівняльних переваг національних економік у глобальному просторі.

Конкурентоспроможність враховує ефект взаємодії всіх складових елементів потенціалу, реально оцінює фактори її формування на міжнародному ринку.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства в умовах глобалізації визначає, що країни стають не просто взаємозалежними з причини формування системи міжнародного інтегрованого виробництва, а й більш вразливими щодо впливу конкурентної боротьби.

Фактори формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства поділяються на зовнішні та внутрішні.

Зовнішні фактори формування конкурентоспроможності потенціалу – це мікросередовище та макросередовище підприємства. Мікросередовище підприємства – це стан підприємства, споживачі, конкуренти, постачальники. Макросередовище підприємства – це стан економічних, міжнародних, інформаційних, технічних, політичних, правових, екологічних та соціальних факторів.

Внутрішні фактори формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства складають ресурси, організація, стратегії, менеджмент та виробництво.

6. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності спрямована на чотири їх головні класифікаційні ознаки:

1. За напрямком формування інформаційної бази:

- критеріальні (К) – за інформаційну базу беруть абсолютні (натуральні або вартісні) значення ключових показників. За належного інформаційного забезпечення ці методи є найточнішими;

- експертні (Е) – прості у використанні, не потребують збирання повної інформації про конкурентів, оскільки базуються на думці досвідчених фахівців.

2. За способом відображення кінцевих результатів виділяють:

- графічні (Г) – забезпечують найвищий рівень сприйняття кінцевих результатів оцінки, інтерпретованих у графічних об'єктах (рисунках, графіках, діаграмах та ін.);

- математичні (М) – базуються на факторних моделях оцінки, які полягають у розрахунку одного (інтегрального) показника або кількох цифрових значень показників, за якими формується остаточна оцінка. Ці методи вважають найточнішими;

- логістичні (Л) – є алгоритмізованими методами оцінки які базуються на логічних припущеннях.

3. За можливістю розробки управлінських рішень:

- одномоментні (О) – це статичні методи тому, що оцінюють тільки фактичний стан справ, не забезпечуючи можливості розроблення заходів на перспективу;

- стратегічні (С) – уможливають не тільки оцінку стану конкурентоспроможності потенціалу підприємства на конкретну дату, а й розроблення стратегічних заходів з поліпшення цього потенціалу.

4. За способом оцінки:

- індикаторні (І) – ґрунтуються на використанні системи індикаторів, за допомогою якої проводиться оцінка конкурентоспроможності потенціалу підприємства і національної економіки в цілому. Під індикатором розуміють сукупність характеристик, які дають змогу у формалізованому вигляді описати стан параметрів того чи іншого об'єкта, що досліджується;

- матричні (табличні) (Т) – в основу цих методів покладено ідею розгляду процесів конкуренції в їх взаємозалежності та динаміці. Використовуючи матричні методи, управлінці мають змогу оцінити рівень конкурентоспроможності потенціалу не тільки свого підприємства, а й найближчих конкурентів, що допоможе розробити стратегію поведінки на ринку.

Існують наступні методи оцінки конкурентоспроможності: теорія конкурентних переваг М. Портера; аналіз конкурентоспроможності фірм Ж-Ж. Ламбена; SWOT-аналіз; модель аналізу Мак-Кінсі 7 S; метод вивчення профілю об'єкта; метод набору конкурентоспроможних елементів; графічна методика Зав'ялова; аналіз конкурентоспроможності за системою 111-555; метод американської асоціації управління; метод порівнянь; метод рангів; метод інтегрального критерію; метод таксономічного показника; STEP-аналіз, SPACE-аналіз; GAP-аналіз; LOTS-аналіз; PIMS-аналіз.

В умовах конкурентного ринку оцінку конкурентоспроможності потенціалу підприємства виконують поетапно:

I етап. Формулювання мети оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

II етап. Вибір групи підприємств, які є конкурентами на ринку.

III етап. Обґрунтування оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

IV етап. Оцінка конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

V етап. Висновок про рівень конкурентоспроможності потенціалу підприємства та розробка конкурентної стратегії його розвитку.

7. Теоретичні основи оцінки потенціалу підприємства: принципи та основні етапи

Теоретико-методологічною базою оцінки ринкової вартості потенціалу підприємства є сукупність взаємозв'язаних принципів. Загальноживана класифікація принципів оцінки виокремлює такі їх групи:

I. Принципи, які базуються на уявленнях користувача:

1. Принцип корисності базується на постулаті, що будь-яке підприємство має вартість, якщо воно корисне потенційному власнику для реалізації певної економічної функції протягом певного періоду.

2. Принцип заміщення передбачає, що максимальна ринкова вартість підприємства визначається найменшою вартістю іншого підприємства з еквівалентною корисністю.

3. Принцип очікування ґрунтується на тому, що вартість підприємства, котре оцінюється, визначається розміром чистого доходу, який очікує покупець від володіння (комерційного використання) ним з урахуванням можливого чистого доходу від його перепродажу.

II. Принципи, які пов'язані із землею, будинками і спорудами:

1. Залишкова продуктивність. Згідно з економічною теорією земля має вартість або взагалі яку-небудь цінність тільки тоді, коли є залишок чистого доходу після компенсації всіх інших факторів виробництва.

2. Внесок. Сутність цього принципу полягає в тому, що додаткові вкладення капіталу в будь-яку складову потенціалу підприємства ефективні лише тоді, коли вони підвищують його ринкову вартість. Внесок, який не забезпечує приросту вартості потенціалу підприємства, є зайвим «поліпшенням».

3. Віддача. Даний принцип означає, що в міру додавання ресурсів до основних складових потенціалу підприємства чистий прибуток має тенденцію до зростання, але тільки до певного моменту (певної межі). Після цього темпи зростання дохідності починають уповільнюватися аж доти, доки приріст результативності не стане меншим за приріст витрат на додаткові ресурси.

4. Збалансованість (пропорційність). Згідно з цим принципом усі елементи ресурсно-виробничого й управлінського потенціалу підприємства повинні мати збалансовану внутрішню й загальну структуру.

5. Оптимальний розмір (величина). Вимоги цього принципу стосуються кожного фактора виробництва – землі, будівель і споруд, технічного оснащення, персоналу, які разом дають можливість створити економічно обґрунтований розмір потенціалу підприємства та отримати від нього максимальний прибуток відповідно.

6. Поділ і поєднання прав власності. Сутність принципу економічного розділення полягає в тому, що майнові права слід поділяти та поєднувати таким чином, щоб збільшувати загальну вартість об'єкта власності.

II. Принципи, які пов'язані з ринковим середовищем:

1. Залежність. Вартість потенціалу підприємства формується під впливом множини різноманітних факторів, серед яких особливу роль відіграє його місцезнаходження.

2. Відповідність. За інших однакових умов потенціал підприємства, яке найвищою мірою відповідає містобудівним, екологічним, ринковим та іншим

стандартним нормам і загальнопоширеним тенденціям землекористування, має найвищу вартість.

3. Попит і пропонування. На вартість потенціалу підприємства великий вплив справляє співвідношення між попитом і пропонуванням.

4. Конкуренція. Сутність даного принципу полягає в тому що ціни на об'єкти оцінювання складаються під впливом постійного суперництва між суб'єктами ринку, які прагнуть отримувати максимальні прибутки.

5. Змінювання. Цей принцип передбачає під час оцінювання вартості потенціалу підприємства та його складових урахування можливих змін їх функціонування внаслідок трансформації економічних, соціальних і юридичних умов, а також впливу регіональних і локальних факторів.

IV. Принципи найліпшого і найефективнішого використання.

Даний принцип є синтезуючим принципом оцінки вартості потенціалу підприємства.

8. Вартісний підхід до оцінки потенціалу підприємства

Вартість – це грошовий еквівалент цінності об'єкта, який покупець готовий обміняти на право власності на цей об'єкт.

Вартість в обміні – це ціна, яка переважає на вільному, відкритому конкурентному ринку. Вона визначається на основі рівноваги між реальними економічними факторами, тому її називають об'єктивною вартістю.

Найбільш поширеною формою об'єктивної вартості є ринкова вартість – найвища грошова сума (ціна), за яку передається майно (титул власності) в результаті комерційної угоди між добровільним покупцем і продавцем на дійсну дату оцінки за дотримання певних умов.

Спеціальна вартість – сума ринкової вартості та надбавки до неї, яка формується за наявності нетипової мотивації або особливої зацікавленості потенційного покупця (користувача) в об'єкті оцінки.

У тому випадку, коли не виконується хоча б одна з умов для визначення ринкової вартості, базою оцінки виступають неринкові види вартості: вартість заміщення, відтворення, залишкова вартість заміщення (відтворення), споживча вартість, вартість ліквідації.

Ліквідаційна вартість – це грошова сума, яку реально можна отримати від продажу оцінюваної власності, коли бракує часу для проведення адекватного маркетингу і визначення її ринкової вартості. Заставна вартість – це оцінка за ринковою вартістю майна (майнових прав), що передаються як гарантія забезпечення боргових чи інших зобов'язань. Страхова вартість – базується на вартості заміщення (відтворення) об'єкта оцінки в цілому чи окремих його елементів, найбільш піддатливих до руйнування (знищення). Орендна вартість – розрахункова величина вартості об'єкта оцінки, яка використовується для визначення нормативу орендної плати.

Вартість у користуванні – це міра цінності власності окремого користувача або групи користувачів, що є складовою діючого підприємства без урахування найбільш ефективного її використання і величини грошового еквівалента від можливого продажу.

Найбільш поширеним проявом вартості у користуванні є інвестиційна вартість – вартість об'єкта нерухомості, визначену за конкретних умов, мети та результативності інвестування. Балансова вартість – відображена в бухгалтерській звітності первинна вартість активів, проіндексована на дату останньої переоцінки і зменшена на суму амортизаційних відрахувань. Податкова вартість – вартість, розрахована згідно з порядком, визначеним законодавством про оподаткування власності. Вартість заміщення – сукупність витрат у поточних ринкових цінах на створення нового функціонального аналога, який має еквівалентну з оцінюваним об'єктом корисність. Вартість відтворення – сукупність витрат на створення точної копії об'єкта оцінки з урахуванням існуючих ринкових цін на дату оцінки. Залишкова вартість заміщення – сумарна величина ринкової вартості земельної ділянки за її дальшого такого самого використання та вартості заміщення розташованих на ділянці будинків і споруд з урахуванням усіх видів їх зносу (знецінення). Утилізаційна вартість – грошовий еквівалент, який розраховують отримати від продажу вибулих матеріальних активів чи її складових для альтернативного використання. Цю вартість також називають остаточною ліквідаційною вартістю. Скрапова вартість – вторинна вартість сукупності матеріалів, яку можна отримати у разі розбирання (ліквідації) об'єкта оцінки. Митна вартість – еквівалент вартості імпортованих об'єктів, що використовується для розрахунків мита, зборів та інших митних і пов'язаних з ними платежів. Справедлива вартість – це сума, за якою може бути здійснений обмін активу, або оплата зобов'язань у результаті операцій між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами. Кожен із перелічених видів вартості чи то в обміні, чи то в користуванні має певну галузь застосування та обмеження.

9. Витратна концепція оцінки потенціалу підприємства

Витратний підхід до оцінки вартості потенціалу підприємства використовує фактичну інформацію про стан майнового комплексу об'єкта оцінки. Методи витратного підходу дають оцінку вартості елементів потенціалу підприємства на підставі обліку витрат ресурсів, необхідних для відтворення (заміщення) об'єктів оцінки на конкретну дату.

Оцінка вартості об'єкта оцінки за методиками витратного підходу виконується на засадах інформації: документів про кількісні та якісні характеристики об'єкта оцінки; інвентарних відомостей та індивідуальних інвентарних карток; нормативних довідкових матеріалів з вартості виконання будівельних робіт; вимог та індексів для переоцінки вартості основних засобів

підприємства; відомостей про нормативну вартість введення та збільшення потужності основних об'єктів промислового будівництва; будівельних норм і правил та ін.

Класифікація методів оцінки витратного підходу:

1. Метод визначення вартості конструктивних елементів показує, що повна вартість відтворення об'єкта визначається за дією підсумовування всіх витрат за кожним елементом об'єкта оцінки.

2. Метод визначення вартості на підставі кількісного аналізу застосовується за умовою, що визначається сума витрат по об'єкту в цілому за елементами витрат.

3. Метод реіндексації повної і залишкової балансової вартості визначає, що первісна балансова вартість, установлена на підставі бухгалтерських звітних документів станом на початок року проведення оцінки, реіндексується на основі коефіцієнтів офіційної деномінації національної валюти та коефіцієнтів офіційної індексації вартості основних фондів.

4. Метод визначення вартості одиничного показника будівельного аналога передбачає:

- 1) наявність бази даних щодо реалізованих проектів та їхніх кошторисів;
- 2) визначення причин та розміру відхилень планових значень від фактичних протягом порівняного проміжку часу.

5. Метод визначення вартості будівництва функціонального аналога аналогічний попередньому, однак на відміну від нього за базовий показник у розрахунках береться норматив витрат на введення одиниці проектної потужності типового об'єкта, аналогічного оцінюваному за функціональним призначенням.

6. Метод «50x50» показує, що при спорудженні будівлі за використанням імпортової сировини у договорах з підрядником передбачається рівність витрат на матеріали в структурі витрат на спорудження об'єкта.

7. Метод визначення вартості за витратами на введення житла полягає в тому, що при розрахунку вартості об'єкта використовується інформація про вартість введення експлуатацію 1 кв. м житла в цінах на дату оцінки.

Найбільш специфічним елементом витратних методів оцінки потенціалу ерізновиди кошторисів, які складаються з метою визначення повних витрат на той чи інший компонент земельно-майнової та соціально-організаційної системи підприємства. Базою для складання кошторисів служить проектна документація, установлені нормативи витрат, робочі креслення, договори на придбання чи виконання робіт тощо.

Традиційно виділяють три рівні кошторисів: локальні, об'єктні та зведені кошториси.

Для складання кошторисів усіх рівнів використовують такі методи визначення витрат:

- ресурсний метод;
- ресурсно-індексний метод;
- базисно-індексний метод;
- базисно-компенсаційний метод;
- метод аналогових об'єктів.

Визначивши на підставі кошторисів суму витрат на створення об'єкта оцінки, слід оцінити суму нагромадженого зносу різних видів, кожен з яких можна або усунути, або ні.

Традиційно виділяють наступні види зносу: фізичний, функціональне старіння технологічне старіння, зовнішнє (економічне) старіння (знецінення).

10. Результатний підхід до оцінки вартості потенціалу підприємства

Результативний або дохідний підхід рекомендується здійснювати при оцінці вартості таких елементів потенціалу підприємства, що визначають його майно та майнові права. Основою розрахунків вартості об'єктів оцінки є визначення чистого операційного доходу та результатів від його використання. Проте, види доходу підприємства поділяються на потенційний валовий дохід, дійсний (ефективний) валовий дохід і чистий операційний дохід.

Потенційний валовий дохід – це дохід, який можна одержати за повного завантаження виробничих потужностей, за повної зайнятості, ефективного менеджменту в разі використання всього, що має власник, найкращим, найбільш ефективним способом.

Дійсний (ефективний) валовий дохід – це дохід, одержаний з урахуванням фактичного або прогнозованого рівня незайнятості у використанні виробничого потенціалу і втрат від недодержання доходу з інших причин, як правило, не пов'язаних з функціональним використанням об'єкта.

Чистий операційний дохід – це дійсний валовий дохід за вирахуванням операційних витрат.

Найпоширенішими результативними методами до оцінки вартості потенціалу підприємства є такі методи:

1. Метод дисконтування.

Загальна методологія використання цього методу передбачає встановлення вартості потенціалу (чи його елементу) на рівні чистого приведеного потоку капіталу від його експлуатації. Загальний розрахунок проводиться за традиційною технологією дисконтування і порівняння грошових припливів і відпливів капіталу підприємства щодо даного об'єкта.

2. Метод дисконтування доходу в розрахунках вартості об'єкта оцінки передбачає послідовність етапів:

1) розрахунок ставки дисконту при дисконтуванні майбутніх грошових потоків;

- 2) визначення ефективного коефіцієнта дисконтування;
- 3) обґрунтування факторів складного відсотка;
- 4) розрахунок розщеплених ставок дисконту.

3. Метод прямої капіталізації базується на коефіцієнтах капіталізації, які відображують зв'язок між доходом за один попередній рік, або середньорічною величиною доходів за кілька попередніх років і вартістю підприємства.

4. Метод прямої капіталізації доходу передбачає такі етапи:

- 1) прогнозується валовий дохід на основі результатів аналізу інформації про оренду подібного нерухомого майна;
- 2) прогнозуються операційні витрати та чистий операційний дохід за рік;
- 3) обґрунтовується вибір оцінної процедури визначення ставки капіталізації та її розрахунок;
- 4) розраховується вартість об'єкта оцінки шляхом ділення чистого операційного доходу або рентного доходу на ставку капіталізації.

При практичній реалізації методу прямої капіталізації рекомендується використовувати економічні поняття: капіталізація, норма повернення капіталу, норма доходу на вкладений капітал, коефіцієнт капіталізації позикового капіталу, коефіцієнт капіталізації власного капіталу, грошовий потік, ставка дисконту, безризикова ставка дисконту.

5. Метод непрямой капіталізації доходу передбачає наступні етапи:

- 1) обґрунтування періоду прогнозування;
- 2) прогнозування валового доходу, операційних витрат та чистого операційного доходу (рентного доходу) за календарним періодом часу;
- 3) обґрунтування вибору оціночної процедури ставки дисконту та її розрахунок;
- 4) оцінка поточної вартості грошового потоку, як суми поточної вартості чистого операційного доходу (рентного доходу);
- 5) прогнозування вартості реверсії та розрахунок її поточної вартості;
- 6) оцінка вартості об'єкта оцінки, що є сумою поточної вартості грошового потоку та поточної вартості реверсії.

11. Порівняльний підхід до оцінки вартості потенціалу підприємства

Ринкова вартість потенціалу підприємства є основою ринкових угод на стадіях життєвого циклу і визначається за допомогою порівняльного або ринкового підходу.

Порівняльний підхід базується на інформації про недавні ринкові угоди з аналогічними об'єктами та її використання як бази визначення об'єкта оцінки. В основу методів даної групи покладено допущення про те, що суб'єкті ринкових

відносин укладають угоди по аналогії із заведеними традиціями чи колишнім досвідом.

Загальну логіку розрахунків можна показати формулою:

$$\text{Вартість потенціалу} = \text{Вартість потенціалу} + \text{Абсолютна сума поправок за всіма підприємства аналога визначеними параметрами} \quad (11.1)$$

Об'єктивною необхідною умовою використання методів цієї групи є наявність розвинутого ринку об'єкта оцінки та існування на ньому об'єктів – аналогів.

Сукупність усіх можливих критеріїв порівняння можна розбити на такі групи:

- 1) загальні показники сфери діяльності підприємства;
- 2) показники масштабу діяльності;
- 3) показники фінансово-економічного стану;
- 4) показники якості менеджменту;
- 5) показники ринкової позиції.

За базу порівняння традиційно беруть такі фінансово-економічні показники: сукупний капітал підприємства, сума чистих активів, виторг від операційної діяльності (загальний валовий дохід), грошовий потік від функціонування об'єкта, чистий прибуток, середня сума виплачуваних дивідендів тощо.

Усі мультиплікатори поділяються на три групи залежно від виокремленої ознаки:

- 1) залежно від бази порівняння.
 - ресурсні – за базу порівняння беруть суму витрат (наприклад, вартість/капітал підприємства);
 - результатні – за базу порівняння беруть досягнуті результати діяльності (наприклад, вартість/генерований потік капіталу).
- 2) залежно від періоду охоплення:
 - інтервальні – відтворюють зв'язок вартості об'єкта оцінки з показниками, які формуються протягом певного періоду (наприклад, вартість/прибуток);
 - одномоментні – визначають вартість підприємства відповідно до досягнутих на певну дату результатів чи понесених витрат (наприклад, вартість/чисті активи підприємства).
- 3) залежно від сутнісного змісту:
 - вартісні (цінові) мультиплікатори – відношення вартості (ціни) до бази порівняння (наприклад, вартість/грошовий потік);

- фінансово-економічні мультиплікатори – відношення ключових фінансових чи економічних показників до значень об'єктів-аналогів, як правило, використовуються у внутрішніх порівняльних процедурах.

Різновидом методу мультиплікаторів вважають метод галузевих співвідношень, який базується на попередньо визначених та усереднених співвідношеннях між характеристиками об'єктів порівняння.

Доцільно зазначити, що кожен з названих методів має свої переваги та недоліки і тільки на основі комплексного використання напрацьованого досвіду оцінки можна досягти реального визначення вартості майна та втіленого у ньому потенціалу.

12. Визначення поняття земельних ділянок та оцінка їх вартості

Земельна ділянка – частина земної поверхні, яка має фіксовані межі, характеризується визначеним місцем розташуванням, природними властивостями, певними фізичними параметрами, правовим і господарським статусом та іншими характеристиками, котрі дозволяють використовувати її в економічних відносинах.

Поліпшення земельної ділянки – фізичні наслідки будь-яких заходів, що призвели до зміни рельєфу, умов освоєння та експлуатації земель, або потенційної прибутковості її використання (спрямованих на зміну технологічного способу використання об'єкта нерухомості чи його споживчої вартості).

Нерухомість – об'єкти з фіксованим місцем розташуванням у просторі (на земній поверхні) та все, що з ними невід'ємно пов'язано над чи під землею, а також сукупність прав, які визначають їх юридичний статус. Таким чином вирізняють поняття нерухомості фізичних об'єктів та прав власності щодо нерухомості.

Цілісний архітектурний комплекс – сукупність об'єктів нерухомості, які нерозривно поєднані на функціональній, естетичній, культурній чи іншій основі. Оцінка вартості одного з об'єктів як складової цілісного архітектурного комплексу не має сенсу з огляду на неможливість його окремого використання.

Будівлі – інженерно-архітектурні споруди, що створюють (чи використовують) приміщення для здійснення певних бізнес-процесів.

Споруди – будівельні об'єкти, призначені для здійснення спеціальних технічних процесів, а також усього комплексу супровідних процесів.

При проведенні експертної грошової оцінки земельної ділянки використовується такий методичний підхід, який забезпечується найбільш повною інформацією про об'єкт оцінки.

Методичний підхід, що базується на капіталізації чистого операційного або рентного доходу (фактичного або очікуваного) передбачає визначення

розміру вартості земельної ділянки від найбільш ефективного її використання з урахуванням установлених обтяжень та обмежень.

Чистий операційний дохід – різниця між прогнозованою сумою надходжень від використання земельної ділянки та операційними витратами, пов'язаними з одержанням валового доходу. Чистий операційний дохід визначається на основі аналізу ринкових ставок орендної плати за землю.

Рентний дохід (земельна рента) – дохід, який можна отримати від землі як фактору виробництва залежно від якості та місця розташування земельної ділянки. Він розраховується як різниця між очікуваним доходом від продукції, одержуваної на земельній ділянці (фактичної або умовної), та виробничими витратами й прибутком виробника.

Пряма капіталізація ґрунтується на припущенні про постійність та незмінність грошового потоку від використання земельної ділянки. При цьому вартість земельної ділянки визначається як відношення чистого операційного або рентного доходу до коефіцієнта капіталізації. Непряма капіталізація ґрунтується на припущенні про обмеженість та змінність грошового потоку від використання земельної ділянки протягом певного періоду з наступним її продажем на ринку.

Метод середньозваженого коефіцієнта капіталізації – модифікація метода прямої капіталізації, що ґрунтується на пайовому підході до оцінки.

Метод капіталізації земельної ренти полягає у визначенні вартості земельної ділянки за допомогою коефіцієнта капіталізації доходів від здавання її в оренду.

Метод залишку для землі. Базується на концепції класичної економічної теорії, початково розробленої для земель сільськогосподарського призначення, яка розглядає увесь дохід, що відноситься до земельної ділянки, як залишковий.

Також використовують:

1. Метод співвідношення (переносу), що полягає у поділі загальної ціни продажу аналогічного земельно-майнового комплексу на дві складові – ціну будівель і споруд та ціну земельної ділянки.

2. Метод розбивки земельної ділянки, який використовують, коли необхідно визначити вартість земельної ділянки, придатної для розбивки на окремі індивідуальні ділянки.

13. Оцінка вартості будівель і споруд

У загальновизнаній оціночній практиці існують три підходи для визначення вартості будівель і споруд, а саме: доходний, порівняльний та витратний.

Використання доходного підходу передбачає застосування таких основних методів:

- капіталізації доходів;

- дисконтова них грошових потоків.

Метод капіталізації доходів використовується для оцінки будівель і споруд, які є джерелами доходу власника. Основні етапи процедури оцінки методом капіталізації доходу такі:

1. Розрахунок сумарної величини ринкової орендної плати та інших доходів від володіння об'єктом оцінки за останній до дати оцінки (або будь-який інший типовий) рік.
2. Розрахунок можливих втрат від неповного завантаження будівель і споруд і втрат при збиранні платежів.
3. Розрахунок дійсного валового доходу.
4. Розрахунок витрат, пов'язаних із нормальним функціонуванням об'єкта оцінки.
5. Розрахунок чистого операційного доходу.
6. Розрахунок коефіцієнта капіталізації.
7. Оцінка вартості об'єкта нерухомості.

Метод дисконтова них грошових потоків застосовується для визначення поточної вартості майбутніх доходів, які можуть бути отримані від використання будівель і споруд і можливого їх продажу.

Витратний підхід до оцінки нерухомості застосовується з метою техніко-економічного обґрунтування нового будівництва, вибору найкращого та найбільш ефективного способу використання земельної ділянки, визначення профілю об'єкта нерухомості, заключного узгодження вартості об'єкта нерухомості, оцінки будівель спеціального призначення й об'єктів на «пасивних» секторах ринку, страхування, оподатковування майна фізичних і юридичних осіб, виділення частини майнового комплексу, на який буде накладений арешт і т. ін.

Процедура оцінки ринкової вартості нерухомості за допомогою витратного підходу складається з наступних етапів:

- 1) оцінка вартості земельної ділянки, на якій знаходяться будівлі, споруди;
- 2) оцінка відновлювальної вартості або вартості заміщення будівель та споруд на дійсну дату оцінки;
- 3) оцінка сукупного зносу будівель і споруд з урахуванням їх фізичного, функціонального, технологічного й економічного старіння;
- 4) визначення залишкової вартості будівель і споруд як різниці між відновлювальною вартістю (вартістю заміщення) та сукупним зносом;
- 5) визначення повної вартості об'єкта нерухомості шляхом додавання до залишкової вартості будівель і споруд вартості земельної ділянки.

При виконанні 2 етапу необхідно врахувати наступні поняття: відновлювальна вартість та вартість заміщення. При визначенні вартості відновлення або заміщення використовуються такі основні методи: метод кошторисного розрахунку; метод питомих витрат; поелементний метод.

При виконанні 3-го етапу необхідно врахувати наступні поняття: сукупний знос та фізичний знос. Фізичний знос може бути усувним та неусувним.

Зовнішній знос (економічне старіння) – втрата вартості об'єкта нерухомості, викликана зовнішніми факторами, наприклад, скороченням ділової активності в районі розміщення об'єкта, діями місцевої адміністрації в напрямку посилення податкового тиску, змінами на ринку зайнятості, незручним розташуванням щодо транспортних магістралей, комунальних служб, об'єктів торгівлі і т. ін.

Порівняльний підхід до оцінки нерухомості базується на порівняльному аналізі цін продажу об'єктів, подібних до об'єкта оцінки, та внесені відповідних коректувань з метою урахування відмінностей між об'єктами-аналогами й об'єктом оцінки, у результаті чого визначається вартість останнього.

Порівняльний підхід представлений двома основними методами: порівняння продажів; валового рентного мультиплікатора.

14. Об'єкт, цілі, класифікація та специфіка машин та обладнання

Як об'єкт оцінки, машини та обладнання являють собою рухоме майно (власність). Залежно від цілей, мотивів і масштабів оціночних робіт первинним об'єктом оцінки можуть виступати не тільки окремі інвентарні одиниці, виявлені та взяті на облік у процесі останньої інвентаризації майна чи безпосередньо в ході так званої роздрібно оцінки (розсипом), але й тим чи іншим способом скомпоновані групи інвентарних одиниць (групова оцінка), а також виробничо-технологічні комплекси взаємопов'язаних машин та обладнання (системна оцінка).

Таким чином, об'єктом оцінки техніко-технологічного потенціалу підприємства можуть бути: машинний чи верстатний парк підприємства в цілому чи його структурних підрозділів (філій, цехів, дільниць тощо); технологічні комплекси (поточні й автоматичні лінії, роботизовано комплекси, гнучкі виробничі модулі тощо); функціонально самостійні машини, агрегати та установки.

Як об'єкт оцінки, машини та обладнання характеризуються низкою особливостей, що відрізняють їх від інших елементів майнового потенціалу підприємства. До основних з них належать:

1) кількість об'єктів оцінки на підприємстві може сягати десятків тисяч різних видів обладнання, що відрізняється за призначенням, експлуатаційними і конструктивними характеристиками. Серед них зустрічаються об'єкти, що важко ідентифікувати. Вони настільки тісно пов'язані з будинками та спорудами, що можуть бути віднесені як до нерухомості, так і до обладнання;

2) в аналізованій предметній сфері оцінки немає таких узагальнюючих техніко-економічних показників, як вартість 1 м^2 площі, 1 м^3 об'єму, 1 погонного

метра довжини та інше, які широко використовуються при оцінці будинків і споруд, передавальних пристроїв та полегшують їх оцінку;

3) для швидко змінюваних поколінь машин найактуальнішою, найважчою для визначення і найбільш значимою за своїми наслідками, ніж для нерухомості, є проблема фізичного зносу, функціонального, технологічного і зовнішньоекономічного старіння засобів праці, а також пов'язаного з цим їх знецінення;

4) оцінку вартості машин та обладнання дуже ускладнює велика частка імпортного обладнання у складі машинного парку підприємства, яке, як правило, неспівставне з вітчизняними зразками не тільки за технічним рівнем та якістю, а й за вартісними (монопольно високими) параметрами.

Машини і обладнання є рухомим майном. Їх специфічні риси визначаються такими характеристиками:

- машини та обладнання визначають технічну та технологічну базу потенціалу підприємства в умовах ринкової економіки;

- термін «машини та обладнання» має широке значення і не обмежується типовою класифікацією основних фондів, яка використовується системами бухгалтерського обліку та статистики;

- як об'єкт оцінки, машини та обладнання є рухомим майном, можуть бути пересунуті без завдання фізичної шкоди об'єктам нерухомості та об'єктам рухомості на підприємстві;

- специфічною рисою машин та обладнання є їх різноманітність за типами, марками, моделями, технічними характеристиками, конструкторськими рішеннями та функціональним призначенням;

- машини та обладнання є об'єктами оцінки вартості майна на підприємстві, представлені комплексами технологічних машин та допоміжних пристроїв, об'єднаних в систему виробництва продукції.

Специфічною рисою машин і обладнання є різноманітність за функціональним призначенням, типами, марками, моделями, технічними характеристиками та конструкторськими рішеннями.

15. Методи оцінки машин та обладнання

Методичні підходи оцінки машин та обладнання, що використовуються в оціночній діяльності, є такі:

1. Витратний підхід базується на принципі заміщення і при оцінці машин та обладнання передбачає розрахунок витрат на відтворення або заміщення точної копії об'єкта оцінки чи його аналога, за вирахуванням витрат від усіх видів зносу, старіння та знецінення.

Отримана на основі витратного підходу вартість може значно відрізнятись від її ринкового еквівалента, оскільки між витратами і корисністю немає прямого зв'язку. Незважаючи на це, даний підхід часто є єдино можливим при оцінці

машин та обладнання спеціального призначення, унікальних об'єктів, виготовлених за індивідуальним замовленням, які не мають аналогів на ринку.

Метод розрахунку за ціною однорідного об'єкта базується на припущенні, що собівартість виготовлення однорідного об'єкта, схожого за конструктивними, технологічними та іншими характеристиками і показниками на об'єкт оцінки, дорівнює його собівартості, оскільки формується під впливом загальних для таких об'єктів виробничих факторів.

Метод аналізу й індексації витрат є досить широко розповсюдженим прийомом приведення старої ціни (вартості) об'єкта до її сучасного рівня за допомогою коригуючи індексів.

Метод по-елементного розрахунку витрат використовують для визначення вартості унікальних об'єктів, виготовлених за індивідуальними замовленнями, які навіть у сучасних умовах, при незначних збірних роботах, можуть бути скомпоновані з самостійних, стандартизованих вузлів, пристроїв та агрегатів (що є на ринку) у готові засоби виробництва.

Метод визначення собівартості за укрупненими (збільшеними) нормативами. Технологічна схожість різних за функціональним призначенням і конструкцією машин та обладнання (ткацький верстат, пакувальна машина тощо) відкриває можливості їх оцінки на основі загального алгоритму та єдиних укрупнених нормативів виробничих витрат. Під укрупненими нормативами витрат розуміють відносні чи питомі показники витрат будь-яких виробничих ресурсів чи інших видів затрат на одиницю ключового фактору.

2. Порівняльний підхід ґрунтується на визначенні ринкової вартості машин та обладнання масового і серійного виробництва шляхом аналізу та порівняння цін недавнього продажу ідентичних чи аналогічних об'єктів.

Метод прямого порівняння базується на співставленні продажу об'єктів, ідентичних з оцінюваним, щодо яких недавно відбулися комерційні угоди, чи відома інформація щодо ринкової ціни таких пропозицій.

Метод статистичного моделювання ціни – особливість цього методу ґрунтується на тому, що оцінюваний вид обладнання виступає в якості представника певної сукупності однорідних об'єктів (параметричного ряду, класу машин) з відомою ціною.

3. Доходний підхід в оцінці машин і обладнання базується на оцінці очікувань інвестора та передбачає розрахунок поточної вартості доходів, які за прогнозами можуть бути отримані від володіння об'єктом.

Використання методів доходного підходу передбачає здійснення розрахунків у такій послідовності:

1) розрахунок чистого операційного доходу від функціонування виробничо-технологічної системи (підприємства в цілому, цеху або ділянки);

2) визначення за допомогою методу залишку частини доходу, що може бути локалізований і співвіднесений з оцінюваними машинами й обладнанням;

3) визначення вартості об'єктів машин і обладнання за допомогою методів дисконтування або капіталізації.

16. Нематеріальні активи підприємства: роль і значення

Нематеріальний актив визначається як немонетарний актив, який не має матеріальної форми, може бути ідентифікований (відокремлений від підприємства) і знаходиться на підприємстві у цілях використання протягом періоду більше як одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях або надання в оренду іншим особам.

Основні ознаки нематеріальних активів:

- відсутність матеріально-речової структури;
- використання протягом тривалого часу (понад один рік);
- здатність бути корисним підприємству;
- високий ступінь невизначеності розмірів можливого у майбутньому прибутку завдяки їх використанню.

Основні ситуації, в яких облік та оцінка вартості нематеріальних активів просто необхідні:

1. З метою обліку та аналізу:

- встановлення ціни на товари, що виготовляються з використанням нематеріальних активів;
- страхування об'єктів нематеріальних активів;
- розрахунок винагороди для авторів, що створили нематеріальні активи;
- аналіз ефективності роботи підприємства, яке створює чи використовує нематеріальні активи;
- визначення прибутку від вживання нематеріального активу в господарській діяльності;
- облік об'єктів нематеріального активу на балансі підприємства;
- відображення вартості нематеріальних активів у собівартості продукції;
- оцінка інвестиційних проектів.

2. З метою аналізу прибутку від використання нематеріальних активів:

- визначення бази оподаткування;
- вибір оптимального варіанта використання нематеріального активу (власне чи реалізація ліцензії);
- фінансове забезпечення оновлення виробничих фондів;
- зменшення витрат, пов'язаних із незаконним використанням нематеріальних активів та їх експортом.

3. З метою відображення вартості нематеріальних активів у статутному фонді фірм:

- збільшення вартості статутного капіталу для підвищення шансів на отримання кредитів;

- точний облік вкладів до статутного фонду;
- правильний розподіл часток вкладів за спільне інвестування;
- переоцінка структури та розміру статутного капіталу;
- випуск акцій функціонуючими підприємствами.

4. Для зміни форми та суб'єкта власника:

- реорганізація (в тому числі приватизація), ліквідація, банкрутство підприємства;

- продаж підприємства з аукціону або в конкурсному порядку;
- приватизація об'єктів науково-технічної сфери;
- купівля або продаж прав на нематеріальні активи;
- надання франшизи або здійснення лізингу;
- визначення вартості нематеріального активу, запропонованого як застава.

5. З метою вирішення організаційно-правових питань:

- обґрунтування вартості нематеріального активу в процесі судово-арбітражних суперечок, пов'язаних із незаконним його використанням;

- обґрунтування вартості нематеріальних активів під час судово-арбітражних суперечок, пов'язаних із неправильною виплатою авторської винагороди;

- виконання постанов судових органів.

Залучаючи той чи інший об'єкт інтелектуальної власності до господарського обороту, підприємство має врахувати:

- якісні характеристики об'єкта з позицій його корисності;

- вартість нематеріального активу з позицій незалежного оцінщика та власного уявлення про його цінність, враховуючи його вплив на вартість кінцевої продукції;

- строк корисного використання нематеріального активу з позицій споживчих якостей товару, що несе в собі позитивні якості нематеріального активу;

- ефекти використання нематеріального активу з позицій дохідності та конкурентоспроможності;

- капіталізацію об'єкта нематеріальних активів з товарних позицій. Тобто нематеріальний актив є об'єктом купівлі-продажу.

17. Оцінка нематеріальних активів підприємства

У процесі оцінки нематеріальних активів використовують загальноприйняті підходи: доходний, витратний і порівняльний.

Методи доходного підходу щодо оцінки нематеріальних активів за математичним апаратом, що застосовується, поділяють на:

- методи дисконтова них грошових потоків;
- методи прямої капіталізації прибутку.

За способом виділення економічного ефекту методи доходного підходу щодо оцінки нематеріальних активів поділяють на:

- 1) методи, засновані на виділенні реального економічного ефекту;
- 2) методи, засновані на синтетичній побудові економічного ефекту.

В даній групі використовують наступні методи: метод надлишкового прибутку застосовується для оцінки гудвілу; метод реальних ліцензійних платежів(дисконтування грошових потоків); метод переваги в ціні економічний ефект від використання нематеріального активу за рахунок збільшення ціни продукції; метод виграшу в собівартості знаходить широке застосування в сфері оцінки ноу-хау, але не застосовується у випадку оцінки нових видів продукції; метод переваги в обсязі реалізації.

Методи другого підходу синтетичного виділення економічного ефекту використовуються для оцінки вартості патентів і ліцензій: метод «звільнення від роялті» передбачає розрахунок ліцензійних платежів на основі річних обсягів продажів; метод виділення частки ліцензіара (власника) в прибутку ліцензіата.

Витратний підхід застосовується для оцінки таких нематеріальних активів, які створюються самими право власниками та для яких не існує ефективного ринку продажів (науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки, програмні продукти спеціального призначення та ін.).

Метод вихідних витрат (історичної вартості) будується на використанні реальних ретроспективних даних про витрати, які здійснено з метою створення оцінюваних результатів інтелектуальної діяльності; метод відновлювальної вартості передбачає визначення суми витрат, необхідних для створення нової точної копії оцінюваного нематеріального активу; метод вартості заміщення пов'язаний із визначенням вартості створення нового активу, еквівалентного об'єкту оцінки за функціональними можливостями та варіантами його використання.

При використанні порівняльного (ринкового) підходу оцінюваний нематеріальний актив порівнюється з аналогічними об'єктами або інтересами в цих об'єктах, що були продані на інтелектуальному або товарному ринках. Основним методом даного підходу є метод порівняння продажів, послідовність дій при використанні якого аналогічна як і при оцінці об'єктів нерухомості, машин і устаткування. Основними умовами застосування методу є: фіксація на ринку фактів продажу об'єктів аналогічного призначення та порівнянної корисності; наявність і доступність інформації про ціни продажу та дійсні умови здійснення цих угод; наявність аналітичної інформації про ступінь впливу відмінних рис і характеристик таких об'єктів на їх вартість.

До відмінних рис і характеристик нематеріальних активів, що є елементами порівняння, відносять: обсяг прав, переданих в угоді; існування будь-яких спеціальних умов фінансування; економічні умови, що існували на відповідному вторинному ринку під час угоди; галузь або бізнес, де використовувався (буде використовуватися) нематеріальний актив; фізичні функціональні та технологічні характеристики об'єктів; включення інших (нематеріальних) активів в угоду.

18. Роль і значення трудового потенціалу в економічних відносинах

Трудовий потенціал – це існуючі сьогодні та передбачувані трудові можливості, які визначаються чисельністю, віковою структурою, професійними, кваліфікаційними та іншими характеристиками персоналу підприємства.

Трудові ресурси – це економічно активна, працездатна частина населення регіону, яка володіє фізичними і культурно-освітніми можливостями для участі в економічній діяльності підприємства. Персонал – це сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку і мають досвід практичної діяльності. У загальній структурі трудового потенціалу підприємства можна виокремити такі його видові прояви:

1. За рівнем агрегованості оцінок:

1.1. Трудовий потенціал працівника – це індивідуальні інтелектуальні, психологічні, фізіологічні, освітньо-кваліфікаційні та інші можливості особистості, які використовуються чи можуть бути використані для трудової діяльності.

1.2. Груповий (бригадний) трудовий потенціал крім трудового потенціалу окремих працівників включає додаткові можливості їх колективної діяльності на основі сумісності психофізіологічних і кваліфікаційно-професійних особливостей колективу.

1.3. Трудовий потенціал підприємства (організації) – це сукупні можливості працівників підприємства активно чи пасивно брати участь у виробничому процесі.

2. За спектром охоплення можливостей:

2.1. Індивідуальний трудовий потенціал враховує індивідуальні можливості працівника.

2.2. Колективний (груповий) трудовий потенціал враховує не тільки індивідуальні можливості членів колективу, а й можливості їхньої співпраці для досягнення суспільних цільових орієнтирів.

3. За характером участі у виробничо-господарському процесі:

3.1. Потенціал технологічного персоналу – це сукупні можливості працівників підприємства, задіяних у профільному та суміжних виробничо-господарських процесах для виробництва продукції (роботи, послуг)

встановленої якості та визначеної кількості, а також працівників, виконуючих технічні функції апарату управління.

3.2. Управлінський потенціал – це можливості окремих категорій персоналу підприємства щодо ефективної організації та управління виробничо-комерційними процесами підприємства (організації).

4. За місцем у соціально-економічній системі підприємства:

4.1. Структуро-формуєчий трудовий потенціал – це можливості частини працівників підприємства щодо раціональної та високоефективної організації виробничих процесів і побудови найбільш гнучкої, чіткої, простої структури організації.

4.2. Підприємницький трудовий потенціал – це наявність та розвиток підприємницьких здібностей певної частини працівників як передумови для досягнення економічного успіху за рахунок формування ініціативної й інноваційної моделі діяльності.

4.3. Продуктивний трудовий потенціал – це можливості працівника підприємства генерувати економічні й неекономічні результати виходячи з існуючих умов діяльності у рамках певної організації.

Трудовий потенціал працівника містить:

- психофізіологічний потенціал – здатності і схильності людини, стан її здоров'я, працездатність, витривалість, тип нервової системи;

- кваліфікаційний потенціал – обсяг, глибина і різнобічність загальних і спеціальних знань, трудових навичок і умінь, що обумовлює здатність працівника до праці визначеного змісту і складності;

- соціальний потенціал – рівень цивільної свідомості і соціальної зрілості, ступінь засвоєння працівником норм ставлення до праці, ціннісні орієнтації, інтереси, потреби і запити в сфері праці, виходячи з ієрархії потреб людини. Трудовий потенціал організації містить такі компоненти: кадровий, професійний, кваліфікаційний і організаційний.

19. Методики оцінки трудового потенціалу підприємства

Визначення напрямків розвитку трудового потенціалу та управління цим процесом передбачає необхідність його оцінки за кількісним та якісним складом, що уможливорює розробку ефективних заходів спрямованих на більш повне його використання та відтворення.

Відповідно до витратного підходу вартість кадрового потенціалу являє собою сукупність фактичних витрат на його створення.

Причому, ці витрати можуть визначатися за історичною ціною залучення кадрового складу (фактична заробітна плата, витрати на забезпечення умов праці, оплата соціального забезпечення) та за ціною компенсації.

Одним з можливих способів визначення вартості кадрового потенціалу за допомогою витратного підходу є метод можливої собівартості, використання

якого базується на проведенні внутрішнього аукціону адміністрацією підприємства, де «лотами» виступають усі працівники, а «покупцями» – начальники відділів. Якщо на здібності працівника не виявлений попит, то його ціна приймається рівною нулю, а сукупна ціна всіх інших працівників дорівнює вартості кадрового потенціалу.

Оцінка потенціалу на основі одиниці живої праці дозволяє краще врахувати ефективність використання трудового потенціалу підприємства.

Порівняльний підхід. Методики оцінки трудового потенціалу окремих працівників, які поєднує в собі порівняльний підхід, є наступні: метод анкетування; описовий метод; метод класифікації; метод порівняння парами; рейтинговий метод; метод визначеного розподілу; метод оцінки за вирішальною ситуацією; метод шкали спостереження за поведінкою; метод інтерв'ю; метод «360 градусів»; тестування; метод ділових ігор; метод оцінки на базі моделей компетентності.

Для методів оцінки трудового потенціалу працівника, що базуються на порівняльному підході, характерний високий ступінь суб'єктивізму. Усі ці методи так чи інакше передбачають наявність еталона (реального чи уявного), який втілює максимальні значення окремих критеріїв оцінки.

Доходний підхід до визначення вартості кадрового потенціалу пов'язаний з оцінкою реальної вигоди, яку має підприємство від праці працівників. У цьому випадку вартість кадрового потенціалу дорівнює капіталізації частини прибутку, що генерується цією працею, і у випадку, якщо показники ефективності підприємства перевищують середньо галузеві, то ця вартість певною мірою враховується через гудвіл.

Досить поширеною можна вважати коефіцієнтну методику оцінки трудового потенціалу підприємства, яка по суті є синтезом витратних і порівняльних підходів до оцінки.

Усі коефіцієнти даної методики інтегрують в такі групи: показники професійної компетентності, показники творчої активності, показники повноти, якості та оперативності виконаних робіт, показники трудової дисципліни, показники колективної роботи тощо.

Вартісна оцінка кадрового потенціалу є необхідним етапом оцінки сукупного потенціалу підприємства. Цілі вартісної оцінки кадрового потенціалу можна розділити на три групи:

1) визначення ступеня впливу кадрового потенціалу на підвищення або зниження ринкової ціни та сукупного потенціалу підприємства;

2) визначення ступеня впливу кадрового потенціалу на інвестиційну привабливість підприємства;

3) визначення обсягу витрат на реструктуризацію кадрового потенціалу у випадку передпродажної або постприватизаційної реструктуризації самого

підприємства, а також при антикризовому управлінні або інноваційному проектуванні.

20. Методи оцінки вартості бізнесу

Виходячи з мети та характеру розрахунків, прийнято вирізняти внутрішню та зовнішню оцінку вартості бізнесу. Зовнішня оцінка вартості бізнесу враховує вплив ринкових чинників, виходячи з зовнішньої інформації формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства за мінімальною кількістю внутрішньої інформації. Внутрішня оцінка вартості бізнесу показує підприємницький потенціал підприємства через облік вартості внутрішніх елементів.

1. Методи витратного підходу до оцінки вартості бізнесу:

1.1) простий балансовий метод – вартість бізнесу визнається рівною різниці між активами та пасивами фірми;

1.2) метод регулювання балансу – вартість бізнесу визначається шляхом підсумування реальної вартості усіх компонентів цілісного майнового комплексу підприємства з вирахуванням сум його зобов'язань (боргів);

1.3) метод вартості заміщення – вартість бізнесу визначається способом підрахування вартості створення ідентичного цілісного майнового комплексу у поточних цінах, який має аналогічну корисність для власників, але сформований відповідно до сучасних стандартів та вимог;

1.4) метод ліквідаційної вартості – вартість бізнесу дорівнює сумі коштів, яка може бути реально отримана при його ліквідації (продажу), або сумі ліквідаційних вартостей усіх видів майна підприємства. Визначається три види ліквідаційної вартості бізнесу: упорядкована, примусова і кінцева;

1.5) метод чистих активів – вартість бізнесу визначається шляхом вирахування зі скоригованої вартості активів підприємства скоригованої вартості його пасивів. Коригування полягає у ціновому приведенні чи нормалізації бухгалтерської звітності;

1.6) метод накопичення активів – вартість бізнесу дорівнює різниці між ринковою вартістю усіх активів підприємства та ринковою вартістю усіх його пасивів (зобов'язань) у по-елементному розрізі.

2. Методи результатного підходу до оцінки вартості бізнесу:

2.1) метод прямої капіталізації доходів – вартість бізнесу дорівнює теперішній вартості майбутніх грошових потоків від його використання, що можуть бути капіталізовані учасниками (власниками);

2.2) метод дисконтування грошового потоку – вартість бізнесу дорівнює теперішній вартості грошових потоків, генерованих кожним його компонентом, з урахуванням відмінностей у рівнях дисконтів;

2.3) метод оцінки вартості бізнесу на базі опціонів – це модифікація стандартного методу дисконтування грошових потоків, але з урахуванням

можливості зміни стратегічних орієнтирів та ухвалення нових управлінських рішень у міру надходження додаткової інформації;

2.4) метод економічного прибутку – вартість бізнесу визначається шляхом множення суми інвестованого капіталу на ставку економічної рентабельності;

2.5) метод додаткових доходів – вартість бізнесу визначається шляхом урегулювання балансу підприємства та оцінки можливостей отримання доходів від його використання.

3. Методи порівняльного підходу до оцінки вартості бізнесу:

3.1) метод мультиплікаторів – вартість бізнесу оцінюється на основі визначених коефіцієнтів, що відтворюють суттєві характеристики аналогічних об'єктів, представлених на ринку;

3.2) метод галузевих співвідношень – вартість бізнесу визначається на основі цінних показників та інших якісних (чи фінансових) співвідношень, характерних для даної сфери господарювання;

3.3) метод аналогового продажу чи ринку капіталу – вартість бізнесу встановлюється на рівні ціни купівлі-продажу контрольних пакетів акцій компанії чи аналогічних цілісних майнових комплексів.

5.3 ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗКІВ ЗАДАЧ З ДИСЦИПЛІНИ «ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА»

Задача 1

Ринкова вартість споруд дорівнює 450 тис. грн. Тривалість їх економічного життя 50 років. Ставка доходу на інвестиції 12 %. У перший рік експлуатації майновий комплекс (земельна ділянка і збудовані на ній споруди) приніс чистий операційний дохід у розмірі 65 тис. грн. На основі техніки залишку для землі необхідно розрахувати вартість земельної ділянки. Інвестиції у будівлі компенсуються за ануїтетним методом (0,120417).

Розв'язок:

Коефіцієнт капіталізації для споруд розраховується за формулою:

$$K_{\text{кап}} = H_{\text{в0з}} + C_{\text{д}}, \quad (1.1)$$

де $H_{\text{в0з}}$ – норма відшкодування; $C_{\text{д}}$ – ставка доходу;

$$H_{\text{в0з}} = \frac{1}{n_{\text{в0з}}}, \quad (1.2)$$

де $n_{\text{воз}}$ – кількість років за які передбачається відшкодування собі вартість об'єкту.

$$H_{\text{воз}} = \frac{1}{50} = 0,02,$$

$$K_{\text{кап}} = 0,02 + 0,12 = 0,14\% .$$

Чистий операційний дохід (ЧОД), який приходить на споруди розраховується за формулою:

$$\text{Вартість} = \frac{\text{ЧОД}_{\text{спор}}}{K_{\text{кап}}}, \quad (1.3)$$

$$\text{ЧОД}_{\text{спор}} = \text{Вартість} \times K_{\text{кап}}, \quad (1.4)$$

$$\text{ЧОД}_{\text{спор}} = 450 \text{ тис.} \times 0,14 = 63 \text{ тис. грн.}$$

Чистий операційний дохід (ЧОД), який приходить на землю розраховується за формулою:

$$\text{ЧОД}_{\text{зем}} = \text{ЧОД}_{1\text{рік}} - \text{ЧОД}_{\text{спор}}, \quad (1.5)$$

де $\text{ЧОД}_{1\text{рік}}$ – чистий операційний дохід у перший рік експлуатації.

$$\text{ЧОД}_{\text{зем}} = 65 \text{ тис.} - 63 \text{ тис.} = 2 \text{ тис. грн.}$$

Вартість земельної ділянки розраховується за формулою:

$$\text{Вартість} = \frac{\text{ЧОД}_{\text{зем}}}{C_0}. \quad (1.6)$$

$$\text{Вартість} = \frac{2 \text{ тис.}}{0,12} = 16,67 \text{ тис. грн.}$$

Розрахувавши на основі метода залишку для землі, визначили вартість земельної ділянки, яка складає 16,67 тис. грн.

Задача 2

Яку суму необхідно 5 разів внести на депозит, який поповнюється під 8 % річних, щоб накопичити 1700 тис. грн.?

Розв'язок:

Майбутня вартість потоку доходів розраховується за формулою:

$$PMT_{FVA} = FVA \times \left(\frac{1}{(1+i)^n} - 1 \right), \quad (2.1)$$

де FVA – майбутня вартість потоку доходів; i – процентна ставка; n – число періодів нарахування.

$$PMT_{FVA} = 1700 \times \left(\frac{0,08}{(1+0,08)^5} - 1 \right) = 1700 \times 0,17046 = 290 \text{ тис. грн.}$$

Отже, необхідно вносити 290 тис. грн.

Задача 3

Яку суму сьогодні необхідно депонувати в банк під 20 % річних зі щоквартальним нарахуванням відсотків для того, щоб через рік мати змогу придбати у власність бізнес вартістю 100 тис. грн.?

Розв'язок:

Поточну вартість визначаємо за формулою:

$$PV = \frac{FV}{\left(1 + \frac{i}{k}\right)^{nk}}, \quad (3.1)$$

де FV – величина накопичування; i – процентна ставка; n – число періодів нарахування; k – кількість нарахувань відсотків на рік.

$$PV = \frac{100}{\left(1 + \frac{0,2}{4}\right)^{1 \times 4}} = \frac{100}{\frac{1}{(1+0,05)^4}} = \frac{100}{0,8227} = 82,27 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, щоб отримати можливість через рік стати власником бізнесу вартістю 100 тис. грн., сьогодні необхідно депонувати в банк під 20 % річних зі щоквартальним нарахуванням відсотків 82,27 тис. грн.

Задача 4

Визначити вартість товарного знаку як об'єкта промислової власності по прибутку.

Таблиця 4.1

Вихідні дані

Показник	Значення
Q	100 тис. од. за 10 років
Ц	20 тис. грн.
Характер виробництва продукції – серійний; ДО	0,25
H	0,15

Розв'язок:

Прибуток від реалізованої продукції, захищеної товарним знаком, розраховується за формулою:

$$P_{pn} = H \times Q \times C, \quad (4.1)$$

де H – норма прибутку; Q – обсяг реалізованої продукції за основний термін дії товарного знаку; C – ймовірна ціна одиниці продукції, захищеної товарним знаком.

$$P_{pn} = 0,15 \times 100000 \times 20000 = 300 \text{ млн. грн.}$$

Вартість товарного знаку розраховується за формулою:

$$C_{tz} = DO \times P_{pn}, \quad (4.2)$$

$$C_{tz} = 0,25 \times 300 = 75 \text{ млн. грн.}$$

Отже, вартість товарного знаку складе 75 млн. грн.

Задача 5

Яка сума буде накопичена вкладником через два роки, якщо первісний внесок дорівнює 1000 грн., а банк нараховує 14 % річних. Розглянути варіанти нарахування відсотків наприкінці року, наприкінці кожного кварталу і місяця. Зробити висновок.

Розв'язок:

Величина накопичування розраховується за формулою:

$$FV = \frac{PV}{(1+i)^n}, \quad (5.1)$$

де FV – величина накопичування; PV – первісний внесок; i – процентна ставка; n – число періодів нарахування відсотків

При більш частому, ніж один раз на рік, нарахуванні відсотків розраховується за формулою:

$$FV = \frac{PV}{\left(1 + \frac{i}{k}\right)^{nk}}, \quad (5.2)$$

де k – кількість нарахувань відсотків на рік.

Визначаємо нарахування відсотків наприкінці року:

$$FV = 1000 \times (1 + 0,14)^2 = 1000 \times 1,2996 = 1296,6 \text{ грн.}$$

Визначаємо нарахування відсотків наприкінці кварталу:

$$FV = 1000 \times \left(1 + \frac{0,14}{4}\right)^{2 \times 4} = 1000 \times 1,3168 = 1316,8 \text{ грн.}$$

Визначаємо нарахування відсотків наприкінці місяця:

$$FV = 1000 \times \left(1 + \frac{0,14}{12}\right)^{2 \times 12} = 1000 \times 1,321 = 1321 \text{ грн.}$$

Отже, чим частіше нараховуються відсотки, тим більша накопичена сума.

5.4 РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА З ДИСЦИПЛІНИ «ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА»

Основна література:

1. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства: Навчальний посібник / Б.Є. Бачевський, І.В. Заблудська, О.О. Решетняк. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
2. Герасимчук З.В., Ковальська Л.Л. Управління потенціалом підприємства: Навчальний посібник / З.В. Герасимчук, Л.Л. Ковальська. – Луцьк: «Волинські старожитності», 2012. – 336 с.
3. Грицуленко С.І. Потенціал і розвиток підприємства: Навчальний посібник для студ. напр. підгот. 6.030504 «Економіка підприємства» ден. та

заочн. форм навч. / С.І. Грицуленко. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2014. – 99 с.

4. Іванов В.Б. Потенціал підприємства: Науково-методичний посібник / В.Б. Іванов, О.М. Кохась, С.М. Хмелевський. – К.: Кондор, 2009. – 300 с.

5. Касьянова Н.В. Потенціал підприємства: формування та використання: Підручник / Н.В. Касьянова, Д.В. Солоха, В.В. Морєва, О.В. Белякова, О.Б. Балакай. – 2-ге вид., перероб та доп. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 248 с.

6. Кирилук Є.М. Економічне оцінювання: Навчальний посібник / Є.М. Кирилук. – Черкаси: Вид. від ЧНУ ім. Богдана Хмельницького, 2008. – 224 с.

7. Ковтун Н.В. Стратегічний аналіз: Навчальний посібник / Н.В. Ковтун. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2011. – 71 с.

8. Ковальська Л.Л. Потенціал і розвиток підприємства. Конспект лекцій для студентів спеціальності «Економіка підприємства» денної та заочної форм навчання / Л.Л. Ковальська, К.І. Оксенюк. – Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2011. – 124 с.

9. Кривов'язюк І.В. Підприємство в умовах ринку: Навчальний посібник / Кривов'язюк І.В. – К.: Кондор, 2009. – 840 с.

10. Кулакова С.Ю. Потенціал і розвиток підприємства: Навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства» / С.Ю. Кулакова, І.В. Міняйленко. – Полтава: ПолтНТУ імені Юрія Кондратюка, 2015. – 214 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://77.121.11.9/bitstream/PoltNTU/716/1/POTENTsIAL.pdf>.

11. Сабадирьова А.Л. Потенціал і розвиток підприємства: Навчальний посібник / А.Л. Сабадирьова, О.М. Бабій, Т.В. Куклінова, Д.Є. Салавеліс. – Одеса: ОНЕУ, ротاپринт, 2013. – 343 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/466/1/%D0%9F%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%20%D1%96%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%BA%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0.pdf>.

12. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник / За ред. О.М. Свінцицької. – К.: Кондор, 2009. – 272 с.

13. Тарасюк Г.М. Планування діяльності підприємств: Навчальний посібник / Г.М. Тарасюк. – К.: Кондор, 2009 – 300 с.

14. Управление потенциалом предприятия: Учебное пособие / И.З. Должанский, Т.О. Загорная, О.А. Удалых, И.Н. Герасименко, В.Н. Ращупкина. – Донецк: СПД Куприянов, 2010. – 352 с.

15. Хомяков В.І. Потенціал і розвиток підприємства: Навчальний посібник / В.І. Хомяков, В.М. Белінська, О.В. Федоренко. – Черкаси: ЧДТУ, 2009. – 435 с.

Додаткова література:

1. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність: Підручник / В.Д. Базилевич. – 2-ге вид., стер. – К.: Знання, 2008. – 431 с.
2. Герасимчук З.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник / З.В. Герасимчук, С.В. Науменко, В.І. Ткачик, І.М. Вахович, Л.Л. Ковальська, І.В. Кривов'язюк, І.М. Камінська, Н.В. Хвищун, К.І. Оксенюк, В.О. Піскорська. – Луцьк: Надстир'я, 2010. – 632 с.
3. Грицуленко С.І. Інтелектуальний потенціал в інноваційній моделі розвитку оператора зв'язку: Монографія / С.І. Грицуленко, Н.Ю. Потапова-Сінько, К.М. Гарбера. – Одеса: Фенікс, 2009. – 256 с.
4. Грицуленко С.І. Інноваційний потенціал оператора зв'язку: формування, оцінювання та ефективність використання: Монографія / С.І. Грицуленко, В.М. Орлов, Г.А. Отливанська, І.І. Уманський. – Одеса: БМВ, 2013. – 264 с.
5. Семернікова І.О. Економіка підприємства: Навчальний посібник / І.О. Семернікова, Н.В. Мешкова-Кравченко. – К.: Кондор, 2009. – 311 с.
6. Швайка Л.А. Планування і контроль на підприємстві: Навчально-методичний посібник / Л.А. Швайка, О.І. Гузела. – 2009. – 98 с.

**6. ПРОГРАМА З ДИСЦИПЛІНИ
«ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ»**

Мета дисципліни: розкриття теоретичних основ та практичних навичок з організації та реалізації процесу діагностування техніко-економічного стану підприємства як суб'єкта господарської діяльності з метою покращення його конкурентних позицій в сучасних ринкових умовах функціонування.

Завдання дисципліни: розкриття сутності поняття діагностики техніко-економічного стану підприємства на сучасному етапі розвитку економіки; визначення основного інструментарію для здійснення техніко-економічної оцінки фінансового стану підприємства; дослідження сучасних методик оцінки техніко-економічного стану підприємства на мікро- та макроекономічних рівнях; висвітлення методів техніко-економічного обґрунтування при виборі управлінських рішень підприємства.

Предмет дисципліни: техніко-економічна оцінка фінансово-господарська діяльність підприємства в сучасних ринкових (конкурентних) умовах функціонування.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1. Особливості діагностики техніко-економічного стану підприємства. Поняття «фінансовий аналіз» на підприємстві. Функції фінансового аналізу. Об'єкт, предмет та мета фінансового аналізу. Суб'єкти фінансового аналізу. Завдання аналізу фінансового стану. Етапи фінансового аналізу підприємства. Види фінансового аналізу підприємства. Основні прийоми аналізу фінансового стану підприємства.

Тема 2. Теоретичні та аналітичні аспекти фінансового стану підприємства. Суть поняття «фінансовий стан підприємства». Основні етапи здійснення оцінки фінансового стану підприємства. Оцінка вартості майна підприємства. Оцінка джерел формування капіталу підприємства. Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємства. Оцінка фінансової стійкості підприємства. Оцінка ділової активності підприємства. Оцінка прибутковості підприємства. Оцінка ймовірності банкрутства підприємства.

Тема 3. Фінансова безпека підприємства. Сутність поняття «фінансова безпека». Особливості управління фінансовою безпекою підприємства. Складові фінансової безпеки підприємства. Етапи забезпечення фінансової безпеки підприємства. Основні індикатори фінансової безпеки: на рівні підприємства та галузі. Рівні фінансової безпеки підприємства. Оцінка фінансової безпеки підприємства на основі показників та коефіцієнтів його фінансового стану.

Тема 4. Економічний аналіз підприємства. Суть поняття «економічний аналіз». Основна мета та місце економічного аналізу в загальній системі управління підприємством. Основні риси економічного аналізу. Принципи економічного аналізу. Функції економічного аналізу. Користувачі інформації економічного аналізу. Методика проведення економічного аналізу. Основні етапи здійснення економічного аналізу.

Тема 5. Управлінський аналіз підприємства. Суть та мета управлінського аналізу. Основні аспекти дослідження управлінського аналізу. Основні види та завдання управлінського аналізу. Принципи управлінського аналізу. Складові управлінського аналізу. Методи та методичні прийоми управлінського аналізу.

Тема 6. Фінансово-економічна оцінка кредитних операцій. Сутність понять «кредит» та «кредитні відносини». Види та форми кредитів. Функції кредиту. Об'єкти кредитування. Суб'єкти кредитування. Особливості механізму кредитування. Суть поняття «кредитоспроможність». Основні критерії. Види процентних ставок. Способи погашення кредиту.

Тема 7. Фінансово-економічна оцінка цінних паперів. Поняття цінних паперів та їхні властивості. Види цінних паперів. Види та форми доходу від цінних паперів. Оцінка дохідності від акцій. Оцінка дохідності від облігацій.

Тема 8. Фінансово-економічна оцінка валютних операцій. Сутність поняття «валютні операції». Види валютних операцій. Класифікація валютних операцій. Методика формування валютних операцій.

Тема 9. Фінансово-економічна оцінка інвестицій. Суть інвестиційної привабливості підприємства. Особливості поняття інвестиційна політика. Інвестиційний процес та його основні етапи. Зміст інвестиційної діяльності. Поняття «інвестиції» та їхні основні ознаки. Види інвестицій. Методика оцінювання інвестиційних рішень.

6.1 ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ»

1. Основні показники аналізу фінансового стану підприємства.
2. Класифікація фінансових показників на основі користувачів фінансово-економічної інформації
3. Показники оцінки вартості майна підприємства.
4. Показники оцінки джерел формування капіталу підприємства.
5. Показники оцінки ліквідності та платоспроможності підприємства.
6. Показники оцінки фінансової стійкості підприємства.
7. Показники оцінки ділової активності підприємства.
8. Показники оцінки прибутковості підприємства.
9. Методика здійснення оцінки ймовірності банкрутства підприємства.
10. Особливості зовнішнього та внутрішнього фінансового аналізу діяльності підприємства.
11. Моделі для оцінки взаємозв'язків фінансових показників.
12. Аналіз ризиків підприємства на основі даних фінансової звітності.

13. Управління фінансовою безпекою як елемент захищеності підприємства.

14. Оцінка фінансової безпеки підприємства.

15. Необхідність проведення економічного аналізу на підприємстві.

16. Види процентних ставок.

17. Методика погашення кредиту.

18. Оцінка дохідності від акцій та від облігацій.

19. Методика формування валютних операцій.

20. Методика оцінювання інвестиційних рішень.

6.2 ВІДПОВІДІ НА ЗАПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ»

1. Основні показники аналізу фінансового стану підприємства

Фінансовий стан (FinancialPosition) підприємства характеризується системою показників, що дають можливість оцінити наявність, розміщення та ефективність використання фінансових ресурсів.

Основні етапи оцінки фінансового стану підприємства:

- 1) оцінка ефективності управління активами підприємства;
- 2) оцінка джерел формування капіталу (пасивів) підприємства;
- 3) оцінка ліквідності та платоспроможності підприємства;
- 4) оцінка фінансової стійкості підприємства;
- 5) оцінка ділової активності підприємства;
- 6) оцінка прибутковості (рентабельності) підприємства.

Фінансовий стан підприємства залежить від доцільності та правильності вкладання фінансових ресурсів у майно (активи).

Для визначення фінансового стану підприємства проводять дослідження за основними розрахунковими показниками та на основі їх порівняння з базовими.

Один з варіантів відбору аналітичних показників для визначення економічного потенціалу підприємства і оцінки його діяльності наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Сукупність аналітичних показників для дослідження фінансового стану підприємства

Напрямки (процедура) аналізу	Показник
1. Оцінка стану та динаміки економічного потенціалу підприємства	
1.1. Оцінка майнового стану	1. Сума господарських коштів, що знаходяться в розпорядженні підприємства, грн.

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Вартість основних засобів, грн. 3. Коефіцієнт зносу основних засобів, %. 4. Частка основних засобів в загальній сумі активів.
1.2. Оцінка фінансового стану	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сума власних джерел підприємства та їх частка в загальній сумі, грн. 2. Коефіцієнт співвідношення залучених та власних коштів. 3. Коефіцієнт покриття. 4. Частка довгострокових залучених коштів у загальній сумі джерел.
1.3. Наявність у балансі хворих статей	<ol style="list-style-type: none"> 1. Збитки. 2. Кредити та позики, що не погашені в строк. 3. Прострочена дебіторська та кредиторська заборгованість. 4. Векселі видані (одержані) прострочені.
2. Оцінка прибутковості фінансово-господарської діяльності	
2.1. Оцінка прибутку	<ol style="list-style-type: none"> 1. Прибуток, грн. 2. Рентабельність продукції, %. 3. Рентабельність основної діяльності.
2.2. Оцінка динамічності	<ol style="list-style-type: none"> 1. Темп росту виручки (валового доходу) від реалізації, %. 2. Темп росту прибутку, %. 3. Оборотність активів. 4. Тривалість операційного та фінансового циклів. 5. Коефіцієнт сплати дебіторської заборгованості.
2.3. Оцінка ефективності використання економічного потенціалу	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рентабельність активів, %. 2. Рентабельність авансованого капіталу.

2. Класифікація фінансових показників на основі користувачів фінансово-економічної інформації

В умовах ринку фінансовий аналіз спрямований на накопичення, оброблення та використання інформації фінансового характеру та є основою прийняття управлінських рішень на мікрорівні, тобто на рівні суб'єктів господарювання.

Власники, кредитори, менеджери підприємства зацікавлені в докладному аналізі фінансових потоків, щоб на основі одержаної інформації прийняти управлінські рішення, які регулюватимуть формування фінансових ресурсів і сприятимуть зростанню капіталу підприємства.

Класифікація показників, що використовуються у фінансовому аналізі з точки зору різних користувачів фінансової інформації (за Е. Хелфертом) зображено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

**Фінансові показники з точки зору різних користувачів
фінансової інформації**

Мета	Менеджери	Власники	Кредитори
Мета 1	<p><i>Аналіз виробничої діяльності:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - коефіцієнти прибутковості; - рівень рентабельності; - аналіз поточних (операційних) витрат; - аналіз податкових платежів; - операційний важіль; - порівняльний аналіз 	<p><i>Прибутковість:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - доходність власного капіталу; - доходність акціонерного капіталу; - прибуток на акцію; - грошовий потік на акцію; - курс акцій; - загальний прибуток акціонера; - інвестиційна вартість бізнесу 	<p><i>Ліквідність:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - коефіцієнт поточної ліквідності; - коефіцієнт миттєвої ліквідності; - ліквідаційна вартість підприємства; - характеристика грошових потоків
Мета 2	<p><i>Управління ресурсами:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - оборотність активів; - управління оборотним капіталом; - оборотність запасів; - характеристика дебіторської заборгованості; - характеристика кредиторської заборгованості; - ефективність використання трудових ресурсів 	<p><i>Розподіл прибутку:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - дивіденди на акцію; - поточна доходність акції; - коефіцієнт виплати дивідендів; - коефіцієнт покриття дивідендів; - коефіцієнт співвідношення дивідендів і активів 	<p><i>Фінансовий ризик:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - доля боргу в активах; - доля боргу в капіталізації; - співвідношення позикового і власного капіталу; - компроміс між ризиком і винагородою; - власний оборотний капітал
Мета 3	<p><i>Доходність:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - доходність активів (всіх або чистих); - доходність активів по прибутку до виплати 	<p><i>Ринкові показники:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - коефіцієнт P/E (ціна/прибуток); - співвідношення ринкової і балансової 	<p><i>Обслуговування боргу:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - коефіцієнт покриття процентних виплат;

	процентів і податків; - вартість капіталу; - грошовий потік на інвестиції	вартості акцій; - динаміка курсу акцій	- коефіцієнт покриття боргових зобов'язань; - прострочена заборгованість
--	---	---	---

Отже, суб'єктами фінансового аналізу виступають фінансові аналітики, які зацікавлені в діяльності підприємства. В кожного аналітика своя мета.

3. Показники оцінки вартості майна підприємства

Оцінка майна (майнового стану) підприємства проводиться в наступній послідовності:

1) Вертикальний та горизонтальний аналіз активів (досліджується як змінюється валюта балансу, та визначається за рахунок яких саме статей балансу).

Приріст (зменшення) активу свідчить про розширення (звуження) діяльності підприємства. Підприємство зацікавлене здійснювати свою господарську діяльність при мінімальних запасах активів.

Водночас, невиправдане зменшення, а також значний надлишок активів (більше, ніж на 20 %) створюють несприятливі умови щодо ускладнення господарської діяльності та погіршення фінансових результатів господарювання.

2) Оцінка співвідношення темпів зростання активів, чистого доходу та чистого прибутку («золоте правило економіки»).

Оптимальне нарощення активів підприємства визначається за допомогою порівняння темпів росту активів (T_A) з темпами росту чистого доходу ($T_{чд}$) та темпами росту чистого прибутку ($T_{чп}$):

$$100 \% < T_A < T_{чд} < T_{чп}, \quad (3.1)$$

де $100 \% < T_A$ – показує, що підприємство нарощує економічний потенціал та масштаби своєї діяльності;

$T_A < T_{чд}$ – свідчить про те, що виручка зростає швидше від економічного потенціалу, тобто відбувається підвищення інтенсивності використання ресурсів на підприємстві;

$T_{чд} < T_{чп}$ – означає, що прибуток зростає швидше від обсягів реалізації і сукупного капіталу внаслідок підвищення рівня рентабельності продажів.

В умовах інфляції доцільно розглядати також темпи зростання обсягу виробництва. Якщо темпи приросту чистого прибутку більші за темпи приросту активів, а темпи приросту обсягу менші, то підвищення ефективності використання активів відбулося тільки за рахунок зростання цін на продукцію.

3) Оцінка результатів коефіцієнтів структури активів.

Досліджується динаміка результатів наступних коефіцієнтів: постійності, мобільності, співвідношення оборотних та необоротних активів, співвідношення необоротних та оборотних активів.

4) Оцінка розподілу коштів між сферою виробництва та сферою обігу.

Досліджується динаміка результатів наступних коефіцієнтів, які відображають стан та ефективність формування майна підприємства, в основному виробничих активів, а також дозволяють оцінити передбачуваність та послідовність політики управління основними засобами та іншими активами підприємства: частки виробничих фондів в активах, частки основних засобів в активах, частки оборотних виробничих засобів в активах, частка оборотних виробничих засобів в оборотних активах.

5) Оцінка основних засобів підприємства.

Дослідження основних засобів здійснюється на основі наступних фінансових показників: частки активної частини основних засобів, коефіцієнта зносу, коефіцієнта придатності, коефіцієнта оновлення, коефіцієнта вибуття, фондівіддачі, фондомісткості, індексу постійного активу.

б) Оцінка ефективності управління активами (показники оборотності).

Дослідження оборотності активів здійснюється на основі наступних фінансових показників: коефіцієнта оборотності активів, коефіцієнта оборотності постійних активів, коефіцієнта оборотності робочого капіталу.

4. Показники оцінки джерел формування капіталу підприємства

Під капіталом розуміють матеріальні засоби та грошові кошти, вкладені в підприємство з метою здійснення підприємницької діяльності. Капітал підприємства або його фінансові ресурси, поділяється на власний та позиковий (рис. 4.1).

Отже, фінансові ресурси підприємств— це їх власний та залучений грошовий капітал, який вони використовують для формування власних активів і здійснення виробничо-фінансової діяльності з метою отримання доходу, прибутку. Джерела формування фінансових ресурсів різноманітні. При створенні державних підприємств фінансові ресурси формуються за рахунок бюджетних коштів, коштів вищих органів управління, інших аналогічних підприємств під час їх реорганізації тощо. При створенні колективних підприємств вони формуються за рахунок пайових внесків засновників, добровільних внесків юридичних і фізичних осіб тощо. Усі ці внески є статутним капіталом і акумулюються у статутному фонді створеного підприємства.

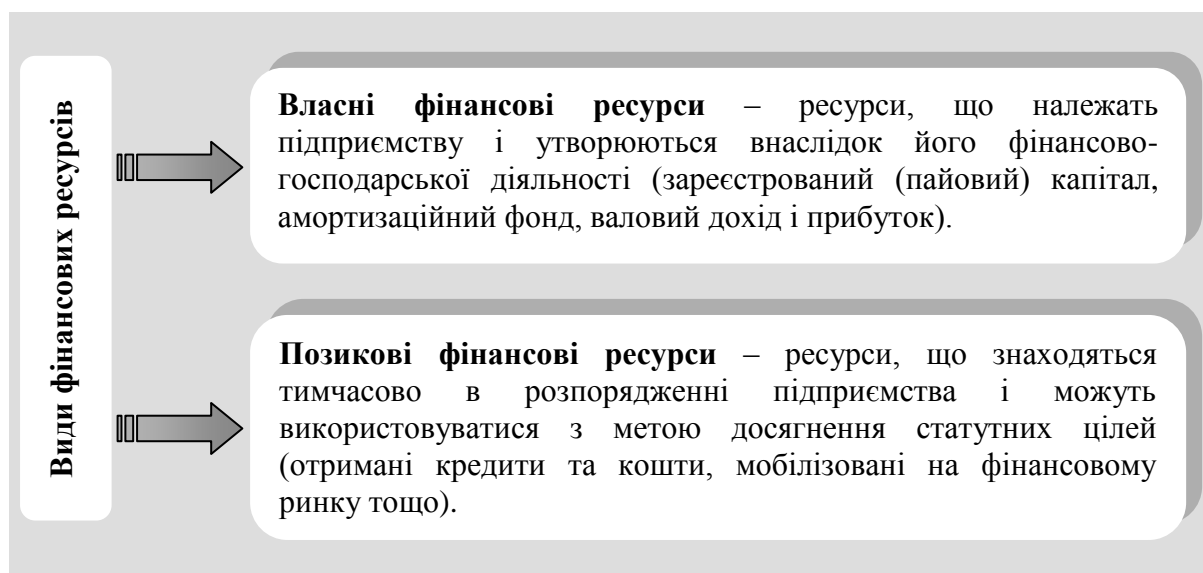


Рисунок 4.1. Види фінансових ресурсів підприємства

Зареєстрований капітал є основною частиною власного капіталу та основним джерелом власних фінансових ресурсів підприємства. За рахунок його коштів формуються основні фонди і оборотні активи підприємства.

Власний капітал – власні джерела фінансування підприємства, які без визначення терміну повернення внесені його засновниками або залишені ними на підприємстві з чистого прибутку. До складу власного капіталу (власних фінансових ресурсів) крім зареєстрованого включають також додатковий вкладений капітал, інший додатковий капітал, резервний, нерозподілений прибуток, цільове фінансування та ін.

Складовою частиною фінансових ресурсів є фінансові резерви, які: 1) характеризуються як особлива група фондів грошових коштів держави чи підприємств, які тимчасово не беруть участі в обороті коштів свого власника, але продовжують рух у загальному грошовому обігу, зберігаючи потенційну можливість повернення в оборот власника; 2) виступають необхідною умовою стабільного і збалансованого розвитку.

В загальному, фінансові ресурси підприємства – грошові доходи та надходження, які знаходяться в розпорядженні суб'єкта господарювання та призначені для виконання фінансових зобов'язань, здійснення витрат по розширеному відтворенню та соціально-економічному стимулюванню працівників. Відображаються у пасиві балансу, а засоби, у тому числі й грошові кошти, – у активі балансу.

Достатній обсяг фінансових ресурсів, їх ефективне використання визначають стійкий фінансовий стан підприємства: платоспроможність, фінансову стійкість, ліквідність тощо. Тому, найважливішим завданням підприємств є пошук резервів збільшення власних фінансових ресурсів і

найбільш ефективно їх використання з метою підвищення ефективності роботи підприємства загалом.

5. Показники оцінки ліквідності та платоспроможності підприємства

Оцінка фінансового стану з точки зору ліквідності та платоспроможності підприємства, відображає його здатність своєчасно та в повному обсязі провести розрахунки за своїми короткостроковими зобов'язаннями.

Під ліквідністю будь-якого активу необхідно розуміти здібність його трансформуватись в грошові кошти, а ступінь ліквідності – тривалість часового періоду, на протязі якого може бути здійснена ця трансформація (чим коротший період тим вище ліквідність даного виду активу).

Отже, ліквідність підприємства – це наявність в нього оборотних засобів в розмірі, теоретично достатньому для покриття короткострокових зобов'язань хоча б і з порушенням строків погашення, передбачених контрактами.

Під платоспроможністю розуміють наявність у підприємства грошових коштів та їх еквівалентів, достатніх для розрахунків за кредиторською заборгованістю, яка потребує термінового погашення. Основними ознаками платоспроможності є: 1) наявність в достатньому об'ємі коштів на розрахунковому рахунку; 2) відсутність простроченої кредиторської заборгованості.

Отже, поняття ліквідність та платоспроможність не тотожні одне одному. Так коефіцієнти ліквідності можуть характеризувати фінансовий стан, як задовільний, проте, по суті ця оцінка може бути помилковою, якщо в оборотних активах значну частину становлять неліквіди та прострочена дебіторська заборгованість.

Тому, ліквідність підприємства відображає його спроможність швидко реалізувати активи й одержати гроші для оплати своїх зобов'язань, а саме: співвідношення величини його високоліквідних активів (кошти, ринкові цінні папери, дебіторська заборгованість) та короткострокової заборгованості; тобто його здатність розраховуватися за своїми фінансовими зобов'язаннями за рахунок наявних активів, що можуть бути використані для погашення боргів.

Платоспроможність характеризує здатність підприємства сплачувати кошти за своїми зобов'язаннями, що вже настали та потребують негайного погашення, за рахунок наявних грошей на банківських рахунках або в готівці. Дослідження стану ліквідності та платоспроможності підприємства здійснюється на основі наступних фінансових показників:

$$1. \text{Коефіцієнт абсолютної ліквідності} = \frac{\text{Поточні фінансові інвестиції} + \text{Грошові кошти та їх еквіваленти}}{\text{Поточні зобов'язання}} \quad (5.1)$$

Характеризує, яка частка короткострокових зобов'язань може бути, за необхідності, негайно погашена за рахунок наявних грошових коштів. Рекомендоване значення: 0,2-0,35.

$$2. \text{ Коефіцієнт проміжної ліквідності} = \frac{\text{Поточні фінансові інвестиції} + \text{Грошові кошти та їх еквіваленти} + \text{Векселі одержані} + \text{Дебіторська заборгованість}}{\text{Поточні зобов'язання}} \quad (5.2)$$

Засвідчує потенційну здатність підприємства погасити свої поточні зобов'язання при умові отримання від дебіторів всієї суми короткострокової заборгованості. Рекомендоване значення: 0,7-0,8.

$$3. \text{ Коефіцієнт поточної ліквідності} = \frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}} \quad (5.3)$$

Відображає скільки грошових одиниць оборотних активів припадає на кожен грошову одиницю поточних зобов'язань. Рекомендоване значення: вище 1.

$$4. \text{ Показник покриття} = \frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Поточні зобов'язання і забезпечення}} \quad (5.4)$$

Показує обсяг оборотних активів, що припадає на одиницю короткострокових зобов'язань. Рекомендоване значення: вище 1.

6. Показники оцінки фінансової стійкості підприємства

Фінансова стійкість підприємства є однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства, адже, вона пов'язана з рівнем залежності від кредиторів та інвесторів, і характеризується співвідношенням власних і залучених коштів.

Дослідження стану фінансової стійкості підприємства здійснюється на основі наступних фінансових показників:

$$1. \text{ Коефіцієнт фінансової незалежності} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Валюта балансу}} \quad (6.1)$$

Характеризує частку власного капіталу в загальній вартості авансованого капіталу (джерел фінансування) підприємства. Зростання результату означає підвищення фінансової стійкості підприємства та є позитивним моментом. Рекомендоване значення: вище 0,5.

$$2. \text{ Коефіцієнт фінансової залежності} = \frac{\text{Валюта балансу}}{\text{Власний капітал}} \quad (6.2)$$

Є оберненим до коефіцієнта фінансової автономії. Зростання результату в динаміці свідчить про збільшення частки залучених коштів у фінансуванні підприємства. Якщо його значення знижується до 1, то це означає, що власники повністю фінансують своє підприємство. Рекомендоване значення: менше 2.

$$3. \text{ Коефіцієнт фінансового ризику (фінансового левериджу)} = \frac{\text{Позиковий капітал}}{\text{Власний капітал}} \quad (6.3)$$

Характеризує величину залученого капіталу в розрахунку на 1 грн. власного капіталу. Чим вище його значення, тим вищий ризик вкладання капіталу в підприємство. Рекомендоване значення: менше 1.

$$4. \text{ Коефіцієнт концентрації позикового капіталу} = \frac{\text{Позиковий капітал}}{\text{Валюта балансу}} \quad (6.4)$$

Показує частку залученого майна в активах підприємства та ступінь залежності підприємства від кредиторів. Зростання цього показника за часом, означає посилення залежності підприємства від зовнішніх інвесторів, що є негативною тенденцією. Рекомендоване значення: менше 1.

$$5. \text{ Коефіцієнт фінансової стабільності} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Позиковий капітал}} \quad (6.5)$$

Характеризує покриття боргів власним капіталом. Рекомендоване значення: вище 1.

$$6. \text{ Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Довгострокові зобов'язання} + \text{Власний капітал}} \quad (6.6)$$

Показує відсоток власного капіталу в капіталізованих джерелах.

$$7. \text{ Коефіцієнт маневреності власного капіталу} = \frac{\text{Власні оборотні кошти}}{\text{Власний капітал}} \quad (6.7)$$

Характеризує ступінь мобільності власного капіталу, тобто показує ту частину власного капіталу, яка знаходиться в обігу та використовується для

фінансування поточної діяльності. Для забезпечення гнучкості при використанні власних коштів підприємства, результат коефіцієнта має бути досить високим. Позитивною тенденцією вважається невелике зростання його в динаміці.

7. Показники оцінки ділової активності підприємства

Ділова активність підприємства – комплексна характеристика, яка втілює різні аспекти діяльності підприємства, а тому визначається системою таких критеріїв, як місце підприємства на ринку конкретних товарів, географія ділових відносин, репутація підприємства як партнера, активність інноваційно-інвестиційної діяльності, конкурентоспроможність, характеризується динамікою показників ефективності виробничо-господарської діяльності в цілому, позитивна динаміка яких, сприятиме зміцненню фінансового стану підприємства. Дослідження стану ділової активності підприємства здійснюється на основі наступних фінансових показників:

$$1. \text{ Коефіцієнт оборотності активів} = \frac{\text{Чистий дохід}}{\text{Середня величина активів}}. \quad (7.1)$$

Показує скільки отриманого чистого доходу припадає на одиницю коштів, інвестованих в активи. Позитивним є зростання результату показника.

$$2. \text{ Коефіцієнт оборотності оборотних активів} = \frac{\text{Чистий дохід}}{\text{Середня величина оборотних активів}}. \quad (7.2)$$

Характеризує суму доходу, яка отримується з кожної гривні оборотних активів, тобто ефективність використання оборотних ресурсів підприємства.

$$3. \text{ Коефіцієнт оборотності запасів} = \frac{\text{Собівартість реалізованої продукції}}{\text{Середні залишки запасів}}. \quad (7.3)$$

Відображає швидкість обороту запасів для забезпечення виконання завдання з продажу готової продукції. Зростання показника свідчить про ефективне та економне їх використання.

$$4. \text{ Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості} = \frac{\text{Чистий дохід}}{\text{Середні залишки дебіторської заборгованості та коштів у розрахунках}}. \quad (7.4)$$

Показує швидкість обороту дебіторської заборгованості. Зростання цього коефіцієнта, свідчить про поліпшення платіжної дисципліни та (або) скорочення

обсягів продажу продукції з відстроченням платежу за строками або за вартістю угод.

$$5. \text{ Тривалість оборотності активів, дні} = \frac{360 \text{ днів}}{\text{Коефіцієнт оборотності активів}}. \quad (7.5)$$

Характеризує час, який необхідний для перетворення оборотних активів у грошову форму.

$$6. \text{ Тривалість оборотності оборотних активів, дні} = \frac{360 \text{ днів}}{\text{Коефіцієнт оборотності оборотних активів}}. \quad (7.6)$$

Характеризує кількість днів, яка необхідна для їх перетворення в грошову форму.

$$7. \text{ Тривалість оборотності запасів, дні} = \frac{360 \text{ днів}}{\text{Коефіцієнт оборотності запасів}}. \quad (7.7)$$

Відображає оборотність запасів для забезпечення поточного обсягу реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

$$8. \text{ Тривалість оборотності дебіторської заборгованості, дні} = \frac{360 \text{ днів}}{\text{Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості}}. \quad (7.8)$$

Характеризує період погашення дебіторської заборгованості, протягом якого дебіторська заборгованість перетворюється в грошові кошти, тобто показує, скільки потрібно часу для отримання оплати за відвантажені товари, виконані роботи, надані послуги. Позитивно оцінюється зниження середньої тривалості обороту дебіторської заборгованості, і навпаки.

8. Показники оцінки прибутковості підприємства

Кінцеві результати діяльності характеризуються не лише абсолютними показниками прибутку або збитку. Суб'єкти господарювання, які зацікавлені у віддачі від використання ресурсів і вкладеного капіталу, аналізують співвідношення отриманого ефекту з понесеними витратами (використаними ресурсами). Для цього обчислюються відносні показники ефективності – коефіцієнти рентабельності.

Залежно від того, що є базовим показником для розрахунку, тобто з чим порівнюють вибраний показник фінансового результату діяльності, виділяють дві великі групи показників рентабельності:

- рентабельність активів (показує ефективність використання майна підприємства – економічна рентабельність) та рентабельність капіталу (показує ефективність управління капіталом підприємства – фінансова рентабельність);

- рентабельність продажів (визначає ефективність продажу продукції з точки зору отриманого прибутку – валового, операційного або чистого).

Дослідження стану прибутковості підприємства здійснюється на основі наступних фінансових показників:

$$1. \text{Рентабельність активів, \%} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середньорічна вартість активів}} \quad (8.1)$$

Характеризує, наскільки ефективно підприємство використовує свої активи для отримання прибутку, тобто показує, який прибуток приносить кожна гривня, вкладена в активи підприємства. Позитивною динамікою є зростання значення показника.

$$2. \text{Рентабельність власного капіталу, \%} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середньорічна вартість власного капіталу}} \quad (8.2)$$

Чиста рентабельність власного капіталу є головним інвестиційним показником, що характеризує норму прибутку на власний капітал. Такий показник найкраще визначає результативність діяльності підприємства, показуючи, скільки прибутку приносить кожна гривня власного капіталу. Рекомендоване значення: 0,13-0,24.

$$3. \text{Рентабельність продукції, \%} = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Собівартість реалізованої продукції}} \quad (8.3)$$

Показує, скільки отримано прибутку з кожної гривні, витраченої на виробництво. Позитивною динамікою є зростання значення показника.

$$4. \text{Валова рентабельність продажу, \%} = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Виручка від реалізації продукції}} \quad (8.4)$$

Цей показник визначає рівень, на який підприємство може збільшити операційний прибуток, шляхом зниження адміністративних витрат та витрат на збут. Позитивною динамікою є зростання значення показника.

$$5. \text{Операційна рентабельність продажу, \%} = \frac{\text{Операційний прибуток}}{\text{Виручка від реалізації продукції}} \quad (8.5)$$

Показує рентабельність підприємства після вирахування витрат на виробництво та збут продукції. Позитивною динамікою є зростання значення показника.

$$\text{б. Рентабельність діяльності), \%} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Виручка від реалізації продукції}} \quad (8.6)$$

Показує, скільки чистого прибутку надходить підприємству в кожній гривні від продажу продукції, товарів, робіт, послуг. Даний коефіцієнт характеризує вплив структури капіталу та фінансування підприємства на його рентабельність. Позитивною динамікою є зростання значення показника.

9. Методика здійснення оцінки ймовірності банкрутства підприємства

Поняття «банкрутство» характеризує неспроможність підприємства задовольнити вимоги кредиторів щодо оплати товарів, робіт та послуг, а також забезпечити обов'язкові платежі в бюджет та позабюджетні фонди. Причиною банкрутства може бути неврахування підприємством існуючих ризиків, які можна об'єднати в чотири групи: 1) недостатність інноваційного потенціалу; 2) втрата фінансової стійкості; 3) зменшення капіталу; 4) криза ліквідності. Отже, діагностика банкрутства підприємства – система цільового фінансового аналізу, спрямованого на виявлення параметрів кризового розвитку підприємства.

Для прогнозування банкрутства у світовій практиці використовується система моделей, розроблених західними спеціалістами, зокрема:

1. Двофакторна модель Альтмана:

$$Z = -0,3877 + 1,0736 * X_1 + 0,0579 * X_2. \quad (9.1)$$

де Z – рівень ймовірності банкрутства; $-0,388$; $1,0736$; $0,0579$ – константи; X_1 – коефіцієнт покриття (коефіцієнт поточної ліквідності), тобто відношення поточних активів до поточних пасивів; X_2 – коефіцієнт фінансової залежності, розрахований як відношення залученого капіталу до загального капіталу.

Якщо одержана величина Z менше 0, ймовірність банкрутства буде більша 50 %, якщо Z більша 0, вона становитиме менше 50 % і в разі, коли Z рівна 0, ймовірність банкрутства 50 %.

2. П'ятифакторна модель Альтмана:

$$Z = 1,2 * X_1 + 1,4 * X_2 + 3,3 * X_3 + 0,6 * X_4 + 0,999 * X_5. \quad (9.2)$$

де Z – рівень ризику банкрутства; 1,2; 1,4; 3,3; 0,6; 0,999 – константи; X_1 – частка оборотних активів у їхній загальній величині, тобто відношення власного оборотного капіталу до сукупних активів; X_2 – рентабельність активів, тобто відношення чистого прибутку до сукупних активів; X_3 – рентабельність активів розрахована, як відношення фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування до сукупних активів; X_4 – коефіцієнт покриття за ринковою вартістю власного капіталу, розраховують як відношення між власним і залученим капіталом; X_5 – рентабельність активів, розрахована як відношення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції до сукупних активів.

Рангування отриманих результатів: Z менше 1,81 – імовірність банкрутства дуже висока; Z в межах від 1,81 до 2,765 – імовірність банкрутства середня; Z в межах від 2,765 до 2,99 – імовірність банкрутства невелика; Z більше 2,99 – імовірність банкрутства дуже мала.

Правильність даної формули – 95 %.

3. Модифікована п'ятифакторна модель Альмана:

$$Z=0,717*X_1+0,847*X_2+3,107*X_3+0,42*X_4+0,998*X_5. \quad (9.3)$$

де X_4 – відношення балансової вартості акцій до позичкового капіталу.

Якщо Z рівне 1,80 і менше – ймовірність банкрутства дуже висока; якщо від 1,81 до 2,70 – висока; якщо від 2,71 до 2,90 – існує ймовірність настання банкрутства; якщо від 2,91 і вище – дуже низька ймовірність настання банкрутства.

4. Модель Ліса (1972 р.):

$$Z=0,063*X_1+0,092*X_2+0,057*X_3+0,001*X_4. \quad (9.4)$$

де X_1 – відношення оборотного капіталу до всіх активів; X_2 – відношення прибутку від реалізації до всіх активів; X_3 – відношення нерозподіленого прибутку до всіх активів; X_4 – відношення власного капіталу до позичкового капіталу.

Мінімальне значення Z менше 0,037.

10. Особливості зовнішнього та внутрішнього фінансового аналізу діяльності підприємства

Зовнішній фінансовий аналіз на основі фінансової і статистичної звітності здійснюють банки, аудиторські фірми, інвестори та ін.

Основною метою його здійснення є оцінювання та діагностика фінансового стану підприємства за даними фінансової звітності, тобто надання інформації

чисельним користувачам про прибутковість діяльності підприємства, платоспроможність, фінансову незалежність, ділову активність тощо.

Особливостями зовнішнього фінансового аналізу виступає:

- орієнтація аналізу на публічну, зовнішню звітність підприємства;
- множинність об'єктів-користувачів;
- різноманітність цілей і інтересів суб'єктів аналізу;
- максимальна відкритість результатів аналізу для користувачів.

Основним змістом зовнішнього фінансового аналізу, який здійснюється партнерами підприємства, контрольними органами на основі даних публічної фінансової звітності, є:

- аналіз абсолютних показників прибутку;
- аналіз показників рентабельності;
- аналіз фінансового стану, фінансової стійкості, стабільності підприємства, його платоспроможності та ліквідності балансу;
- аналіз ефективності використання залученого капіталу;
- економічна діагностика фінансового стану підприємства.

На відміну від внутрішнього, відповідні складові зовнішнього аналізу більш формалізовані та менш деталізовані.

Внутрішній фінансовий аналіз (на рівні підприємства) проводять фінансові служби. Він ґрунтується не тільки на даних публічної звітності, а й на використанні всіх доступних джерел облікової та позаоблікової інформації.

Його результати є комерційною таємницею. Для того щоб зробити правильний висновок на підставі проведеного аналізу фінансового стану підприємства, рекомендується для порівняння використовувати показники за цим підприємством не менше ніж за три останніх роки.

За можливості, показники підприємства також необхідно порівняти із загальногалузевими показниками та з даними інших підприємств такої самої сфери діяльності.

Основним змістом внутрішнього (традиційного) аналізу фінансового стану підприємства виступає:

- аналіз майна (капіталу) підприємства;
- аналіз фінансової стійкості та стабільності підприємства;
- оцінка ділової активності підприємства;
- аналіз динаміки прибутку та рентабельності підприємства і факторів, що на них впливають;
- аналіз кредитоспроможності підприємства;
- оцінка використання майна та вкладеного капіталу;
- аналіз власних фінансових ресурсів;
- аналіз ліквідності та платоспроможності підприємства;
- аналіз самоокупності підприємства.

Цей аналіз здійснюється аналітиками підприємства і ґрунтується на широкій інформаційній базі, включаючи й оперативні дані.

11. Моделі для оцінки взаємозв'язків фінансових показників

Фінансовий аналіз здійснюється за допомогою різних моделей, які дають змогу структурувати та ідентифікувати взаємозв'язки між основними показниками.

Існують три основні типи моделей, які застосовуються в процесі аналізу фінансового стану підприємства: описові, предикативні та нормативні.

1. Описові моделі є основними. До них належать:

- побудова системи звітних балансів;
- подання фінансової звітності у різних аналітичних розрізах;
- вертикальний та горизонтальний аналіз звітності;
- система аналітичних коефіцієнтів;
- аналітичні записки до звітності.

Описові моделі засновані на використанні інформації з бухгалтерської звітності.

2. Предикативні моделі – це моделі передбачувального, прогностичного характеру. Вони використовуються для прогнозування доходів та прибутків підприємства, його майбутнього фінансового стану.

Найпоширеніші з них:

- розрахунки точки критичного обсягу продажу,
- побудова прогностичних фінансових звітів,
- моделі динамічного аналізу (жорстко детерміновані факторні та регресивні моделі).

3. Нормативні моделі – це моделі, які уможливають порівняння фактичних результатів діяльності підприємства із нормативними (розрахованими на підставі нормативу). Ці моделі використовуються, як правило, у внутрішньому фінансовому аналізі, їхня суть полягає у встановленні нормативів на кожну статтю витрат стосовно технологічних процесів, видів виробів та у розгляді та з'ясуванні причин відхилень фактичних даних від цих нормативів.

Крім, того існують і моделі детермінованого аналізу, серед яких:

1. Адитивна модель факторної системи. Результативний показник представлений у вигляді алгебраїчної суми показників-факторів:

$$D_{\text{ФЦ}} = D_{\text{ВЦ}} + D_{\text{Д}} - D_{\text{КЗ}}, \quad (11.1)$$

де $D_{\text{ВЦ}}$, $D_{\text{ФЦ}}$ – тривалість виробничого і фінансового циклів відповідно; $D_{\text{Д}}$, $D_{\text{КЗ}}$ – періоди обороту дебіторської і кредиторської заборгованостей відповідно.

2. Мультиплікативна модель. Результативний показник визначають як добуток факторних показників:

$$K_{CЗ} = K_P * P_A * K_{ФЗ}, \quad (11.2)$$

де $K_{CЗ}$ – коефіцієнт стійкого зростання; K_P – коефіцієнт реінвестування; P_A – рентабельність активів; $K_{ФЗ}$ – коефіцієнт фінансової залежності, розрахований відносно власного капіталу на початок звітного періоду.

3. Кратна модель. Результативний показник розраховують як співвідношення факторних показників:

$$K_{OA} = ЧД / A_{cp}, \quad (11.3)$$

де K_{OA} – коефіцієнт оборотності активів; ЧД – чистий дохід; A_{cp} – середня величина активів.

4. Змішана (комбінована) модель поєднує кілька типів моделей факторних систем:

$$K_{ВБ} = ((ВБ_{cp1} - ВБ_{cp0}) / ВБ_{cp0}) * 100\%, \quad (11.4)$$

де $K_{ВБ}$ – коефіцієнт приросту валюти балансу; $ВБ_{cp1}$, $ВБ_{cp0}$ – середня величина валюти балансу за звітний і попередній періоди відповідно.

12. Аналіз ризиків підприємства на основі даних фінансової звітності

Аналіз фінансової звітності дозволяє виявити основні тенденції діяльності підприємства, а також визначити його схильність до ринкових, кредитних, операційних та інших видів ризику (рис. 12.1).

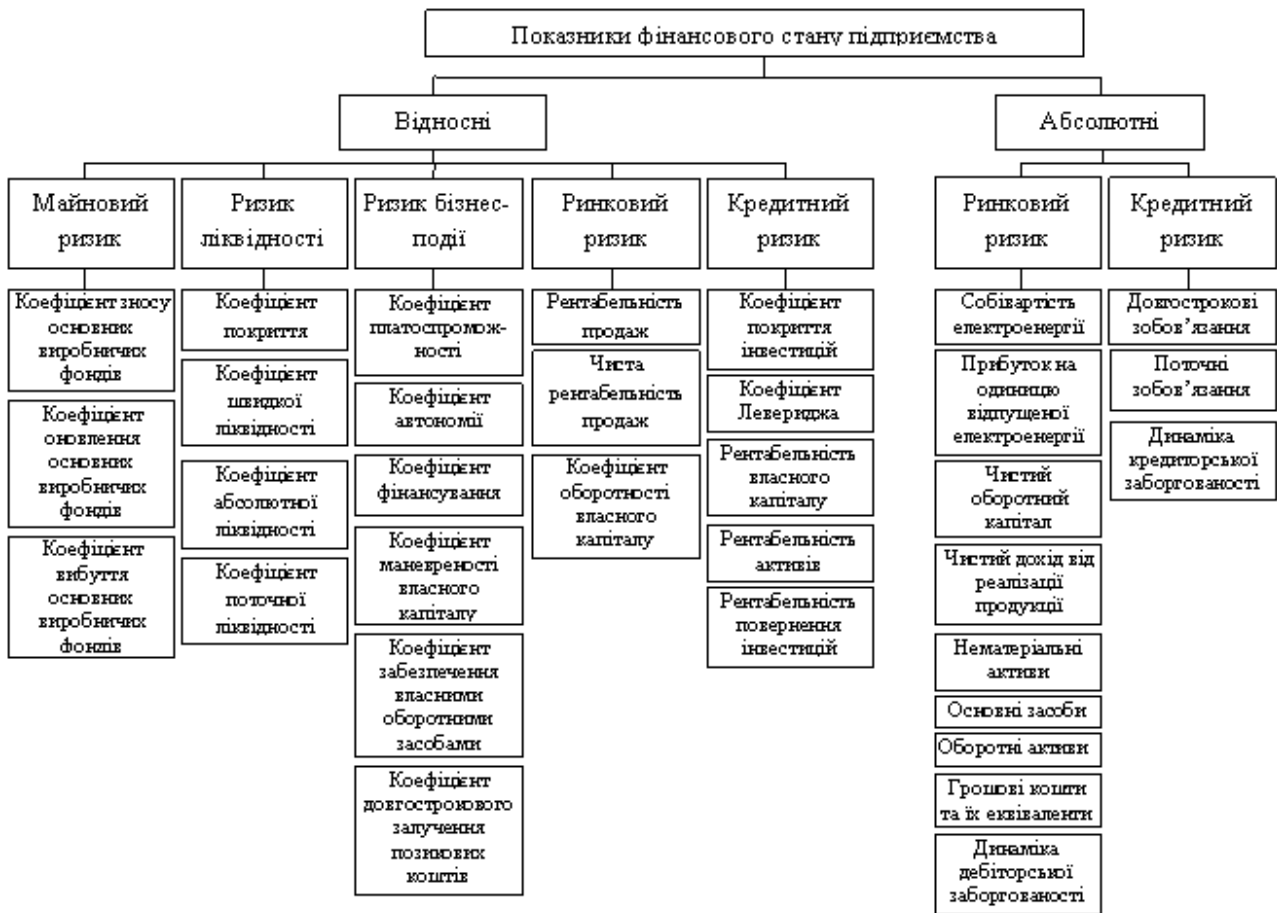


Рисунок 12.1. Показники фінансового стану підприємства

Для того, щоб відповісти на запитання, чи схильне підприємство до ринкових, кредитних ризиків, ризиків ліквідності чи ризиків бізнес-подій, необхідно, перш за все, ознайомитися з фінансовою звітністю підприємства: балансовим звітом (форма № 1 «Баланс»), звітом про фінансові результати (форма № 2 «Звіт про фінансові результати») та іншими документами, у тому числі і з примітками до звітності (форма № 5 «Примітки до річної фінансової звітності») тощо.

Для здійснення аналізу наявних ризиків підприємства, необхідно сформулювати певну систему критеріїв, на основі якої і здійснити оцінку результатів необхідних фінансових показників (табл. 12.1).

Таблиця 12.1

Критерії аналізу ризиків підприємств на основі фінансової звітності

Ризик	Критерії аналізу
Майновий ризик	Рівень зносу основних виробничих фондів. Визначення даного показника технічного стану підприємства дає змогу проаналізувати рівень надійності системи виробництва, що в свою чергу, дозволяє визначити показник надійності системи в цілому.
Ризик ліквідності	Ліквідність компанії, співвідношення ліквідних активів і поточних зобов'язань компанії.
Ризик	Чутливість компанії до ризику, пов'язаного з впливом коливань

бізнес-події	курсів валют на транзакційні витрати. Цей ризик дуже актуальний для імпортерів, експортерів і посередницьких компаній.
Ринкові ризики	<p>Схильність компанії до довгострокових валютних ризиків. Така ситуація може скластися, наприклад, при репатріації прибутку із зарубіжних філій компанії у вигляді дивідендів, роялті та міжфіліальних розрахунків.</p> <p>Чутливість компанії до процентного ризику. Перш за все, слід вивчити структуру позикових засобів компанії: якщо вони надані під плаваючу ставку, її зміна приведе до зміни витрат по обслуговуванню боргу. Відповідно і вартість компанії може змінюватися при коливаннях ставки.</p> <p>Схильність компанії до впливу коливань цін на товарному ринку. Еластичність попиту і пропозиції на ринку може привести до залежності показників компанії від волатильності товарних цін.</p>
Кредитні ризики	<p>Рівень позикового капіталу. Коефіцієнт боргового навантаження (відношення позикового капіталу до загальної суми активів) є і фінансовим важелем, що підвищує рентабельність власних коштів, і джерелом фінансової залежності.</p> <p>Чутливість компанії до ризику, пов'язаного з впливом зміни курсів валют на консолідовану звітність (валютний ризик). Такий ризик має місце, якщо у консолідованій компанії є дочірні організації в різних країнах.</p>

Отже, аналіз фінансової звітності підприємства дозволяє визначити кількісні оцінки майнових ризиків, ризиків ліквідності, ризиків бізнес-подій, ринкових та кредитних ризиків.

13. Управління фінансовою безпекою як елемент захищеності підприємства

В теперішніх умовах глобалізації економічного простору проблематика фінансової безпеки підприємства набуває особливої актуальності.

Управління фінансовою безпекою відноситься до числа найбільш важливих економічних проблем в сучасних умовах, так як недостатня фінансова стійкість може привести до неплатоспроможності підприємства та відсутності можливостей для подальшого його розвитку.

Фінансова безпека є універсальною категорією, що характеризує захищеність суб'єктів соціально-економічних відносин на всіх рівнях, починаючи з держави, і закінчуючи кожним її громадянином.

Фінансова безпека підприємства відображає захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, а також спроможність швидко

усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, що не позначаються негативно на його діяльності. Зміст цього поняття містить у собі систему засобів, які забезпечують конкурентоспроможність і фінансову стабільність підприємства, а також сприяють підвищенню рівня добробуту працівників.

Фінансова безпека є однією зі складових економічної безпеки підприємства, яка характеризується можливістю найбільш ефективно використовувати власні ресурси для здійснення своєї місії, а також для досягнення довгострокових та короткострокових цілей, розвитку тощо.

Питання фінансової безпеки є системними, оскільки вони стосуються і пов'язують окремі країни, регіони, господарюючі суб'єкти, політику, економіку, фінанси, фінансову безпеку окремого громадянина, домашніх господарств, населення в цілому, підприємців, підприємств, організацій, установ та їх асоціацій, галузей господарського комплексу регіонів, окремих секторів економіки, держави та різноманітних міждержавних утворень, світового співтовариства в цілому.

Сучасний стан вітчизняної економіки свідчить про те, що необхідно більше уваги приділяти питанням впровадження механізмів забезпечення фінансової безпеки саме на рівні суб'єктів підприємництва сфери матеріального виробництва, адже, діяльність цих підприємств пов'язана зі значною кількістю ризиків і нестабільністю як внутрішнього, так і зовнішнього їх середовища, а також загрозами поглинень, зокрема, через процедури банкрутства.

Необхідність постійного дотримання фінансової безпеки зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності.

Рівень фінансової безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно його керівництво та буде спроможним уникнути можливих загроз та ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього та внутрішнього середовищ.

Характеристика складових фінансової безпеки подано в табл. 13.1.

Таблиця 13.1

Характеристика складових фінансової безпеки

№ з/п	Назва складової	Зміст складової
1	Фінансова	Стан бюджетної, грошово-кредитної, банківської, валютної систем та фінансових ринків, який характеризується збалансованістю, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних загроз, здатністю забезпечити ефективно функціонування національної економічної системи та

		економічне зростання.
1.1	Бюджетна	Стан забезпечення платоспроможності держави з урахуванням балансу доходів і видатків державного та місцевих бюджетів і ефективності використання їх коштів
1.2	Валютна	Стан курсоутворення, який створює оптимальні умови для розвитку вітчизняного експорту, безперешкодного припливу в країну іноземних інвестицій, інтеграції України до світової економічної системи.
1.3	Грошово-кредитна	Стан грошово-кредитної системи, який характеризується стабільністю грошової одиниці, доступністю кредитних ресурсів та рівнем інфляції, що забезпечує економічне зростання і підвищення реальних доходів населення.
1.4	Боргова	Рівень внутрішньої та зовнішньої заборгованості з урахуванням вартості її обслуговування й ефективності використання внутрішніх і зовнішніх запозичень, достатній для вирішення нагальних соціально-економічних потреб, що не загрожує втратою суверенітету і руйнуванням вітчизняної фінансової системи.
1.5	Безпека страхового ринку	Рівень забезпеченості страхових компаній фінансовими ресурсами, який надасть змогу, в разі потреби, відшкодувати обумовлені в договорах страхування збитки їх клієнтів і забезпечити ефективне функціонування.
1.6	Безпека фондового ринку	Оптимальний обсяг капіталізації ринку, здатний забезпечити стійкий фінансовий стан емітентів, власників, покупців, організаторів торгівлі, торговців, інститутів спільного інвестування, посередників (брокерів), консультантів, реєстраторів, депозитаріїв, зберігачів та держави в цілому.

Отже, головна мета фінансової безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування сьогодні та достатній потенціал розвитку в майбутньому.

14. Оцінка фінансової безпеки підприємства

Необхідність постійного дотримання фінансової безпеки зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності.

Рівень фінансової безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно його керівництво та буде спроможним уникнути можливих загроз та ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовищ.

Тому, важливо зауважити, що джерелами негативних впливів на фінансову безпеку суб'єктів господарювання можуть бути причини, показані на рис. 14.1.

Головна мета фінансової безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективне функціонування сьогодні та достатній потенціал розвитку в майбутньому, також, варто зауважити, що її досягнення можливо при: 1) забезпеченні високої фінансової ефективності роботи підприємства; 2) підтримці фінансової стійкості підприємства та його незалежності; 3) досягненні високої конкурентоспроможності; 4) забезпеченні ліквідності активів; 5) підтримці належного рівня ділової активності; 6) забезпеченні захисту інформаційного поля і комерційної таємниці; 7) ефективній організації безпеки капіталу та майна підприємства, а також його комерційних інтересів.

Ключовою проблемою для кожного суб'єкта підприємництва, як у короткостроковій, так і середньо- та довгостроковій перспективі, є досягнення певного стійкого стану, який би забезпечував розвиток суб'єкту, а також збалансованість між основними складовими його діяльності, такими як: вхідні та вихідні грошові потоки, обсяги дебіторської і кредиторської заборгованості тощо.

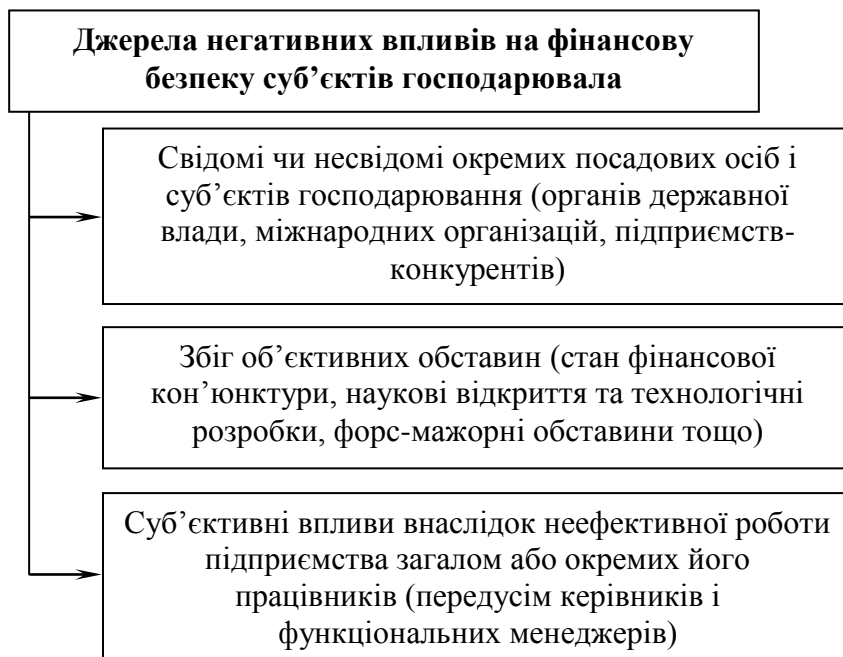


Рисунок 14.1. Джерела негативних впливів на фінансову безпеку суб'єктів господарювання

Оцінку стану фінансової безпеки на підприємстві можливо здійснити на основі аналізу результатів показників його фінансової стійкості, яка є однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства, адже, пов'язана з рівнем залежності від кредиторів та інвесторів і характеризується співвідношенням власних та залучених коштів:

1. Коефіцієнт фінансової незалежності.
2. Коефіцієнт фінансової залежності.
3. Коефіцієнт фінансового ризику.
5. Коефіцієнт фінансової стабільності.
6. Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел.
7. Коефіцієнт довгострокової заборгованості.
8. Коефіцієнт маневреності власного капіталу.
9. Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами.
10. Коефіцієнт маневреності робочого капіталу.
11. Коефіцієнт маневреності власних обігових коштів.
12. Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів.
13. Коефіцієнт фінансової стійкості.
14. Коефіцієнт покриття запасів.

15. Необхідність проведення економічного аналізу на підприємстві

Економічний аналіз – спеціальна галузь знань, становлення якої визначене об'єктивними передумовами та потребами, характерними для виникнення будь-якої нової галузі знань. Пріоритетною для нього є практична потреба вирішення сучасних проблем управління.

Отже, економічний аналіз – система спеціальних знань для дослідження зміни та розвитку економічних явищ і процесів у їх взаємозв'язку та взаємозумовленості, що породжується суб'єктивними та об'єктивними причинами з метою забезпечення цільового управління ними, та пов'язана: з дослідженням причинно-наслідкових зв'язків зміни та розвитку економічних явищ та процесів; вибором та обґрунтуванням ділового партнерства; дослідженням зовнішнього економічного середовища (маркетинговий аналіз) та зміни параметрів ринку; оцінюванням підприємницького ризику; моделюванням поведінки економічної системи на багатокритеріальній основі; обґрунтуванням цільових програм, індикативних планів і бізнес-планів та об'єктивним оцінюванням їх виконання; кількісним і якісним вимірюванням об'єктивних і суб'єктивних факторів та пошуком резервів удосконалення господарських систем; формуванням аналітичного забезпечення для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Економічний аналіз ґрунтується на таких основних принципах: все пізнається у динаміці та розвитку; пізнання у зв'язках, взаємозв'язках, взаємозалежності та взаємозумовленості; у причинно-наслідковій підпорядкованості зміни та розвитку; пізнання проявів необхідності та випадковості негативних і позитивних характеристик, кількісних та якісних змін, дії механізмів мотивації та інтересу.

Економічний аналіз відіграє важливу роль в економічному розвитку. Він виступає провідною з'єднувальною ланкою між бухгалтерським обліком і прийняттям управлінських рішень. Завдяки цьому створюються умови для забезпечення безкризової ефективної діяльності суб'єктів господарювання.

Дієвість економічного аналізу залежить від застосування комплексного підходу, який насамперед передбачає всебічне вивчення економічних явищ і процесів за допомогою системи взаємопов'язаних економічних показників.

Основні напрями здійснення економічного аналізу:

1. Аналіз стану та перспективної динаміки внутрішнього та зовнішнього економічного середовища суб'єкта господарювання, що змінюється за еволюційними характеристиками і за різними соціально-політичними та економічними сценаріями.

2. Аналіз можливостей та раціонального поступу економічного зростання, для чого слід зосередити всі важелі макроекономічної та мікроекономічної політики.

3. Аналіз ділового партнерства, який є умовою мінімізації ризику участі на ринку.

4. Аналітичне забезпечення індикативного та бізнес-планування.

5. Аналіз доходів і витрат за критеріями приросту фінансових результатів і забезпечення стійкої конкурентоспроможності на ринку.

6. Інвестиційний аналіз, який є осередком ділової активності у господарюванні.

7. Аналітичне забезпечення антикризового управління передбачає постійний моніторинг фінансового стану глобального та локального економічного середовища кожної відносно відособленої системи господарювання на предмет попередження кризових явищ і процесів чи подолання фінансової кризи.

Внутрішніми користувачами економічного аналізу виступають одержувачі аналітичної інформації в межах підприємства, організації чи їх структурних підрозділів, до яких належать: управлінський персонал; власники контрольних пакетів акцій; члени трудового колективу; бухгалтери, економісти, фінансисти; внутрішні аудитори; профспілкові організації.

Зовнішніми користувачами економічного аналізу є одержувачі результатів економічного аналізу, які перебувають поза межами господарських структур, а саме: представники вищих органів управління; кредитори; контрагенти; представники державних контролюючих і регулюючих органів; спеціалісти зі злиття та поглинання; дрібні власники та потенційні інвестори; незалежні аналітики; зовнішні аудитори; конкуренти.

16. Види процентних ставок

При оцінці величини грошових потоків з урахуванням фактора часу найбільш поширеними проблемами є: складність вибору відповідної процентної ставки; непослідовність у користуванні показниками процентних ставок.

Процентна ставка є доходом інвестора від вкладення коштів на визначені цілі і визначений період часу в майбутньому.

Крім того, ринковій економіці властива інфляція. Тому для процентних ставок необхідно розрізняти номінальні та реальні величини, щоб визначити діючу ефективність фінансових операцій.

Реальна процентна ставка відображає очікувані темпи зростання економіки за визначений період часу, реальний дохід інвестора на вкладені кошти і зміни купівельної спроможності грошей у зв'язку з інфляційними процесами (для країн з розвинутою ринковою економікою реальні темпи зростання становлять 2,5-4 %, за винятком нетривалих періодів стрімкого економічного зростання).

Номінальна процентна ставка відображає в грошовому вираженні дохід, отриманий з однієї грошової одиниці капіталовкладень. Вона перебуває під впливом попиту і пропозиції і виражає абсолютну плату за використання коштів і не відображає зміни купівельної спроможності грошей у зв'язку з інфляцією.

Реальна процентна ставка дорівнює номінальній процентній ставці за вирахуванням темпів інфляції. Якщо, наприклад, інвестор вклав кошти під 10 % річних, а рівень інфляції за рік становить 4,5 %, то реальна дохідність інвестицій за цей рік становитиме 5,5 % (10-4,5) при номінальній дохідності 10 %.

Реальна процентна ставка на визначений період у майбутньому невідома на початок періоду й оцінюється на основі рівня очікуваного економічного зростання за даний період та з урахуванням ризиків.

Інфляційна премія – компенсація для страхування ризику при втраті частини грошових коштів через знецінення грошової одиниці; це премія, яку інвестори додають до реального, вільного від ризиків, рівня доходу (норми прибутку). Формула Фішера має назву «ефект Фішера», виглядає таким чином:

$$R_i = R_f + IR, \quad (16.1)$$

де R_i – ціна капіталу з врахуванням ризику (процентна ставка в умовах інфляції); R_f – номінальна ставка; IR – інфляційна премія (рівень інфляції).

На розвинених фінансових ринках існують ефективні механізми встановлення дохідності активу на рівні, що відповідає ступеню його ризиковості. Саме дохідність будь-якого фінансового активу визначається дохідністю безризикового активу та премією за ризики, характерні для такого активу. Тобто, будь-яка процентна ставка (R_i) на ринку є сумою безризикової процентної ставки (R_b) та премії за ризик (R_k):

$$R_i = R_b + R_k. \quad (16.2)$$

Безризикова процентна ставка – номінальна процентна ставка по короткострокових державних цінних паперах, яка є сумою двох складових – реальної процентної ставки (R_r) та поправки на інфляцію (IP):

$$R_b = R_r + IP. \quad (16.3)$$

В Україні, де фінансовий ринок знаходиться в стадії розвитку, основою для формування ринкових процентних ставок, орієнтиром ціни на гроші виступають ставки рефінансування та облікова ставка НБУ.

При розрахунку дохідності окремих фінансових активів чи портфеля активів використовують різні типи процентних ставок: середні арифметичні, середні геометричні або внутрішні.

17. Методика погашення кредиту

Кредитування – метод вирішення багатьох проблем, пов'язаних з фінансами, не виключаючи житлових. Плануючи взяти позику, бажано заздалегідь з'ясувати використовуваний варіант його повернення і нарахування відсотків.

На сьогоднішній день поширені два методу нарахування щомісячних платежів позичальниками: 1) ануїтетний; 2) класичний (відсотки на залишок).

Ануїтетний спосіб погашення кредиту передбачає повернення взятих коштів з нарахованими на них відсотками рівними частками протягом усього терміну позики. Він розраховується за спеціальною формулою, наведеною нижче разом з прикладом графіка щомісячних внесків.

Розраховується місячний ануїтетний платіж за формулою:

$$K = S * \left(P + \frac{P}{(1+P)^N - 1} \right), \quad (17.1)$$

де K – щомісячний платіж; S – першопочаткова сума кредиту; P – (1/120) процентної ставки; N – кількість місяців.

Для розрахунку процентної складової ануїтетного платежу, потрібно залишок кредиту на вказаний період помножити на річну процентну ставку та все це поділити на 12 (кількість місяців в році):

$$p_n = S_n * \frac{P}{12}, \quad (17.2)$$

де p_n – нараховані проценти; S_n – залишок заборгованості на період; P – річна процента ставка за кредит.

Для того, щоб визначити частину, яка йде на погашення боргу, необхідно з місячного платежу вирахувати нараховані проценти:

$$s = K - p_n, \quad (17.3)$$

де s – частина виплати, яка йде на погашення боргу; K – місячний платіж; p_n – нараховані проценти, в момент n -ї виплати.

Класичний спосіб погашення кредиту (відсотки на залишок), навпаки, характерний різними за величиною сумами, які визначаються більш просто – відсотки за місяць нараховуються на позику, що залишилася на перше число.

Від першого варіанту даний диференційований метод відрізняється тим, що кожен платіж містить незмінну з часом частину взятої позики. Варіюється тільки сума відсотків, саме вона створює нерівномірність внесків.

Розмір основного платежу визначається наступним чином: необхідно суму кредиту поділити на кількість місяців, за яку планується погашення кредиту, в результаті цього, отримане число і буде відображати основний платіж:

$$b = \frac{S}{N}, \quad (17.4)$$

де b – основний платіж; S – розмір кредиту; N – кількість місяців.

Для розрахунку нарахованих процентів потрібно залишок кредиту на вказаний період помножити на річну процентну ставку і все це поділити на 12 (кількість місяців в році):

$$p = \frac{S_n * P}{12}, \quad (17.5)$$

де p – нараховані проценти; S_n – залишок заборгованості на період; P – річна процентна ставка за кредит.

Щоб визначити залишок заборгованості за період, тобто знайти величину з наведеної вище формули, необхідно розмір основного платежу помножити на кількість минулих періодів і все це відняти від загальної суми платежу:

$$S_n = S - (b * n), \quad (17.6)$$

де n – кількість минулих періодів.

18. Оцінка дохідності від акцій та від облігацій

Оцінка цінних паперів покликана визначити їх ринкову та інвестиційну вартість. Через низку обставин інвестиційна вартість не завжди збігається з ринковою (специфіка оцінки майбутньої прибутковості, уявлення про міру ризику, податкова ситуація тощо).

Очікувана вартість акції для інвестора дорівнює сумі очікуваних у майбутньому дисконтованих доходів, тобто коректування поточних цін в зв'язку з очікуваними змінами прибутку або по якимось іншим причинам у відповідності з очікуваними майбутніми змінами цін на товари, курсів цінних паперів та валютних курсів.

Привілейована акція – це акція, що забезпечує отримання фіксованого дивіденду. Не дивлячись на те, що насправді за всіма привілейованими акціями передбачається право викупу і багато з них погашаються, все ж таки вони не мають терміну погашення. Отже, коли мова йде про їх оцінку, то їх можна охарактеризувати як безтермінові цінні папери. Визначення інвестиційної вартості привілейованих акцій:

$$P_{\text{ІВПА}} = \frac{\text{Очікувані щорічні виплати дивідендів}}{\text{Очікувана норма доходу}} \quad (18.1)$$

Метою придбання простих акцій є одержання прибутку у формі грошової виплати дивідендів і доходу за рахунок збільшення ціни акцій. Оцінка простих акцій з постійним розміром дивідендів аналогічна оцінці привілейованих акцій. Оцінка простих акцій з дивідендами, які постійно зростають (модель М.Дж. Гордона):

$$P_{\text{АП}} = (D_0 * (1+q)) / (r_a - q), \quad (18.2)$$

$$P_{\text{АП}} = D_1 / (r_a - q), \quad (18.3)$$

де D_0 – останній виплачений дивіденд на акцію; D_1 – очікувана виплата дивідендів на акцію через рік; q – очікувана середньорічна норма росту дивідендів по акції; r_a – очікувана норма доходу.

Інвестори, які вкладають капітал в облігації, одержують дохід, який розраховують наступним чином: номінальний; поточний; дохід до терміну погашення.

Номінальний дохід – це відсотки по облігаціях:

$$D_n = (\text{Номінальна вартість облігації} * \text{Купонний відсоток облігації}) * 100 \% \quad (18.4)$$

Поточний дохід – це відношення між відсотковим доходом по облігації і поточною ринковою вартістю облігації:

$$D_{\text{по}} = (\text{Фіксований розмір купонної ставки} * \text{Номінальна вартість облігації}) / \text{Поточна ринкова вартість облігації}. \quad (18.5)$$

Дохід до терміну погашення – це зовнішня норма прибутку, що розраховується як відношення ціни, за яку придбана облігація, до майбутнього потоку виплат відсотків та номінальної вартості облігації:

$$R_{\text{об}} = (C_{\text{об}} + (H_{\text{об}} - Ц_{\text{об}}) / n) / ((H_{\text{об}} - Ц_{\text{об}}) / n), \quad (18.6)$$

де $C_{\text{об}}$ – річний відсоток по облігації; $H_{\text{об}}$ – номінальна вартість облігації; $Ц_{\text{об}}$ – поточна вартість облігації; N – кількість років до терміну погашення.

Якщо ціна облігації менша, ніж її номінальна вартість, то вона продається з дисконтом, що розраховується за формулою:

$$D = ((C - r_a) * N) / (N + r_a), \quad (18.7)$$

де C – купонний дохід; r_a – дохід від вкладень в альтернативний сектор (найчастіше це банківська ставка); N – номінальна вартість облігації.

19. Методика формування валютних операцій

На міжнародному валютному ринку укладаються різні види угод за конверсійними операціями, які являють собою угоди, що укладаються на валютному ринку з купівлі-продажу визначеної суми валюти однієї країни на валюту іншої країни за погодженим курсом на певну дату.

Розрахунки за міжнародними операціями між безпосередніми учасниками здійснюються через банки, які розглядають валютні операції як один із способів отримання доходу. У зв'язку з цим при котируванні банки встановлюють два курси:

- 1) курс покупця – курс, за яким банк купує валюту;
- 2) курс продавця – курс, за яким банк продає валюту.

Для покриття витрат з обслуговування операцій та отримання прибутку між цими курсами існує різниця, яка називається маржею.

При укладанні угод купівлі-продажу на валютному ринку використовуються такі види курсів:

- крос-курс – співвідношення між двома валютами, яке встановлюється з їх курсу щодо курсу третьої валюти. Часто виникають ситуації, коли не вигідно або неможливо здійснювати пряму купівлю певної іноземної валюти;

- спот-курс – ціна одиниці іноземної валюти однієї країни, виражена в одиницях валюти іншої країни і встановлена на момент укладання угоди за умови обміну валютами банками-кореспондентами на другий робочий день із моменту укладання угоди;

- форвард (терміновий курс) – ціна, за якою дана валюта продається або купується за умови передачі її на певну дату в майбутньому. Таким чином, при укладанні такого роду угод сторони намагаються передбачити рівень обмінного курсу.

Якщо на дату угоди курс відрізнятиметься від передбаченого в договорі, то одна із сторін отримає додатковий прибуток від курсової різниці, а друга зазнає збитків.

Вища ціна завжди відноситься до ціни продавця, а нижча – до ціни покупця. Різниця між цими курсами називається абсолютним спредом. Він слугує для покриття витрат банку і для страхування валютного ризику. При нестабільності валютного ринку або в період валютної кризи спред може збільшитися від 2 до 10 разів порівняно з «нормальним» спредом 0,05-0,09 % від котируваного курсу.

Відносний спред розраховується як різниця між котируваннями продавця і покупця:

$$\text{Спред} = \frac{\text{Ціна продавця} - \text{Ціна покупця}}{\text{Ціна продавця}} \times 100\% . \quad (19.1)$$

Ф'ючерсні угоди виникли у вигляді торгових договорів із погодженою ціною товарів та їх поставкою на певну дату. Ефективність ф'ючерсної угоди визначається спредом після кожного робочого сеансу на біржі. Продавець валютного ф'ючерсу виграє, якщо з настанням строку угоди він продає валюту дорожче від курсу котирування на день її виконання, і несе збитки, якщо курс дня укладення угоди виявиться нижчим від курсу її виконання:

$$M = rK(C - C_T), \quad (19.2)$$

де M – спред (позитивний або негативний); $r=1$ у разі продажу; $r=-1$ у разі купівлі валюти; K – кількість контрактів; C – курс валюти на день укладення угоди; C_T – курс котирування валюти поточного робочого сеансу (на день виконання угоди).

По кожній відкритій операції, навіть якщо її учасник не вчинив операції на поточному робочому сеансі, нараховується спред:

$$M = rK(C_{II} - C_T), \quad (19.3)$$

де C_{II} – курс котирування попереднього робочого сеансу.

20. Методика оцінювання інвестиційних рішень

Методи оцінки інвестиційних проектів поділяють на дві групи. Перша включає методи, які ґрунтуються на обчисленні деяких спрощених показників і не враховують часовий чинник, а друга – методи, які враховують часовий чинник і базуються на дисконтуванні грошових потоків.

До першої групи належать методи, які визначають ефективність капіталовкладень з огляду на період окупності інвестицій (PaybackPeriod, PP) та облікову ставку прибутку (AccountingRateofReturn, ARR).

До другої – методи, які базуються на обчисленні чистої приведеної вартості проекту (NetPresentValue, NPV), чистої термінальної вартості (Net Terminal Value, NTV), внутрішньої ставки прибутку (InternalRateofReturn, IRR), модифікованої внутрішньої ставки прибутку (ModifiedInternalRateofReturn, MIRR), дисконтованого періоду окупності інвестицій (DiscountedPaybackPeriod, DPP) та індексу рентабельності інвестицій (ProfitabilityIndex, PI).

Період окупності інвестицій (PP) визначає період часу, необхідний для відшкодування початково вкладених у проект коштів, тобто мінімальний строк, необхідний для того, щоб надходження від реалізації проекту перевищили інвестовані в проект кошти.

Особливістю цього показника є те, що він не враховує надходження грошових коштів після настання періоду окупності, а також того, що кошти, які надійдуть від реалізації проекту через кілька років, не еквівалентні такій самій сумі коштів, вкладеній у проект на початку його реалізації.

Метод не розрізняє проекти з однаковими сумарними грошовими надходженнями, але різним їх розподілом у часі, хоча надходження коштів у початкові періоди є більш привабливим для підприємства.

Період окупності доцільно використовувати для оцінки інвестицій у випадках, коли підприємство має обмеження щодо необхідного періоду окупності або планує капіталовкладення в умовах нестабільної економічної ситуації та значних рівнів невизначеності щодо майбутнього розвитку подій на ринку, оскільки менший період окупності свідчитиме про меншу невизначеність і менші ризики невиконання проекту. Іншими словами, метод доцільно використовувати тоді, коли для підприємства визначальним є не прибутковість, а ліквідність проекту та спроможність швидко окупатися.

Облікова ставка прибутку (ARR) виступає певним аналогом коефіцієнта рентабельності інвестованого капіталу і дорівнює відношенню середньорічного чистого прибутку до середнього обсягу інвестицій, який визначається діленням початкової суми капітальних вкладень на 2.

Значення коефіцієнта не залежать від розподілу прибутку за окремими роками, а також від кількості років, необхідних для реалізації проекту, однак дають уявлення про середній рівень прибутковості інвестицій.

Чиста приведена вартість проекту (NPV) — інтегрований показник, який визначається як різниця між початковими вкладеннями в проект та дисконтованими чистими грошовими надходженнями від реалізації проекту:

$$NPV = -I + \sum_{i=1}^n \frac{ЧГП_i}{(1+k)^i} + \frac{ЛГП}{(1+k)^n}, \quad (20.1)$$

де I — початкові інвестиції; $ЧГП_i$ — чистий грошовий потік за i -й період; k — ставка дисконтування, що визначається вартістю фінансування проекту; $ЛГП$ — ліквідаційний грошовий потік; n — кількість періодів, які визначають строк реалізації проекту.

Оскільки початкові вкладення визначаються від'ємним початковим грошовим потоком ($ПГП$), чисту приведену вартість проекту можна визначити як суму початкового та дисконтованих грошових потоків за всі n періодів реалізації проекту:

$$NPV = ПГП + \sum_{i=1}^n \frac{ЧГП_i}{(1+k)^i} + \frac{ЛГП}{(1+k)^n}, \quad (20.2)$$

Ставка дисконтування може змінюватись за періодами, тоді:

$$NPV = ПГП + \sum_{i=1}^n \frac{ЧГП_i}{(1+k_i)^i} + \frac{ЛГП}{(1+k_n)^n}, \quad (20.3)$$

де k_i ; k_n — ставки дисконтування відповідно за i -й та n -періоди.

Проект доцільно реалізувати, якщо NPV більше 0, і навпаки, він є неприйнятним для підприємства, якщо NPV менше 0. При $NPV=0$, реалізація проекту не принесе підприємству ні прибутків, ні збитків.

NPV — показник, який кількісно відображує зростання багатства акціонерів. Очікуване зростання підприємства та його ринкової вартості визначається сумарною NPV усіх реалізованих проектів. Чиста приведена вартість може бути більш чи менш чутливою до зміни ставки дисконтування. Так, чим більше надходження грошових коштів у початкові періоди порівняно з наступними, тим менш чутливою є NPV до зміни ставки дисконтування при звичайному грошовому потоці. Більш чутливими до зміни ставки дисконтування є проекти з тривалим строком реалізації та значними грошовими потоками наприкінці строку реалізації. У цілому величина NPV суттєво залежить від розміру ставки дисконтування. Тому важливо правильно оцінити вартість фінансування проекту для того, щоб результати оцінки мали практичну значущість.

6.3 ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗКІВ ЗАДАЧ З ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ»

Задача 1

На основі даних Балансу (Ф. № 1) та Звіту про фінансові результати (Ф. № 2) здійснити оцінку ймовірності настання банкрутства на ПАТ «ТерА» за 2014-2015 роки (Додаток А) за моделлю Ліса.

Розв'язок:

Модель Ліса:

$$Z = 0,063 \times X_1 + 0,092 \times X_2 + 0,057 \times X_3 + 0,001 \times X_4; \quad (1.1)$$

де Z – рівень ризику банкрутства; 0,063; 0,092; 0,057; 0,001 – константи;

x_1 – відношення оборотного капіталу до всіх активів; $X_1 = \frac{\Phi.1p.1195}{\Phi.1p.1300}$.

x_2 – відношення прибутку від реалізації до всіх активів; $X_2 = \frac{\Phi.2p.2000}{\Phi.1p.1300}$.

x_3 – відношення нерозподіленого прибутку до всіх активів; $X_3 = \frac{\Phi.1p.1420}{\Phi.1p.1300}$.

x_4 – відношення власного капіталу до позичкового капіталу; $X_4 = \frac{\Phi.1p.1495}{\Phi.1p.1900}$.

Використовуючи дані досліджуваного підприємства, розраховуємо наступні фінансові показники:

1) відношення оборотного капіталу до всіх активів:

2014 р.:

$$X_1 = \frac{\Phi.1p.1195}{\Phi.1p.1300} = \frac{4707}{9053} = 0,52.$$

2015 р.:

$$X_1 = \frac{\Phi.1p.1195}{\Phi.1p.1300} = \frac{6276}{10205} = 0,61.$$

2) відношення прибутку від реалізації до всіх активів:

2014 р.:

$$X_2 = \frac{\Phi.2p.2000}{\Phi.1p.1300} = \frac{30419}{9053} = 3,36.$$

2015 р.:

$$X_2 = \frac{\Phi.2p.2000}{\Phi.1p.1300} = \frac{48041}{10205} = 4,71.$$

3) відношення нерозподіленого прибутку до всіх активів:

2014 р.:

$$X_3 = \frac{\Phi.1p.1420}{\Phi.1p.1300} = \frac{-2260}{9053} = -0,25.$$

2015 р.:

$$X_3 = \frac{\Phi.1p.1420}{\Phi.1p.1300} = \frac{-865}{10205} = -0,08.$$

4) відношення власного капіталу до позичкового капіталу:

2014 р.:

$$X_4 = \frac{\Phi.1p.1495}{\Phi.1p.1900} = \frac{3757}{9053} = 0,42.$$

2015 р.:

$$X_4 = \frac{\Phi.1p.1495}{\Phi.1p.1900} = \frac{5152}{10205} = 0,50.$$

Отримавши всі результати фінансових показників, розраховуємо ймовірність настання банкрутства досліджуваного підприємства:

2014 р.:

$$Z = 0,063 \times 0,52 + 0,092 \times 3,36 + 0,057 \times (-0,25) + 0,001 \times 0,42 = \\ = 0,03276 + 0,30912 - 0,01425 + 0,00042 = 0,33$$

2015 р.:

$$Z = 0,063 \times 0,61 + 0,092 \times 4,71 + 0,057 \times (-0,08) + 0,001 \times 0,50 = \\ = 0,03843 + 0,43332 - 0,00456 + 0,0005 = 0,47$$

Отримані результати фінансових показників переносимо в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Розрахунок ймовірності банкрутства підприємства за моделлю Ліса

Показники	2014 рік	2015 рік	Абсолютне відхилення, (+; -) 2015-2014рр.	Межі ймовірності банкрутства підприємства
X ₁	0,52	0,61	0,09	Мінімальне значення Z менше 0,037
X ₂	3,36	4,71	1,35	
X ₃	-0,25	-0,08	0,17	
X ₄	0,42	0,50	0,08	
Z	0,33	0,47	0,14	

Отримані результати свідчать проте, що ймовірність настання банкрутства на досліджуваному підприємстві є дуже малою, адже, отримані результати z-коефіцієнта є високими та значно більшими за встановлене граничне значення (0,037), та зростають протягом 2014-2015 років, дана тенденція є позитивною для діяльності даного підприємства.

Задача 2

На основі даних Балансу (Ф. № 1) та Звіту про фінансові результати (Ф. № 2) здійснити оцінку фінансових показників діяльності ПАТ «ТерА» протягом 2014-2015 років (Додаток А).

Розв'язок:

Рентабельність реалізації або комерційна рентабельність розраховується як відношення чистого прибутку (ЧП) до чистого доходу (ЧД) та характеризує рівень прибутку на 1 грн. реалізованої продукції.

Рентабельність реалізації залежить від структури реалізації та індивідуальної рентабельності окремих видів продукції.

Отже, розраховуємо рентабельність:

2014 р.:

$$P_{\text{к}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ЧД}} * 100\% = \frac{\text{Ф.2р.2350}}{\text{Ф.2р.2000}} * 100\% = \frac{-3657}{30419} * 100\% = -12,02\% .$$

2015 р.:

$$P_{\text{к}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{ЧД}} * 100\% = \frac{\text{Ф.2р.2350}}{\text{Ф.2р.2000}} * 100\% = \frac{1395}{48041} * 100\% = 2,90\% .$$

Всі необхідні результати фінансових показників досліджуваного підприємства переносимо у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Оцінка зміни результатів фінансових показників діяльності підприємства

Показник	2014 рік	2015 рік	Абсолютне відхилення, (+; -) 2015-2014рр.
Рентабельність реалізації, %	-12,02%	2,90%	0,15%
Чистий прибуток (збиток), тис. грн., Ф.1 р.2350 (р.2355)	-3657	1395	5052

Дослідивши результати фінансових показників виявлено, що протягом 2014 р. вони мали від'ємні значення, у зв'язку з наявністю на досліджуваному підприємстві збитку на суму -3657 тис. грн.

Протягом 2015 р. виявлено, що результат рентабельності реалізації складав 2,90 %, тобто більше на 0,15 % за результат 2014 р. (-12,02 %), іншими словами, рівень прибутку на 1 грн. реалізованої продукції становив 2,90 %. Дана зміна є позитивною для діяльності досліджуваного підприємства, та пояснюється його прибутковістю протягом 2015 р. (1395 тис. грн.).

Задача 3

На основі даних Балансу (Ф. № 1) проаналізувати капітал ПАТ «ТерА» за 2014-2015 роки (Додаток А).

Розв'язок:

Оцінка капіталу підприємства

Період	Постійний (довгостроковий) капітал		Змінний (короткостроковий) капітал
	Власний капітал Ф.1р.1495	Довгострокові зобов'язання Ф.1р.1595	Поточні зобов'язання Ф.1р.1695
2014 рік	3757	0	5296
2015 рік	5152	0	5053
Абсолютне відхилення, (+; -) 2015-2014рр.	1494	0	-243
Відносне відхилення, % 2015/2014рр.*100%-100%	37,13	0	-4,59

Проаналізувавши капітал досліджуваного підприємства виявлено, що протягом 2015 року сума власного капіталу зросла до 5152 тис. грн., тобто збільшилася на 1494 тис. грн. (37,13 %) порівняно з 2014 роком (3757 тис. грн.); довгострокові зобов'язання дорівнюють нулю протягом 2014-2015 років; сума поточних зобов'язань за 2015 рік зменшилася до 5053 тис. грн., тобто скоротилася на -243 тис. грн. я(-4,59 %) відносно суми 2014 року (5296 тис. грн.).

Динаміка скорочення суми поточних зобов'язань за 2015 рік є позитивним аспектом для діяльності досліджуваного підприємства, а динаміка зростання суми власного капіталу – позитивною тенденцією для даного підприємства.

Задача 4

На основі даних Балансу (Ф. № 1) здійснити оцінку оборотності кредиторської заборгованості ПАТ «ТерА» за 2014-2015 роки (Додаток А).

Розв'язок:

Обчислюємо результати фінансових показників:

1. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, який показує, скільки разів виникає заборгованість та сплачується підприємством за період, що аналізується. Зростання цього коефіцієнта може відображати поліпшення платіжної дисципліни у відношеннях з постачальниками, бюджетом та іншими кредиторами чи (або) скорочення закупівель з відстроченням платежу (комерційного кредиту постачальників).

$$K_{окз} = \frac{\Phi.2р.2050}{\Phi.1р.1605 + р.1615}. \quad (4.1)$$

2014 р.:

$$K_{окз} = \frac{27641}{0 + 1816} = 15,22.$$

2015 р.:

$$K_{окз} = \frac{39971}{0 + 2639} = 15,15.$$

2. Тривалість оборотності кредиторської заборгованості (дні), який показує розрахункову кількість днів, необхідних, для погашення кредиту, отриманого від постачальників:

$$T_{окз} = \frac{360\text{днів}}{K_{окз}}. \quad (4.2)$$

2014 р.:

$$T_{окз} = \frac{360\text{днів}}{15,22} = 23\text{дні}.$$

2015 р.:

$$T_{окз} = \frac{360\text{днів}}{15,15} = 24\text{дні}.$$

Отримані результати фінансових показників вписуємо в табл. 4.1.

Таблиця 4.1

Оцінка зміни результатів оборотності кредиторської заборгованості підприємства

Показник	2014 рік	2015 рік	Абсолютне відхилення, (+; -) 2015-2014рр.
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	15,22	15,15	-0,07
Тривалість одного обороту кредиторської заборгованості, дні	23	24	1

Проаналізувавши результати фінансових показників виявлено, що значення коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості за 2015 рік скоротилося до 15,15, тобто на -0,07 порівняно з результатом 2014 року (15,22). Дана тенденція є негативною для діяльності досліджуваного підприємства, та свідчить про погіршення платіжної дисципліни підприємства.

Зростання тривалості одного обороту кредиторської заборгованості на досліджуваному підприємстві є негативним, адже, свідчить про збільшення розрахункової тривалості погашення кредиту.

Задача 5

На основі даних Балансу (Ф. № 1) та Звіту про фінансові результати (Ф. № 2) здійснити оцінку впливу оборотності оборотних активів на зміну прибутку від продажів ПАТ «ТерА» протягом 2014-2015 років (Додаток А).

Розв'язок:

Оцінку впливу факторів на зміну економічного результату, отриманого у зв'язку зі прискоренням (уповільненням) оборотності оборотних активів на певну кількість днів (вказати дні), здійснено на основі даних табл. 5.1.

Таблиця 5.1

Оцінка впливу факторів на економічний результат від прискорення (уповільнення) оборотності оборотних активів підприємства

Показник	2015 рік	2014 рік	Зміна (+; -) 2015-2014рр.
1. Виручка від продажу, тис. грн., (N), Ф.2, р.2000	48041	30419	17622
2. Середньорічні залишки оборотних активів, тис. грн., (E), Ф.1, р.1195	6276	4707	1569
3. Тривалість оборотності оборотних активів, дні	47,03	55,71	-8,68
4. Одноденний оборот, тис. грн. (п.1/360)	133,45	-	-
5. Економічний результат:	-	-	5978,56
5.1. Прискорення (-), уповільнення (+) оборотності, дні	-	-	-8,68
5.2. Сума вивільнених з обороту коштів за рахунок прискорення оборотності (-), тис. грн.	-	-	5978,56
5.3. Сума залучених в оборот коштів у зв'язку з уповільненням оборотності (+), тис. грн.	-	-	-

На зміну тривалості оборотності оборотних активів вплинули два фактори: середньорічні залишки оборотних активів (E) та виручка від продажів (N).

Розраховуємо вплив факторів E та N, використовуючи модель показника тривалості оборотності оборотних активів (L), в днях:

$$L = \frac{E}{N} \times 360. \quad (5.1)$$

2014 р.:

$$L = \frac{E}{N} \times 360 = \frac{4707}{30419} \times 360 = 55,71 \text{ дні.}$$

2015 р.:

$$L = \frac{E}{N} \times 360 = \frac{6276}{48041} \times 360 = 47,03 \text{ дні.}$$

Використовуючи прийом ланцюгових підстановок, розрахуємо вплив факторів E та N на зміну тривалості оборотності:

$$\begin{aligned} \Delta L(E)_0 &= \frac{E_1}{N_0} \times 360 - \frac{E_0}{N_0} \times 360 = \frac{6276}{30419} \times 360 - \frac{4707}{30419} \times 360 = 74,27 - 55,71 = \\ &= 18,56 \text{ днів} \times 133,45 = 2476,83 \text{ тис. грн.} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \Delta L(E)_1 &= \frac{E_1}{N_1} \times 360 - \frac{E_1}{N_0} \times 360 = \frac{6276}{48041} \times 360 - \frac{6276}{30419} \times 360 = 47,03 - 74,27 = \\ &= -27,24 \text{ днів} \times 133,45 = -3635,18 \text{ тис. грн.} \end{aligned}$$

Сукупний вплив двох факторів (E та N) на зміну економічного результату у зв'язку із прискоренням (уповільненням) оборотності оборотних коштів:

$$\Delta L(E)_0 - \Delta L(E)_1. \quad (5.2)$$

$$2343,38 - (-3635,18) = 5978,56 \text{ тис. грн.}$$

Провівши розрахунки виявлено, що тривалість оборотності оборотних активів на досліджуваному підприємстві протягом 2015 року скоротилася на -8,68 дні, що свідчить про її прискореність.

Сукупний вплив факторів (E та N) на зміну економічного результату у зв'язку із прискореністю оборотності оборотних активів на -8,68 днів становив 5978,56 тис. грн., тобто за рахунок збільшення суми оборотних активів на 1569 тис. грн. оборотність активів уповільнилася на 18,56 днів, у зв'язку з чим було залучено обігові кошти на суму 2476,83 тис. грн. В свою чергу, через збільшення обсягу продаж на 17622 тис. грн. пришвидшилася оборотність оборотних активів на -27,24 дні, і з обігу було вивільнено обігові кошти на суму -3635,18 тис. грн.

6.4 МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДЛЯ РОЗВ'ЯЗКУ ЗАДАЧ З ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ»

1. До показників, що характеризують майновий потенціал підприємства відносяться:

1.1 Коефіцієнт реальної вартості основних засобів:

$$K_{pvoz} = \frac{\Phi.1p.1010}{\Phi.1p.1300}. \quad (1.1)$$

Значення цього показника залежить від повноти використання виробничих потужностей підприємства: чим повніше реалізується потужність підприємства, тим нижчим, має бути значення даного коефіцієнта.

1.2 Коефіцієнт зносу основних засобів:

$$K_{zoz} = \frac{\Phi.1p.1012}{\Phi.1p.1011}. \quad (1.2)$$

Характеризує ту частку вартості основних засобів, яку списано на витрати виробництва в попередніх періодах. Збільшення коефіцієнта в динаміці є негативною тенденцією. Значення коефіцієнта зносу більше 50 %, вважається не бажаним.

1.3 Коефіцієнт придатності основних засобів:

$$K_{noz} = \frac{\Phi.1p.1010}{\Phi.1p.1011}. \quad (1.3)$$

Показує, яка частка основних засобів придатна для експлуатації в процесі здійснення господарської діяльності.

1.4 Частка основних засобів в активах:

$$Ч_{оз} = \frac{\Phi.1p.1010}{\Phi.1p.1300} \times 100\%. \quad (1.4)$$

Свідчить про частку фінансових ресурсів, що інвестовані в основні засоби. Надання інтерпретації результатам аналізу також залежить від сфери, в якій діє підприємство: для торгового бізнесу важливо формувати запаси товарів для забезпечення безперебійності роботи, відповідно, частка основних засобів у загальній сумі активів є низькою. Динаміка зменшення частки основних засобів протягом певного періоду є позитивною в умовах стабільного або зростаючого обсягу виробництва та свідчить про підлаштування підприємства під зниження місткості ринку, кризові процеси і т. д. У той же час, така динаміка є негативною в умовах зниження обсягу виробництва та свідчить про неконтрольовану втрату

виробничого потенціалу. Збільшення частки основних засобів може розцінюватися як підвищення виробничого потенціалу підприємства.

1.5 Коефіцієнт оновлення основних засобів:

$$K_{ooz} = \frac{\Phi.1p.101kr.4 - p.101kr.3}{\Phi.1p.101kr.4}. \quad (1.5)$$

Вказує на рівень фізичного та морального оновлення основних засобів підприємства. Позитивною тенденцією буде збільшення показника.

1.6 Частка довгострокових фінансових інвестицій в активах:

$$Чдфi = \frac{\Phi.1p.1030 + p.1035}{\Phi.1p.1300}. \quad (1.6)$$

Вказує на важливість вкладення інвестицій у фінансові активи підприємства (акції, облігації ін.). Висновки щодо доцільності вкладення коштів за цим напрямком слід робити на основі ефективності таких інвестицій. Тобто, збільшення частки довгострокових фінансових інвестицій є позитивним явищем, якщо збільшується сума доходів від фінансових інвестицій, а рентабельність таких дій перевищує рентабельність основної діяльності підприємства.

1.7 Коефіцієнт мобільності активів:

$$K_{ma} = \frac{\Phi.1p.1195}{\Phi.1p.1095}. \quad (1.7)$$

Вказує на співвідношення оборотних та необоротних активів підприємства. Високе значення мобільності активів характерне для підприємств торгівельної, фінансової сфери, в той час, як у більшості промислових підприємств частка необоротних активів висока.

1.8 Коефіцієнт майна виробничого призначення:

$$K_{mvp} = \frac{\Phi.1p.1000 + p.1010 + p.1101 + p.1102}{p.1300}. \quad (1.8)$$

Характеризує частку засобів виробництва у вартості майна, рекомендоване значення більше 0,5.

1.9 Коефіцієнт постійності:

$$Kn = \frac{\Phi.1p.1095}{\Phi.1p.1300}. \quad (1.9)$$

Низький результат цього показника свідчить про незадовільний виробничий потенціал підприємства.

1.10 Коефіцієнт співвідношення оборотних та необоротних активів:

$$Kона = \frac{\Phi.1p.1195}{\Phi.1p.1095}. \quad (1.10)$$

Результат цього показника повинен збільшуватися, що дасть можливість підвищувати ліквідність балансу підприємства. Негативним є різка зміна результатів показника.

2. До показників, що характеризують ліквідність та платоспроможність підприємства відносяться:

2.1 Коефіцієнт абсолютної ліквідності:

$$Kал = \frac{\Phi.1p.1160 + p.1165}{\Phi.1p.1695 + p.1700}. \quad (2.1)$$

Характеризує, яка частка короткострокових зобов'язань може бути, за необхідності, негайно погашена за рахунок наявних грошових коштів. Рекомендоване значення: 0,2-0,35.

2.2 Коефіцієнт проміжної ліквідності:

$$Kпрл = \frac{\Phi.1p.1160 + p.1165 + p.(1120 + \dots + 1155)}{\Phi.1p.1695 + p.1700}. \quad (2.2)$$

Засвідчує потенційну здатність підприємства погасити свої поточні зобов'язання при умові отримання від дебіторів всієї суми короткострокової заборгованості. Рекомендоване значення: 0,7-0,8.

2.3 Коефіцієнт поточної ліквідності:

$$Kпл = \frac{\Phi.1p.1195 + p.1200}{\Phi.1p.1695 + p.1700}. \quad (2.3)$$

Характеризує достатність оборотних активів підприємства для погашення своїх боргів та показує, скільки грошових одиниць оборотних активів припадає на кожну грошову одиницю поточних зобов'язань. Рекомендоване значення: вище 1.

2.4 Показник покриття:

$$Пп = \frac{\Phi.1p.1195}{\Phi.1p.1695}. \quad (2.4)$$

Показує обсяг оборотних активів, що припадає на одиницю короткострокових зобов'язань. Рекомендоване значення: вище 1.

3. До показників, що характеризують фінансову стійкість підприємства відносяться:

3.1 Коефіцієнт фінансової незалежності (фінансової автономії):

$$Кфн = \frac{\Phi.1p.1195}{\Phi.1p.1900}. \quad (3.1)$$

Характеризує частку власного капіталу у загальній вартості авансованого капіталу (джерел фінансування) підприємства. Зростання результату означає підвищення фінансової стійкості підприємства та є позитивним моментом. Рекомендоване значення: вище 0,5.

3.2 Коефіцієнт фінансової залежності:

$$Кфз = \frac{\Phi.1p.1900}{\Phi.1p.1195}. \quad (3.2)$$

Є оберненим до коефіцієнта фінансової автономії. Зростання результату в динаміці свідчить про збільшення частки залучених коштів у фінансуванні підприємства. Якщо його значення знижується до 1, то це означає, що власники повністю фінансують своє підприємство. Рекомендоване значення: менше 2.

3.3 Коефіцієнт фінансового ризику (фінансового левериджу):

$$Кфр = \frac{\Phi.1p.(1595+1695+1700)}{\Phi.1p.1495}. \quad (3.3)$$

Характеризує величину залученого капіталу в розрахунку на 1 грн. власного капіталу. Чим вище його значення, тим вищий ризик вкладання капіталу в підприємство. Рекомендоване значення: менше 1.

3.4 Коефіцієнт концентрації позикового капіталу:

$$K_{кпк} = \frac{\Phi.1р.(1595+1695+1700)}{\Phi.1р.1900}. \quad (3.4)$$

Показує частку залученого майна в активах підприємства та ступінь залежності підприємства від кредиторів. Зростання цього показника за часом, означає посилення залежності підприємства від зовнішніх інвесторів, що є негативною тенденцією. Рекомендоване значення: менше 1.

3.5 Коефіцієнт фінансової стабільності:

$$K_{фс} = \frac{\Phi.1р.1495}{\Phi.1р.(1595+1695+1700)}. \quad (3.5)$$

Характеризує покриття боргів власним капіталом. Рекомендоване значення: вище 1.

3.6 Коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел:

$$K_{фнкд} = \frac{\Phi.1р.1495}{\Phi.1р.(1595+1495)}. \quad (3.6)$$

Показує відсоток власного капіталу в капіталізованих джерелах.

3.7 Коефіцієнт довгострокової заборгованості:

$$K_{дз} = \frac{\Phi.1р.1595}{\Phi.1р.(1595+1495)}. \quad (3.7)$$

Характеризує загальну капіталізацію підприємства (суму довгострокових зобов'язань та власного капіталу називають ще загальною капіталізацією підприємства). Показує відсоток довгострокових зобов'язань у капіталізованих джерелах. Підвищення результату свідчить, з одного боку, про посилення залежності від зовнішніх кредиторів, а з іншого – про ступінь фінансової надійності підприємства та довіри до нього банків та населення.

3.8 Коефіцієнт маневреності власного капіталу:

$$K_{мвк} = \frac{\Phi.1р.(1495+1595-1095)}{\Phi.1р.1495}. \quad (3.8)$$

Характеризує ступінь мобільності власного капіталу, тобто показує ту частину власного капіталу, яка знаходиться в обігу та використовується для фінансування поточної діяльності. Для забезпечення гнучкості при використанні власних коштів підприємства, результат коефіцієнта має бути досить високим. Позитивною тенденцією вважається невелике зростання його в динаміці.

3.9 Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами:

$$K_{звк} = \frac{\Phi.1р.(1495+1595-1095)}{\Phi.1р.1195}. \quad (3.9)$$

Характеризує здатність підприємства фінансувати оборотні активи за рахунок власних коштів. Нормативним значенням є 0,1 та вище. Рекомендоване значення: вище 0,1. У випадку нижчого значення, необхідно залучати додаткові кошти для покриття розривів у платіжному календарі.

3.10 Коефіцієнт маневреності робочого капіталу:

$$K_{мрк} = \frac{\Phi.1р.(1101+1102+1103+1104)}{\Phi.1р.(1495+1595-1095)}. \quad (3.10)$$

Вказує на частину запасів підприємства, що фінансуються за рахунок власних обігових коштів. Здатність покривати обсяг запасів за рахунок власних коштів, свідчить про хороші перспективи розвитку підприємства, низьку потребу в додатковому залученні позикових коштів та потенційно низький обсяг фінансових витрат. Позитивним є зменшення значення показника.

3.11 Коефіцієнт маневреності власних обігових коштів:

$$K_{мвок} = \frac{\Phi.1р.1165}{\Phi.1р.(1495+1595-1095)}. \quad (3.11)$$

Вказує, яка частина власних обігових коштів перебуває у грошовій формі. Високе значення показника, свідчить про здатність швидко відповідати за своїми короткостроковими зобов'язаннями за рахунок власного капіталу.

3.12 Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів:

$$K_{звоз} = \frac{\Phi.1p.(1495+1595-1095)}{\Phi.1p.(1101+1102+1103+1104)}. \quad (3.12)$$

Свідчить про рівень фінансування запасів за рахунок довгострокових джерел фінансових ресурсів. Позитивною динамікою є збільшення показника.

3.13 Коефіцієнт фінансової стійкості:

$$K_{фст} = \frac{\Phi.1p.1495 + p.1595}{\Phi.1p.1900}. \quad (3.13)$$

Дозволяє вказати, яка частина активів фінансується за рахунок довгострокових джерел фінансування – власного капіталу та довгострокових позикових фінансових ресурсів. Високе значення показника, свідчить про низький рівень ризику втрати платоспроможності та хороші перспективи функціонування підприємства. Зокрема, банкрутство в поточному році суб'єкту господарювання не загрожує. Рекомендоване значення: 0,7-0,9.

3.14 Коефіцієнт покриття запасів:

$$K_{пз} = \frac{\Phi.1p.(1495+1595-1095) + p.(1600+1605+1615+1635)}{\Phi.1p.(1101+1102+1103+1104)}. \quad (3.14)$$

Вказує, на скільки запаси забезпечені нормативними джерелами фінансування запасів. Позитивною динамікою є підвищення значення цього коефіцієнту.

4. До показників, що характеризують ділову активність підприємства відносяться показники ефективності використання ресурсів підприємства (показники ділової активності, які виражаються в оцінці оборотності активів підприємства):

4.1 Коефіцієнт оборотності активів (трансформації):

$$K_{oa} = \frac{\Phi.2p.2000}{\frac{\Phi.1p.1300_{ep.3} + p.1300_{ep.4}}{2}}. \quad (4.1)$$

Відображає швидкість обороту сукупного капіталу підприємства, тобто показує, скільки разів за аналізований період відбувається повний цикл

виробництва й обігу, що приносить відповідний ефект у вигляді прибутку. Зростання оборотності активів оцінюється позитивно, за умови прибуткової діяльності підприємства.

4.2 Коефіцієнт оборотності оборотних активів:

$$K_{ооа} = \frac{\Phi.2.p.2000}{\frac{\Phi.1.p.1195_{зр.3} + p.1195_{зр.4}}{2}} \cdot \quad (4.2)$$

Характеризує суму доходу, яка отримується з кожної гривні оборотних активів, тобто ефективність використання оборотних ресурсів підприємства.

4.3 Коефіцієнт оборотності запасів:

$$K_{оз} = \frac{\Phi.2.p.2050}{\frac{\Phi.1(p.1100 + p.1110)_{зр.3} + (p.1100 + p.1110)_{зр.4}}{2}} \cdot \quad (4.3)$$

Дає можливість встановити швидкість обороту запасів для забезпечення виконання завдання з продажу готової продукції. Зростання оборотності запасів свідчить про ефективне та економне їх використання.

4.4 Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості:

$$K_{одз} = \frac{\Phi.2.p.2000}{\frac{\Phi.1(p.1120 + p.1155)_{зр.3} + (p.1120 + p.1155)_{зр.4}}{2}} \cdot \quad (4.4)$$

Показує швидкість обороту дебіторської заборгованості за аналізований період. Зростання цього коефіцієнта, свідчить про поліпшення платіжної дисципліни та (або) скорочення обсягів продажу продукції з відстроченням платежу за строками або за вартістю угод. Проблеми з цим елементом активів можуть свідчити про необхідність запровадження системи контролінгу дебіторської заборгованості.

4.5 Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості:

$$K_{окз} = \frac{\Phi.2.p.2050}{\frac{\Phi.2.p.(1605 - 1650 + 1690 + 1700)_{зр.3} + p.(1605 - 1650 + 1690 + 1700)_{зр.4}}{2}} \cdot \quad (4.5)$$

Показує, скільки разів виникає заборгованість та сплачується підприємством за період, що аналізується. Зростання цього коефіцієнта може відображати поліпшення платіжної дисципліни у відношеннях з постачальниками, бюджетом та іншими кредиторами чи (або) скорочення закупівель з відстроченням платежу (комерційного кредиту постачальників).

4.6 Тривалість оборотності активів, дні:

$$T_{oa} = \frac{360 \text{ днів}}{K_{oa}}. \quad (4.6)$$

Характеризує кількість днів, яка необхідна для перетворення оборотних активів у грошову форму.

4.7 Тривалість оборотності оборотних активів, дні:

$$T_{oaa} = \frac{360 \text{ днів}}{K_{oaa}}. \quad (4.7)$$

Характеризує кількість днів, яка необхідна для їх перетворення в грошову форму.

4.8 Тривалість оборотності запасів, дні:

$$T_{oz} = \frac{360 \text{ днів}}{K_{oz}}. \quad (4.8)$$

Показує, як часто обертаються запаси для забезпечення поточного обсягу реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

4.9 Тривалість оборотності дебіторської заборгованості, дні:

$$T_{odz} = \frac{360 \text{ днів}}{K_{odz}}. \quad (4.9)$$

Характеризує середній період погашення дебіторської заборгованості, тобто період, протягом якого дебіторська заборгованість перетворюється в грошові кошти; показує, скільки в середньому днів потрібно для отримання оплати за відвантажені товари, виконані роботи, надані послуги. Позитивно оцінюється зниження середньої тривалості обороту дебіторської заборгованості, і навпаки.

4.10 Тривалість оборотності кредиторської заборгованості, дні:

$$T_{окз} = \frac{360 \text{ днів}}{K_{окз}}. \quad (4.10)$$

Показує розрахункову кількість днів, необхідних, для погашення кредиту, отриманого від постачальників. Якщо, тривалість оборотності кредиторської заборгованості більша тривалості оборотності дебіторської заборгованості, то умови, на яких підприємство отримує поставки значно кращі, ніж умови, які надаються підприємством покупцям, і навпаки.

4.11 Тривалість виробничого циклу, дні:

$$T_{вц} = T_{оз}. \quad (4.11)$$

Період, протягом якого сировина та матеріали набувають форми готового товару. Позитивним є скорочення результату показника.

4.12 Тривалість операційного циклу, дні:

$$T_{оц} = T_{оз} + T_{одз}. \quad (4.12)$$

Визначає, скільки днів необхідно для виробництва, продажу та оплати продукції підприємства або протягом якого періоду грошові кошти зв'язані у запасах. Кожне підприємство прагне до зменшення значення даного показника.

4.13 Тривалість фінансового циклу, дні:

$$T_{фц} = T_{оц} - T_{окз}. \quad (4.13)$$

Якщо значення додатне, то підприємство відчуває потребу в грошових коштах. Від'ємне значення свідчить, що підприємство має у безкоштовному користуванні чужі гроші.

4.14 Фондовіддача:

$$\Phi_{в} = \frac{\Phi.2р.2000}{\Phi.1р.1010}. \quad (4.14)$$

Свідчить про ефективність використання основних засобів. Показник вказує на те, скільки послуг або товарів було надано чи виготовлено із залученням кожної гривні основних засобів. Нормативною тенденцією є висхідна динаміка показника.

4.15 Фондомісткість:

$$\Phi_{\text{м}} = \frac{\Phi.1p.1010}{\Phi.2p.2000}. \quad (4.15)$$

Є оберненим показником до фондівіддачі. Позитивною тенденцією є скорочення значень цього показника.

4.16 Коефіцієнт оборотності готової продукції:

$$K_{\text{огп}} = \frac{\Phi.2p.2000}{\Phi.1p.1103}. \quad (4.16)$$

Висока оборотність готової продукції вказує на ефективність збутової політики. Якщо, підприємство здатне реалізувати продукцію протягом короткого періоду часу, то це свідчить про ефективну політику взаємодії із покупцями, що призводить до мінімізації витрат на складування виготовлених товарів. Також висока оборотність може бути ознакою значного попиту на продукцію підприємства. Для цілей підвищення оборотності готової продукції можна, наприклад, укладенням та виконанням зовнішньоекономічного договору для продажу додаткових товарів підприємства зарубіжним клієнтам.

4.17 Коефіцієнт оборотності власного капіталу:

$$K_{\text{овк}} = \frac{\Phi.2p.2000}{\Phi.1p.1495}. \quad (4.17)$$

Вказує на ефективність використання капіталу власників та свідчить про його продуктивність. Значення показника означає суму товарів та послуг (без врахування ПДВ), що було виготовлено та вироблено на заучені кошти акціонерів. Позитивною динамікою є зростання значення коефіцієнту.

5. До показників, що характеризують ділову активність підприємства відносяться також показники власного капіталу підприємства, які дозволяють систематизувати інформацію про захищеність та ефективність використання власного капіталу на підприємстві:

5.1 Коефіцієнт захисту власного капіталу:

$$K_{звк} = \frac{\Phi.1p.1410 + p.1415}{\Phi.1p.1495}. \quad (5.1)$$

Демонструє частину власного капіталу, що виконує захисну функцію на підприємстві. Високе значення свідчить про значний резервний фонд та додатково вкладений капітал, що може бути використаним у випадку виникнення непередбачуваних процесів на підприємстві та погіршенні типу фінансової стійкості.

5.2 Коефіцієнт ризику власного капіталу:

$$K_{рвк} = \frac{\Phi.1p.(1495 - 1410 - 1415)}{\Phi.1p.(1410 + 1415)}. \quad (5.2)$$

Є свідченням рівня ризику втрати підприємством суми свого пайового капіталу та накопиченого нерозподіленого прибутку. У випадку відхилення від нормативного значення, знижується довіра до самого підприємства, адже, у випадку виникнення кризових ситуацій існує ризик неповернення коштів кредиторів. У випадку відхилення, доцільно працювати в напрямку збільшення пайового капіталу підприємства. Рекомендоване значення: від 5 і вище.

5.3 Коефіцієнт захисту пайового капіталу:

$$K_{зск} = \frac{\Phi.1p.1415}{\Phi.1p.1495}. \quad (5.3)$$

Вказує на захищеність пайового капіталу у випадку виникнення складних непередбачуваних ситуацій на підприємстві. Якщо значення показника низьке, наприклад дорівнює нулю, то це пряме порушення законодавства. Відповідно до діючого законодавства, коефіцієнт повинен бути не меншим 0,15. Якщо значення показника є нижчим, то рекомендовано протягом наступних років, відповідно до законодавства, кожен рік збільшувати резервний фонд на 5 %.

5.4 Коефіцієнт розвитку підприємства за рахунок самофінансування:

$$K_{рн} = \frac{\Phi.1p.(1415 + 1420)_{гр.4} - p.(1415 + 1420)_{гр.3}}{\Phi.2p.2350}. \quad (5.4)$$

Здатність підприємства розвиватися за рахунок проведення ефективної діяльності, що приносить значний прибуток. Низьке значення показника

свідчить, що більшість прибутку підприємства було виведено з обороту, зокрема, для виплати дивідендів акціонерам.

5.5 Рентабельність власного капіталу, %:

$$P_{вк} = \frac{\Phi.2р.2350}{\frac{\Phi.2.р.2355}{\Phi1.р.1495}} \times 100\% . \quad (5.5)$$

Дозволяє визначити ефективність власного капіталу підприємства, тобто коштів, що належать акціонерам. Зазвичай, високе значення показника є позитивним показником. У свою чергу, низьке значення, свідчить про неефективний рух капіталу на підприємстві, що призводить до зменшення його вартості. Позитивною тенденцією протягом декількох років є висхідна динаміка.

5.6 Оборотність власного капіталу:

$$O_{вк} = \frac{\Phi.2р.2000}{\Phi.1р.1495} . \quad (5.6)$$

Вказує скільки товарів та послуг підприємство змогло виробити на надати клієнтам у поточному році на кожен гривню вкладеного власного капіталу. Постійне підвищення інтенсивності використання власного капіталу є позитивною тенденцією.

5.7 Приріст власного капіталу, тис. грн.:

$$P_{вк} = \Phi.1р.1495р.4 - р.1495р.3 . \quad (5.7)$$

Збільшення суми власного капіталу є одним з ключових цільових показників роботи будь-якого комерційного підприємства. Тому, значний приріст власного капіталу може свідчити про ефективні дії менеджменту, продуману фінансову, комерційну, конкурентну, виробничу політику тощо.

5.8 Вартість власного капіталу (згідно прибуткового підходу):

$$B_{вк} = P_{вк} . \quad (5.8)$$

Прибутковий підхід оцінки вартості капіталу передбачає, що плата за його використання є сума прибутку, яке отримало підприємство. Адже, фактично

вартість капіталу, що належить акціонерам, зросла на цю суму. Якщо вартість власного капіталу є високою, то підприємству доцільно залучати альтернативні джерела коштів – позикові.

6. До показників, що характеризують прибутковість підприємства відносяться:

6.1 Рентабельність активів (майна, сукупного капіталу), %:

$$P_a = \frac{\Phi.2p.2350}{\Phi.1p.1300}. \quad (6.1)$$

Характеризує, наскільки ефективно підприємство використовує свої активи для отримання прибутку, тобто показує, який прибуток приносить кожна гривня, вкладена в активи підприємства. Позитивною динамікою є зростання значення показника.

6.2 Рентабельність власного капіталу, %:

$$P_{вк} = \frac{\Phi.2p.2350}{\Phi.1p.1495}. \quad (6.2)$$

Чиста рентабельність власного капіталу є головним інвестиційним показником, що характеризує норму прибутку на власний капітал. Такий показник найкраще визначає результативність діяльності підприємства, показуючи, скільки прибутку приносить кожна гривня власного капіталу. Рекомендоване значення: 0,13-0,24.

6.3 Рентабельність продукції, %:

$$P_{np} = \frac{\Phi.2p.2090}{\Phi.2p.2050}. \quad (6.3)$$

Показує, скільки отримано прибутку з кожної гривні, витраченої на виробництво. Позитивною динамікою є зростання значення показника.

6.4 Валоварентабельність продажу, %:

$$BP_n = \frac{\Phi.2p.2090}{\Phi.2p.2000}. \quad (6.4)$$

Цей показник визначає рівень, на який підприємство може збільшити операційний прибуток, шляхом зниження адміністративних витрат та витрат на збут. Позитивною динамікою є зростання значення показника.

6.5 Операційна рентабельність продажу, %:

$$OPn = \frac{\Phi.2p.2190}{\Phi.2p.2000}. \quad (6.5)$$

Показує рентабельність підприємства після вирахування витрат на виробництво та збут продукції. Позитивною динамікою є зростання значення показника.

6.6 Чиста рентабельність продажу (коефіцієнт рентабельності діяльності), %:

$$ЧРn = \frac{\Phi.2p.2350}{\Phi.2p.2000}. \quad (6.6)$$

Показує, скільки чистого прибутку надходить підприємству в кожній гривні від продажу продукції, товарів, робіт, послуг. Даний коефіцієнт характеризує вплив структури капіталу та фінансування підприємства на його рентабельність. Позитивною динамікою є зростання значення показника.

6.5 РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА З ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ РОЗРАХУНКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ»

Основна література:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: [Електронний ресурс]: Затверджене наказом Міністерства фінансів України № 73 від 07.02.2013 р. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.

2. Азаренкова Г.М. Фінанси підприємств: Навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Г.М. Азаренков, Т.М. Журавель, Р.М. Михайленко. – К.: Знання-Прес, 2009. – 299 с.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/knigi/666-fnansi-pdprimstv-Azarenkova-gm.html>.

3. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: Навчальний посібник / О.Я. Базилінська. – 2-ге вид. – К.: ЦУЛ, 2011. – 328 с.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://subject.com.ua/pdf/80.pdf>.

4. Воронко О.С. Економічний аналіз: Навчальний посібник / О.С. Воронко, Н.П. Штепа. – Львів: «Новий Світ-2000», 2012. – 279 с.

5. Іванюта П.В. Управління ресурсами та витратами: Навчальний посібник / П.В. Іванюта, О.П. Лугівська. – К.: ЦУЛ, 2009. – 320 с.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ebooktime.net/book_106.html.

Економічний механізм управління комерційною діяльністю організацій: Монографія / О.В. Карпенко, А.Н. Лебедев – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2014. – 180 с.

7. Косова Т.Д. Організація і методика економічного аналізу: Навчальний посібник / Т.Д. Косова, П.М. Сухарев, Л.О. Ващенко та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 528 с.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://culonline.com.ua/Books/Organiz_i_metodika_ekonom_analizu_Kosova2012.pdf

8. Косова Т.Д. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник / Т.Д. Косова. – К.: ЦУЛ, 2013. – 440 с.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cul.com.ua/preview/fin_anal_kosova.pdf.

9. Крамаренко Г.О. Фінансовий аналіз: Підручник / Г.О. Крамаренко, О.Є. Чорна. – К.: ЦУЛ, 2008. – 392 с.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://shron.chtyvo.org.ua/Kramarenko_Halyna/Finansovyi_analiz.pdf.

10. Прохар Н.В. Взаємозв'язок та відмінності обліку доходів, витрат і фінансових результатів відповідно до П(с)БО та податкового кодексу України: Монографія / Н.В. Прохар, Н.В. Хоменко. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2014. – С. 122-137.

11. Сіменко І.В. Аналіз господарської діяльності: Навчальний посібник / І.В. Сіменко, Т.Д. Косової. – К.: ЦУЛ, 2013. – 384 с.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://culonline.com.ua/Books/analiz_gosp_dijaln_Kosova.pdf.

12. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський (фінансовий) облік, оподаткування і звітність: Підручник / Н.М. Ткаченко. – 6-те вид., доповн. і перероб. – К.: Алерта, 2013. – 982 с.

13. Шпанковська Н.Г. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій: Навчальний посібник / За ред. К.Ф. Ковальчука. – К.: ЦУЛ, 2012. – 328 с.

14. Ринок боргових цінних паперів в Україні: Монографія / За заг. ред. І.О. Лютого. – К.: ЦУЛ, 2008. – 432 с.

15. Цал-Цалко Ю.С. Фінансовий аналіз: Підручник / Ю.С. Цал-Цалко. К.: Центр учбової літератури, 2008. – 566 с.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://subject.com.ua/pdf/89.pdf>.

16. Чернявський А.Д. Антикризове управління підприємством: Навчальний посібник / А.Д. Чернявський. – К.: МАУП, 2006. – 256 с.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_920_18216339.pdf.

Додаткова література:

1. Багрова І.В. Міжнародна економічна діяльність України: Навчальний посібник / І.В. Багрова, О.О. Гетьман, В.Є. Власик / За ред. І.В. Багрової. – К.: ЦУЛ, 2004. – 384 с.

2. Благун І.Г. Фінанси: Навчальний посібник / І.Г. Благун, Р.С. Сорока, І.В. Єлейно. – Львів: Магнолія 2006, 2007. – 314 с.

3. Венгер В.В. Фінанси: Навчальний посібник / В.В. Венгер. – К.: ЦУЛ, 2009. – 432 с.

4. Карпенко О.В. Неповна собівартість: теорія і практика обліку, аналізу, контролю: Монографія / О.В. Карпенко, Г.О. Соболь – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. – 241 с.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/1912/1/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F%20%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%BF%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9E.%2C%20%D0%A1%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D0%BB%D1%8C%20%D0%93..pdf>.

5. Коваленко Д.І. Фінанси, гроші та кредит: Теорія та практика: Навчальний посібник / Д.І. Коваленко, В.В. Венгер. – К.: ЦУЛ, 2013. – 578 с.

6. Науменкова С.В. Фінансовий ринок та інвестиції: Збірник тестових вправ і завдань / С.В. Науменкова, А.В. Андреев, Ф.О.Журавка. – К.: Знання, 2000. – 214 с.

7. Стратегічний аналіз: Навчальний посібник / Г. Давидов та ін. – К.: Знання, 2011. – 389 с.

8. Філіна Г.І. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навчальний посібник / Г.І. Філіна – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 320 с.

9. Чорна Л.О. Економіка підприємства: Навчальний посібник / Л.О.Чорна, Н.В. Корж, І.В. Левицька. – Вінниця: Едельвейс і К, 2008. – 369 с.

7. ПЕРЕЛІК ДОДАТКОВИХ ЗАПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ЕКЗАМЕНУ З ФАХУ

1. Охарактеризуйте поняття «фінансовий стан підприємства».
2. Які показники відображають прибутковість підприємства?
3. Що являє собою ліквідність для підприємства?
4. Які види фінансових ресурсів є на підприємстві?
5. Які фінансові показники діяльності підприємства свідчать про ймовірність настання фінансової кризи?
6. Що являє собою поняття «фінансова безпека підприємства»?
7. Для чого застосовується економічний аналіз діяльності підприємства?
8. Яка основна мета застосування управлінського аналізу?
9. Розкрийте суть поняття «ділова активність підприємства».
10. Пояснити взаємозв'язок між платоспроможністю та кредитоспроможністю підприємства.
11. Суть юридичного оформлення договірних відносин і партнерських зв'язків у підприємницькій діяльності.
12. Основні техніко-економічні показники виробничої програми підприємства.

13. Особливості методів планування діяльності підприємства.

14. Принципи та етапи побудови організаційних структур управління підприємством.

15. Шляхи підвищення ефективності використання обігових коштів на різних стадіях їх кругообігу.

16. Кадрова політика і система управління персоналом: мета, функції, принципи здійснення.

17. Класифікація методів мотивації результативності діяльності працівників підприємства.

18. Характер поведінки витрат залежно від обсягу виробництва й рівня використання виробничих потужностей.

19. Вплив інновацій на підвищення конкурентоспроможності продукції.

20. Порядок ліквідації збанкрутілих підприємств в Україні.

21. Як формується заключний висновок щодо оцінки вартості майна за трьома підходами?

22. Які методи витратного підходу використовуються для оцінки нематеріальних активів?

23. Який з методів оцінювання вартості бізнесу використовується відповідно до результативного підходу?

24. Який з методів оцінювання вартості бізнесу використовується відповідно до витратного підходу?

25. Чим відрізняється поняття «потенціал» від поняття «резерви»?

26. Що таке формування потенціалу підприємства?

27. Коли виникає необхідність у створенні людиною системи?

28. Яку назву має ціна, яка переважає на вільному, відкритому конкурентному ринку й визначається на основі рівності між реальними економічними факторами?

29. У чому полягає сутність коефіцієнта капіталізації?

30. На чому ґрунтується визначення земельних ділянок, будівель і споруд складовими потенціалу підприємства?

31. Роль розвитку підприємництва в економічному зростанні країни.

32. Місце бізнес-плану в системі планування господарської діяльності.

33. Шляхи та способи пошуку бізнес-ідеї.

34. Джерела та шляхи отримання інформації для написання бізнес-плану.

35. Бізнес-ідея, як основа формування бізнес-плану.

36. Охарактеризуйте та визначте роль резюме в структурі бізнес-плану.

37. Значення бізнес-плану в для успішного старту власної справи.

38. Які із структурних частин бізнес-плану становлять особливий інтерес для потенційного інвестора?

39. Доведіть правильність твердження: «фінансовий план-основний розділ бізнес-плану».

40. В чому різняться внутрішня та зовнішня роль бізнес-плану?

Додаток А

		Дата (рік, місяць, число)	Коди 01.01.2016
Підприємство	Публічне акціонерне товариство "ТерА"	за ЄДРПОУ	00375697
Територія		за КОАТУУ	6110100000
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Орган державного управління		за СПОДУ	
Вид економічної діяльності	Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання	за КВЕД	10.72
Середня кількість працівників ¹	193		
Одиниця виміру	тис.грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)		
Адреса, телефон	46006, м.Тернопіль, вул.Пирогова 11		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами бухгалтерського обліку)			
за міжнародними стандартами фінансової звітності			v

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2015 р.**

Форма N 1 Код

Актив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	13	11
первісна вартість	1001	74	74
накопичена амортизація	1002	61	63
Незавершені капітальні інвестиції	1005	353	366
Основні засоби:	1010	3980	3552
первісна вартість	1011	13182	13583
знос	1012	9202	10031
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0

Усього за розділом I	1095	4346	3929
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	2720	4020
Виробничі запаси	1101	2121	3096
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	595	924
Товари	1104	4	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1679	1927
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	36	40
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	208	207
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	62	76
Готівка	1166	14	22
Рахунки в банках	1167	48	54
Витрати майбутніх періодів	1170	2	6
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:		0	0
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0
Усього за розділом II	1195	4707	6276
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	9053	10205

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1750	1750
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	4217	4217
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	50	50
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-2260	-865
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0

Усього за розділом I	1495	9757	5152
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	137	0
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	1816	2639
за розрахунками з бюджетом	1620	149	271
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	116	110
за розрахунками з оплати праці	1630	252	268
за одержаними авансами	1635	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	233	323
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	2593	1442
Усього за розділом III	1695	5296	5053
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	9053	10205

Примітки: д/н

Керівник

Мамай Олександр Васильович

(підпис)

Головний бухгалтер

Кобилецька Галина Романівна

			Коди
		Дата (рік, місяць, число)	01.01.2016
Підприємство	Публічне акціонерне товариство "ТерА"	за ЄДРПОУ	00375697

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2015 р.

I. Фінансові результати

Форма N 2 Код

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	48041	30419
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(39971)	(27641)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	8070	2778
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	235	295
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	(2074)	(1793)
Витрати на збут	2150	(3789)	(3672)
Інші операційні витрати	2180	(1016)	(1129)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1426	0
збиток	2195	(0)	(3521)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(31)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(136)

Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1395	0
збиток	2295	(0)	(3657)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1395	0
збиток	2355	(0)	(3657)

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1395	-3657

III. Елементи операційних витрат

Матеріальні затрати	2500	32404	20910
Витрати на оплату праці	2505	6755	6092
Відрахування на соціальні заходи	2510	2286	1500
Амортизація	2515	831	769
Інші операційні витрати	2520	4574	4964
Разом	2550	46850	34235

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Середньорічна кількість простих акцій	2600	6998546	6998546
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	6998546	6998546
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.2	-0.52
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.2	-0.52
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки: д/н

Керівник

Мамай Олександр Васильович

(підпис)

Головний бухгалтер

Кобилецька Галина Романівна

		Дата (рік, місяць, число)	Коди 01.01.2015
Підприємство	Публічне акціонерне товариство "ТерА"	за ЄДРПОУ	00375697
Територія		за КОАТУУ	6110100000
Організаційно-правова форма господарювання	Акціонерне товариство	за КОПФГ	230
Орган державного управління		за СПОДУ	
Вид економічної діяльності	Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання	за КВЕД	10.72
Середня кількість працівників ¹	191		
Одиниця виміру	тис.грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)		
Адреса, телефон	46006, м.Тернопіль, вул. Пирогова 11, тел. (0352) 52-44-38		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами бухгалтерського обліку)			
за міжнародними стандартами фінансової звітності			v

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2014 р.**

Форма N 1 Код

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи:	1000	139	13
первісна вартість	1001	196	74
накопичена амортизація	1002	57	61
Незавершені капітальні інвестиції	1005	353	353
Основні засоби:	1010	4573	3980
первісна вартість	1011	13010	13182
знос	1012	8437	9202
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
знос	1017	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0
первісна вартість	1021	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0

Усього за розділом I	1095	5065	4346
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	2862	2720
Виробничі запаси	1101	2272	2121
Незавершене виробництво	1102	0	0
Готова продукція	1103	587	595
Товари	1104	3	4
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1775	1679
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	34	36
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	818	208
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	154	62
Готівка	1166	2	14
Рахунки в банках	1167	152	48
Витрати майбутніх періодів	1170	2	2
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:		0	0
резервах довгострокових зобов'язань	1181		
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	1	0
Усього за розділом II	1195	5646	4707
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	10711	9053

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1750	1750
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	4217	4217
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0
Резервний капітал	1415	50	50
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1397	-2260
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	7414	3757

II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	137
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	2285	1816
за розрахунками з бюджетом	1620	0	149
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	81	116
за розрахунками з оплати праці	1630	177	252
за одержаними авансами	1635	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	211	233
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	543	2593
Усього за розділом III	1695	3297	5296
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	10711	9053

Примітки: д/н

Керівник

Мамай Олександр Васильович

			Коди
		Дата (рік, місяць, число)	01.01.2015
Підприємство	Публічне акціонерне товариство "ТерА"	за ЄДРПОУ	00375697

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2014 р.

I. Фінансові результати

Форма N 2 Код

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	30419	25854
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(27641)	(22030)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	2778	3824
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	295	333
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Адміністративні витрати	2130	(1793)	(1560)
Витрати на збут	2150	(3672)	(2931)
Інші операційні витрати	2180	(1129)	(253)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	(0)	(0)
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	0	0
збиток	2195	(3521)	(587)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(38)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(136)	(0)

Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	0
збиток	2295	(3657)	(625)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	0	-6
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	0
збиток	2355	(3657)	(631)

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-3657	-631

III. Елементи операційних витрат

Матеріальні затрати	2500	20910	16210
Витрати на оплату праці	2505	6092	5271
Відрахування на соціальні заходи	2510	1500	1761
Амортизація	2515	769	1013
Інші операційні витрати	2520	4964	2509
Разом	2550	34235	26764

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Середньорічна кількість простих акцій	2600	6998546	6998546
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	6998546	6998546
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-0.52	-0.09
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-0.52	-0.09
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Примітки: д/н

Керівник

Мамай Олександр Васильович

(підпис)

Головний бухгалтер

Кобилецька Галина Романівна