

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

О. Г. Дегтяренко

ЕКОНОМІКА

Навчальний посібник

Рекомендовано вченою радою Сумського державного університету



Суми
Сумський державний університет
2019

УДК 658(075.8)
Д26

Рецензенти:

Л. І. Михайлова – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту ЗЕД та євроінтеграції Сумського національного аграрного університету;

Є. В. Мішенін – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування Сумського державного університету

*Рекомендовано до видання
вченою радою Сумського державного університету
як навчальний посібник
(протокол № 12 від 22 травня 2019 року)*

Дегтяренко О. Г.

Д26 Економіка : навчальний посібник / О. Г. Дегтяренко. –
Суми : Сумський державний університет, 2019. – 169 с.
ISBN 978-966-657-771-2

Навчальний посібник містить теоретичний матеріал для проведення лекційних та практичних занять із дисципліни «Економіка». Посібник підготовлено відповідно до робочої програми навчальної дисципліни, чинного плану підготовки бакалаврів з інженерних спеціальностей.

УДК 658(075.8)

ISBN 978-966-657-771-2 © Дегтяренко О. Г., 2019
© Сумський державний університет, 2019

Зміст

	С.
Передмова.....	7
Розділ 1. Нормативно-правова основа підприємства	10
Тема 1. Підприємство як суб'єкт господарювання.....	10
1.1. Поняття, основне завдання та нормативна база діяльності підприємства	10
1.2. Ознаки класифікації підприємств, мета та форми власності.....	11
1.3. Правовий статус і форми господарювання підприємств	12
1.4. Галузево-функціональні види діяльності, розмір та форми об'єднання підприємств.....	14
Розділ 2. Матеріальні ресурси підприємства та їх аналіз ..	17
Тема 2. Основні фонди підприємства	17
2.1. Економічна суть, класифікація та структура основних фондів.....	17
2.2. Урахування та види грошового оцінювання основних фондів.....	19
2.3. Зношування та відновлення основних фондів. Поняття та зміст амортизації	20
2.4. Показники використання основних фондів та напрямки підвищення ефективності їх використання ..	25
Тема 3. Оборотні фонди та обігові кошти підприємства ..	30
3.1. Економічна суть, класифікація та структура обігових коштів	30
3.2. Нормування обігових коштів	33
3.3. Показники ефективності використання обігових коштів.....	35
3.4. Напрямки покращання використання обігових коштів.....	37
Тема 4. Виробнича програма та виробнича потужність підприємства.....	39

4.1. Зміст, показники та вимірники виробничої програми	39
4.2. Виробнича потужність підприємства	43
4.3. Обґрунтування виробничої програми виробничою потужністю	45
4.4. Шляхи підвищення ефективності використання виробничої потужності.....	46

Розділ 3. Трудові ресурси підприємства та оцінювання їх діяльності.....	48
Тема 5. Персонал підприємства і продуктивність праці ...	48
5.1. Поняття, класифікація та структура персоналу підприємства.....	48
5.2. Визначення потреби в кадрах.....	51
5.3. Продуктивність праці та методи її визначення .	53
5.4. Фактори підвищення продуктивності праці та їх зміст	57
Тема 6. Оплата праці на підприємстві	59
6.1. Поняття терміна «оплата праці», її складові та функції	59
6.2. Тарифна система, її елементи та зміст	61
6.3. Погодинна форма оплати праці та її системи....	62
6.4. Відрядна форма оплати праці та її системи	63

Розділ 4. Фінансові ресурси підприємства, їх зміст та ефективність використання	66
Тема 7. Собівартість продукції підприємства.....	66
7.1. Поняття собівартості, методи класифікації витрат та їх зміст.....	66
7.2. Поняття структури собівартості, види собівартості та їх зміст	73
7.3. Планування собівартості продукції. Шляхи та значення зниження собівартості продукції.....	73

Тема 8. Ціни та ціноутворення на підприємстві	76
8.1. Поняття та функції ціни, її складові елементи ..	76
8.2. Види цін та ознаки їх класифікації	77
8.3. Методи ціноутворення на продукцію та їх зміст	81
Тема 9. Фінанси, прибуток та рентабельність підприємства.....	83
9.1. Поняття фінансів підприємства, види фінансових відносин.....	83
9.2. Функції фінансів. Планування фінансів. Фінансування та кредитування організацій	84
9.3. Прибуток та рентабельність виробництва, їх зміст.....	91
Тема 10. Інвестиції підприємства та їх ефективність	96
10.1. Поняття виробничих інвестицій, їх зміст та структура	96
10.2. Поняття економічного ефекту, його форми та методи розрахунку	97
10.3. Поняття економічної ефективності, її види та показники.....	100
10.4. Способи впровадження інвестицій та їх зміст	104
Розділ 5. Підприємство в умовах ринку	106
Тема 11. Попит, пропозиція та ринок	106
11.1. Попит на продукцію	106
11.2. Пропозиція продукції.....	108
11.3. Взаємозалежність попиту і пропозиції.....	110
Тема 12. Еластичність та процес адаптації ринку	113
12.1. Еластичність попиту за ціною.....	113
12.2. Розрахунок еластичності попиту за ціною для окремої точки на кривій попиту	116
12.3. Еластичність попиту від доходу	120
12.4. Еластичність пропозиції за ціною.....	121

Тема 13. Витрати виробництва	122
13.1. Витрати в короткотерміновому періоді.....	123
13.2. Витрати в довготерміновому періоді.....	127
Тема 14. Ринок досконалої конкуренції.....	131
14.1. Ознаки та умови досконалої конкуренції.....	131
14.2. Максимізація прибутку в короткотерміновому періоді	134
14.3. Максимізація прибутку в довготерміновому періоді	142
14.4. Реакція ринку на зменшення попиту	144
14.5. Реакція ринку на збільшення попиту.....	145
Тема 15. Теорія монополії.....	147
15.1. Максимізація прибутку на довготерміновому інтервалі	147
15.2. Цінова дискримінація.....	151
15.3. Функціонування ринку в умовах простої монополії.....	152
Тема 16. Олігополія та монополістична конкуренція	152
16.1. Теорія олігополії: взаємозв'язок та таємний зговір	152
16.2. Теорія монополістичної конкуренції.....	158
Список рекомендованої літератури.....	161
ГЛОСАРІЙ.....	163

ПЕРЕДМОВА

Економіка як наука вивчає закономірності функціонування економіки як системи господарювання. При цьому пріоритетне значення має вивчення економічних відносин й економічного інструментарію, за допомогою якого ці відносини реалізуються. Тому організація ефективної роботи системи господарювання і є основним завданням економічної науки. Основою системи господарювання є підприємство, де відбувається процес виробництва.

З економічної точки зору виробництво – це процес споживання засобів виробництва і робочої сили. Здійснення його можливе лише за наявності трьох елементів: засобів праці, предметів праці і самої праці, носієм якої є робоча сила. Однак наявність цих складових не означає, що процес виробництва буде ефективним. Очевидно, що повинні бути створені також і відповідні умови для його реалізації на рівні різних ринкових структур. Саме вивчення дії економічних законів і дозволить підприємству встановити як оптимальну виробничу структуру, так і форми і методи найбільш ефективної діяльності.

До економічних дисциплін, тісно пов'язаних із цим курсом, належать такі: «Основи економічної теорії», «Наукова організація праці», «Статистика», «Економічне програмування», «Маркетинг», «Менеджмент», «Фінанси», «Кредит», «Аналіз господарської діяльності» та інші, на основі яких розробляються заходи з реалізації механізму функціонування відповідної системи господарювання та оцінки її ефективності. Курс «Економіка» займає дуже важливе місце і в структурі вивчення різних технічних дисциплін, оскільки технічні дисципліни вивчають закономірності розвитку,

удосконалення властивостей і конструкцій предметів праці та способів їх виготовлення, а цей курс дозволяє зробити цей процес більш ефективним як на рівні підприємства, так і в умовах конкретної ринкової структури.

Метою вивчення дисципліни «Економіка» є формування в студентів знань, навичок та світогляду, достатніх для ефективного ведення господарської діяльності підприємства в сучасних умовах.

Основними завданнями цієї дисципліни є: вивчення студентами дій економічних законів функціонування об'єктів та суб'єктів господарської діяльності, соціально-економічного розвитку підприємства, підвищення ефективності використання трудових, матеріальних, природних, інформаційних та фінансових ресурсів, вивчення механізму, принципів та напрямків удосконалення керування підприємством в умовах конкретної ринкової структури.

Завдяки вивченню дисципліни студенти::

– **одержать знання** про систему факторів функціонування та розвитку підприємства, методи оцінювання ефективності їх використання, способи мотиваційного впливу, які забезпечують ефективне господарювання, механізми оцінювання витрат і результатів господарської діяльності, особливості функціонування підприємства в умовах ринку;

– **набудуть уміння** застосовувати одержані теоретичні знання на практиці, які охоплюють аналітичну діяльність, механізм здійснення необхідних розрахунків, способи реалізації мотиваційного впливу, техніку обґрунтування рішень в умовах ринку.

Знання зазначених аспектів допоможе майбутнім спеціалістам розв'язувати складні питання, що виникають у процесі функціонування сучасних економічних систем.

Навчальний посібник призначений для викладачів та

студентів як економічних спеціальностей, так і для тих, хто вивчає економічні дисципліни на інженерних спеціальностях. Посібник може бути корисним і для керівників підприємств.

Розділ 1

Нормативно-правова основа підприємства

Тема 1. Підприємство як суб'єкт господарювання

1.1. Поняття, основне завдання та нормативна база діяльності підприємства

Підприємство – це організаційно відокремлена й економічно самостійна ланка виробничої сфери народного господарства, що спеціалізується на виготовленні продукції, виконанні робіт і наданні послуг.

Головне завдання підприємства полягає в задоволенні потреб ринку в його продукції або послугах для одержання прибутку.

Основними законодавчими актами, що регулюють діяльність підприємств в Україні, є Закони України: «Про власність», «Про підприємництво», «Про підприємства в Україні» та ін.

Закон України «Про підприємства в Україні» визначає види та організаційні форми підприємства, правила їх створення, реєстрації, реорганізації та ліквідації, механізм здійснення підприємницької діяльності в умовах переходу до ринкової економіки. Цим Законом визначені рівні правові умови для діяльності підприємств незалежно від організаційної форми та форми власності на майно; він спрямований на забезпечення самостійності підприємств, визначає їх права і відповідальність за результати своєї господарської діяльності, регулює відносини підприємств з іншими суб'єктами господарювання, органами державного управління та ін.

1.2. Ознаки класифікації підприємств, мета та форми власності

Підприємства класифікують за такими ознаками, як:

I. Мета і характер діяльності:

- **комерційні**, метою яких є одержання прибутку;
- **некомерційні**, які не ставлять собі за мету отримання грошових економічних результатів (благодійні фонди та організації).

II. Форма власності

- **приватні (індивідуальні)**, що ґрунтуються на власності однієї особи без права найму робочої сили;
- **сімейні**, що ґрунтуються на власності і праці однієї сім'ї;
- **приватні**, що ґрунтуються на власності однієї особи з правом найму робочої сили);
- **колективні** (ґрунтуються на власності колективу робітників підприємства, кооперативу, громадської організації);
- **державні** (ґрунтуються на власності держави, зокрема казенні);
- **муніципальні** державні комунальні підприємства, що ґрунтуються на власності громади адміністративно-територіальних одиниць);
- **спільні підприємства** (ґрунтуються на власності фізичних або юридичних осіб різних держав);
- **іноземних громадян або організацій** (ґрунтуються виключно на власності фізичних або юридичних осіб іноземних держав).

1.3. Правовий статус і форми господарювання підприємств

III. Правовий статус і форма господарювання:

- **Одноосібні приватні підприємства** – власником є фізична особа або сім'я; отримує дохід (прибуток); несе весь тягар ризику.

Перевагами такої форми підприємства є простота заснування, незначні витрати на засновницько-реєстраційні операції, повна самостійність, оперативність і свобода підприємницьких дій, відносно низькі витрати на організацію виробництва, власникові повністю належить прибуток підприємства.

Недоліки: обмежені можливості для розширення капіталу, повна відповідальність за борги, відсутність спеціалізованого менеджменту, невизначеність термінів функціонування, оскільки підприємство юридично припиняє свою діяльність у разі смерті, позбавлення волі або психічного захворювання одноосібного власника.

- **Кооперативні** – добровільні об'єднання громадян для спільного ведення господарської діяльності.

Перевагами є збільшення економічних можливостей підприємства щодо розширення бізнесу, диференціація виконуваних функцій окремими робітниками (виробничих, збутових, адміністративних), а *недоліком* – суперечності економічних та інших інтересів окремих членів кооперативу.

- **Орендні** – полягають у функціонуванні договірних відносин між фізичними або юридичними особами з приводу тимчасового володіння і користування майном.

Переваги: не вимагає значних коштів для придбання майна, немає ризику за техніко-економічне старіння основних фондів, його несе орендодавець. *Недоліки:* обмежується підприємницька свобода орендаря, який не є

власником майна.

• **Господарські товариства** – передбачають об’єднання капіталів двох або більше юридичних або фізичних осіб за умов спільного розподілу прибутку, контролю результатів бізнесу, активної участі у здійсненні бізнесової діяльності. Основою взаємовідносин між партнерами є **договір**.

За ступенем участі партнерів-засновників у діяльності підприємства та відповідальності за її результати розрізняють:

- *товариство з повною відповідальністю* (всі учасники займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за її результати не лише своїми частками у статутному фонді, а й власним майном);

- *товариство з обмеженою відповідальністю* (учасники несуть відповідальність за господарську діяльність у межах своїх внесків у вигляді майна, коштів, продуктів інтелектуальної власності тощо);

- *командитне товариство* (поряд з учасниками, які несуть повну відповідальність за зобов’язаннями товариства всім своїм майном, включає принаймні одного учасника, відповідальність якого обмежується внеском у майно підприємства, але не особистим майном; такого учасника називають командитом);

- *акціонерні товариства (відкритого і закритого типу)* (власність підприємства поділена на частини і власниками вважаються акціонери, які мають обмежену відповідальність у розмірі свого внеску в акціонерний капітал; весь прибуток належить акціонерам і поділяється на дві частини: одна розподіляється серед акціонерів у вигляді дивідендів, друга – це нерозподілений прибуток, що використовується на реінвестування; функції власності і контролю поділені між власниками (акціонерами) і менеджерами.

Перевагами господарських товариств є: більш

широкі можливості для розширення виробництва, збільшення фінансової незалежності та дієздатності шляхом злиття капіталів партнерів, можливість залучення до управління професійних менеджерів; для акціонерних товариств – реальна можливість залучення необхідних інвестицій через ринок цінних паперів, акціонери не можуть зазнати більших втрат, ніж вони вклали в акції, простіше збільшувати обсяги виробництва й суми прибутку.

Недоліки: виникнення суперечностей між інтересами партнерів спричиняє малоефективну діяльність, а колективний менеджмент – негнучке управління виробництвом; для акціонерних товариств – властиві розбіжності між функціями власності та контролю, інколи виникають суперечності між акціонерами й менеджерами, наявність подвійного оподаткування (спочатку прибутку акціонерного товариства, а потім дивідендів акціонерів).

1.4. Галузево-функціональні види діяльності, розмір та форми об'єднання підприємств

IV. Галузево-функціональні види діяльності:

- промислові;
- сільськогосподарські;
- будівельні;
- транспортні;
- торговельні;
- лізингові;
- банківські та ін.

V. Розміри підприємств за кількістю робітників:

- малі, до яких належать (за кількістю робітників):
- у промисловості та будівництві – до 200 осіб;
- в інших галузях виробничої сфери – до 50 осіб;

- у науці та науковому обслуговуванні – до 100 осіб;
- у галузях невиробничої сфери – до 25 осіб;
- у роздрібній торгівлі – до 15 осіб.
- середні;
- великі.

В Україні найбільш поширеними формами об'єднання підприємств є:

- *асоціація* – найпростіша форма договірною об'єднання підприємств для постійної координації господарської діяльності; асоціація не має права втручатись у виробничу і комерційно-фінансову діяльність своїх членів;
- *корпорація* – договірне об'єднання суб'єктів господарювання на засадах інтеграції та виробничих інтересів із делегуванням їй окремих повноважень;
- *консорціум* – тимчасове статутне об'єднання промислового й банківського капіталу для реалізації певної підприємницької ідеї, інвестиційного проекту;
- *концерн* – об'єднання підприємницьких структур, що характеризується органічним поєднанням власності та контролю, найчастіше з використанням принципу диверсифікації виробництва;
- *холдинг* – організаційна форма об'єднання інвестиційних ресурсів; утворення, яке безпосередньо не займається виробничо-господарською діяльністю, а спрямовує свої фінансові кошти на придбання контрольного пакета акцій інших підприємств.

**Питання для самоперевірки та контролю засвоєння
знань до розділу 1 з теми 1 «Нормативно-правова
основа підприємства»**

1. Чи можна назвати підприємством будь-яку організацію?
2. Назвіть формальну відмінність між поняттями «підприємство» і «фірма». У якому випадку ці поняття є тотожними?
3. Назвіть основні ознаки підприємства. Які з них найбільш важливі?
4. Чи є мета одержання прибутку обов'язковим атрибутом підприємства?
5. Розкрийте зміст основних функцій підприємства.
6. Які економічні відносини реалізуються в процесі діяльності підприємства?
7. Які ознаки використовують для класифікації підприємств?
8. Градація підприємств за формами власності.
9. Що обумовлює існування безлічі підходів та критеріальної основи класифікації підприємств?
10. Форми господарювання підприємства та їх особливості.
11. У чому полягає принципова відмінність комерційних підприємств від некомерційних?
12. Назвіть види підприємств за їх відношенням до права власності.
13. Форми об'єднання підприємства та їх особливості.

Розділ 2

Матеріальні ресурси підприємства та їх аналіз

Тема 2. Основні фонди підприємства

2.1. Економічна суть, класифікація та структура основних фондів

Основні фонди підприємства – це засоби праці, що функціонують у виробничому процесі тривалий час (більше 1 року), не змінюють своєї форми і розмірів і переносять свою вартість на вартість готової продукції поступово, шляхом амортизаційних відрахувань.

Основні фонди поділяють на виробничі і невиробничі. Основні виробничі фонди функціонують у сфері матеріального виробництва підприємства. Основні невиробничі фонди не беруть безпосередньої участі у виробництві, а задовольняють соціальні потреби робітників підприємства (житлові будинки, медичні заклади, їдальні та ін.).

За своїм речовим складом, термінами служби, функціональною роллю в процесі виробництва основні фонди неоднорідні.

Залежно від функцій, що виконують засоби праці у виробничому процесі, їх **класифікують за виробничим призначенням** і поділяють на такі групи:

1. Будівлі – корпуси цехів, адміністративно-господарські побудови, склади, комори тощо.

2. Споруди – інженерно-технічні об'єкти: нафтові і газові свердловини, насосні станції, тунелі, очисні споруди, мости, стволи шахт, водонапірні башти та ін.

3. Передавальні пристрої – засоби, за допомогою яких передаються всі види енергії (електричної, механічної, теплової) від машин-двигунів до робочих

машин: електромережі, паро-, водо-, газо-, нафтопроводи.

4. Машини та обладнання поділяють на:

- силові машини та обладнання (котли, дизелі);
- робочі машини та обладнання (верстати, преси, агрегати);
- вимірвальні та регульовальні прилади та пристрої, лабораторне обладнання;
- обчислювальна техніка.

Найважливіша складова – робочі машини та обладнання; вони безпосередньо впливають на предмети праці, змінюючи їх.

5. Транспортні засоби – враховуються засоби внутрішньо цехового, міжцехового, міжзаводського транспорту: тепловози, вагони, автомобілі, тягачі, електрокари, автотранспортувальні тощо.

6. Інструмент – механізовані та ручні інструменти всіх видів, вимірвальні, різальні, а також різного роду пристосування – лебідки, патрони, кондуктори та ін.

7. Виробничий інвентар – інвентарна тара, контейнери, загорожі машин, стелажі, робочі столи.

8. Господарський інвентар – предмети канцелярського і господарського призначення: канцтовари, меблі, предмети протипожежного призначення, засоби забезпечення санітарного стану тощо.

Виробнича (технологічна) структура основних фондів – це співвідношення різних груп основних фондів у їх загальній вартості. Часто цю структуру розглядають як співвідношення *активної до пасивної* частини основних фондів.

До активної частини належать основні фонди, що беруть безпосередню участь у виробничому процесі (машини, устаткування, інструменти, прилади, пристрої вимірювання тощо).

До пасивної частини (будівлі, споруди) належать

основні фонди, що забезпечують нормальні умови для здійснення процесу виробництва.

2.2. Урахування та види грошового оцінювання основних фондів

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

Натуральні показники (площа, обсяг, потужність, продуктивність обладнання, кількість одиниць обладнання тощо) використовуються при визначенні виробничої потужності, розробленні балансів обладнання, для удосконалення складу основних фондів і т. д.

Вартісна форма обліку необхідна для визначення розмірів амортизації, калькулювання собівартості продукції.

Оцінювання основних фондів здійснюють залежно від:

- моменту проведення оцінювання;
- стану основних фондів.

Залежно від моменту проведення оцінювання вартість основних фондів визначається як:

1. Первісна вартість – це фактична вартість основних фондів на момент їх придбання і взяття на баланс.

Первісну балансову вартість об'єкта основних фондів B_n , грн, можна подати в загальному вигляді формулою

$$B_n = Ц + M,$$

де $Ц$ – ціна обладнання, грн;

M – витрати на установлення, монтаж і доведення до необхідного робочого стану основних фондів, грн.

2. Відновна вартість – це вартість відтворення основних фондів у сучасних умовах виробництва. Вона враховує ті самі витрати, що й первісна вартість, але за сучасними цінами і включає результати переоцінки основних фондів (індексацію первісної вартості), що проводиться за рішенням уряду.

3. Оцінювання за первісною, або відновною вартістю з урахуванням зношування $B_{зал}$, грн, (залишкова вартість) визначається за формулою

$$B_{зал} = B_n - B_n \frac{H_a \cdot T_e}{100} + K_{к.р} + K_{мод},$$

де B_n – первинна вартість основних фондів, грн;

H_a – норма амортизації;

T_e – термін використання основних фондів до моменту оцінювання;

$K_{к.р}$ – витрати на капітальні ремонти за період експлуатації основних фондів, грн;

$K_{мод}$ – витрати на модернізацію обладнання, грн.

2.3. Зношування та відновлення основних фондів. Поняття та зміст амортизації

У процесі експлуатації основні фонди піддаються *зношуванню*.

Зношування – це втрата основними фондами своєї вартості. Розрізняють два види зношування – *фізичне* та *моральне*.

Фізичне зношування – це втрата основними фондами своїх споживчих властивостей, внаслідок чого вони перестають задовольняти вимоги, які до них ставлять.

Фізичне зношування може мати місце внаслідок експлуатації основних фондів у результаті спрацьовування

деталей, вузлів, блоків, а також у процесі їх бездіяльності і тривалого зберігання внаслідок дії зовнішнього середовища (атмосферні впливи, корозія).

На фізичне зношування впливають дві групи чинників:

1) якість самих основних фондів (визначається досконалістю конструкції виробу, дотриманням технологічної дисципліни у процесі його виготовлення, якістю комплектувальних й матеріалів);

2) умови експлуатації основних фондів (ступінь завантаження, якість і своєчасність технічного догляду та ремонтів, режим роботи, захищеність від впливу вологості, тиску тощо).

Моральне зношування – це передчасне (до закінчення терміну фізичної служби) обезцінення основних фондів, спричинене або здешевленням відтворення основних фондів (моральне зношування першого роду), або використання більш продуктивних засобів праці (моральне зношування другого роду).

Моральне зношування I роду спричинене підвищенням продуктивності праці у тих галузях, які виготовляють засоби праці. Виробництво у них відбувається з меншими затратами, вони дешевшають.

Моральне зношування першого роду визначається як різниця між первісною та відновленою вартістю за формулою

$$Y' = B_n - B'_e,$$
$$B'_e = B_n \left(1 - \frac{q}{100}\right)^T,$$

де q – темп зростання продуктивності праці;

T – період часу до терміну оцінювання.

Моральне зношення II роду – це часткова втрата основними фондами своєї вартості в результаті появи нових, більш досконаlih і продуктивних засобів праці. У такому разі старі основні фонди перестають задовольняти потреби споживачів, їх використання стає економічно не вигідним.

Розмір морального зношення II роду розраховується за формулою

$$Y'' = B_n - B_6'',$$
$$B_6'' = \frac{B_n \cdot P_{cm} \cdot T_{cm}}{P_n \cdot T_n},$$

де P_{cm}, P_n – продуктивність праці відповідно старого й нового обладнання;

T_{cm}, T_n – термін служби відповідно старого та нового обладнання.

Процес відшкодування зношення основних фондів здійснюється шляхом *амортизації*.

Амортизація – це перенесення вартості основних фондів на вартість новоствореної продукції з метою їх повного відновлення. Фактично, амортизація означає списання впродовж кількох років експлуатації балансової вартості основних фондів. Амортизаційні відрахування відносяться на витрати виробництва і з них формують амортизаційний фонд підприємства, який і використовують для відновлення основних фондів.

Для здійснення процесу амортизації, встановлення норм амортизації та розрахунку амортизаційних сум основні фонди поділяють на три групи:

група 1 – будівлі, споруди, їх компоненти, передавальні пристрої;

група 2 – транспортні засоби, меблі, офісне обладнання, побутові електромеханічні прилади та

інструменти, інформаційні системи;

група 3 – інші основні фонди, що не ввійшли до груп 1 і 2.

Механізм амортизації передбачає застосування передбачених законодавством України **норм амортизаційних відрахувань**.

Норма амортизації – це річний відсоток відшкодування вартості зношеної частини основних фондів.

Норма амортизації H_a визначається із залежності

$$H_a = \frac{B_n - B_l}{B_n \cdot T_{cl}} \cdot 100\%,$$

де B_l – ліквідаційна вартість основних фондів, грн;

T_{cl} – термін служби основних фондів (амортизаційний період), років.

Для здійснення економічно вигідного процесу нарахування амортизації важливо правильно вибрати **метод амортизації** (рис. 2.1).

Найбільш поширеним є прямолінійний метод нарахування.

Прямолінійний (рівномірний) метод передбачає щорічне перенесення на собівартість продукції однакової частини вартості основних фондів упродовж усього терміну їх служби.

Сума амортизації A визначається як добуток первісної балансової вартості об'єкта основних фондів та норми амортизації H_a , грн:

$$A = \frac{B_n \cdot H_a}{100}.$$

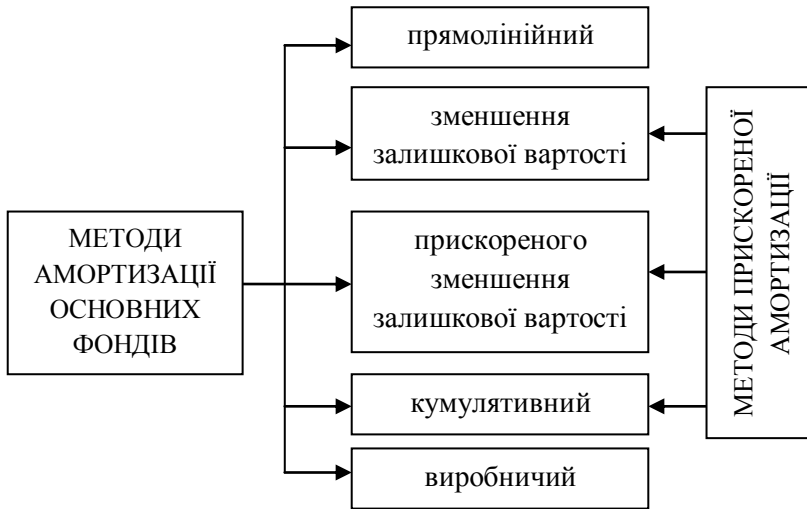


Рисунок 2.1 – Методи амортизації основних фондів

Цей метод має такий недолік, що перенесення вартості основних фондів здійснюється рівномірно, а використовуються вони нерівномірно (поломки, простої, неповне завантаження тощо).

Для поживавлення процесу відтворення основних фондів та захисту нагромаджених амортизаційних сум від знецінення підприємствам дозволено здійснювати методом **прискореної амортизації основних фондів**. Цей метод дає можливість упродовж першої половини терміну корисного використання основних фондів відшкодувати 60–70 % від їх вартості внаслідок застосування підвищених норм амортизації.

Підприємства в Україні можуть застосовувати норми і методи нарахування амортизації основних фондів, передбачені податковим законодавством. Згідно з чинним законодавством амортизаційні відрахування обчислюються окремо за кожною із трьох згаданих груп основних фондів.

Річні та відповідно квартальні норми амортизації, установлені законодавством, такі:

- група 1 – 5 % (1,25 %);
- група 2 – 25 % (6,25 %);
- група 3 – 15 % (5,15 %).

Крім того, згідно з податковим законодавством підприємствам України дозволено застосовувати прискорену амортизацію основних фондів групи 3, придбаних після 1 січня 1997 року, за такими нормами (%):

<i>перший рік експлуатації</i>	–	15;
<i>другий</i>	–	30;
<i>треть</i>	–	20;
<i>четвертий</i>	–	15;
<i>п'ятий</i>	–	10;
<i>шостий</i>	–	5;
<i>сьомий</i>	–	5.

Метод амортизації обирається підприємством самостійно з урахуванням очікуваного способу одержання економічних вигод від його використання, він може переглядатись у разі зміни очікувань від використання основних фондів.

2.4. Показники використання основних фондів та напрямки підвищення ефективності їх використання

Ефективність використання основних фондів характеризується низкою показників, які поділяють на загальні і часткові.

Основним із загальних показників використання основних фондів є **фондовіддача Φ_6** :

$$\Phi_6 = \frac{Q}{S_{\text{сеп}}},$$

де Q – обсяг товарної (валової, чистої) продукції

підприємства за 1 рік, грн;

$S_{сер}$ – середньорічна вартість основних фондів підприємства, грн.

Оберненим показником до фондовіддачі є **фондомісткість Φ_m** , грн:

$$\Phi_m = \frac{S_{сер}}{Q}.$$

Фондоозброєність праці Φ_o , грн, обчислюється за формулою

$$\Phi_o = \frac{S_{сер}}{Ч},$$

де $Ч$ – середньоспискова кількість промислово-виробничого персоналу, осіб.

Середньорічна вартість основних фондів $S_{сер}$ обчислюється за формулою

$$S_{сер} = S_{поч} + S_{в.в} \cdot \frac{T_{в.в}}{12} - S_{вив} \cdot \frac{T_{вив}}{12},$$

де $S_{поч}$ – вартість основних фондів на початок року, грн;

$S_{в.в}$ – вартість уведених упродовж 1 року основних фондів, грн;

$T_{в.в}$ – кількість місяців до кінця року, впродовж яких функціонуватимуть введені основні фонди;

$S_{вив}$ – вартість виведених з експлуатації основних фондів упродовж року, грн;

$T_{вив}$ – кількість місяців до кінця року з моменту виведення з експлуатації основних фондів.

Частковими показниками використання основних фондів є:

- коефіцієнт екстенсивного завантаження устаткування $K_{екс}$;
- коефіцієнт інтенсивного завантаження $K_{інт}$;
- коефіцієнт інтегрального використання основних фондів $K_{інтегр}$;

- коефіцієнт змінності роботи обладнання $K_{зм}$.

Коефіцієнт екстенсивного завантаження за групою обладнання визначають за формулою

$$K_{екс} = \frac{\Phi_{\partial}}{\Phi_n},$$

де Φ_{∂} , Φ_n – дійсний і номінальний фонди часу роботи обладнання за певний період, відповідно 1 рік.

$$\Phi_n = (\Phi_k - (B + C)) \cdot t_{зм} \cdot n_{зм},$$

де Φ_k – календарний фонд часу, днів;

B, C – вихідні і святкові дні;

$t_{зм}$ – тривалість зміни, год;

$n_{зм}$ – кількість змін роботи обладнання за 1 добу.

Коефіцієнт інтенсивного завантаження за групою обладнання обчислюється за формулою

$$K_{інт} = \frac{t_{факт}}{t_{норм}},$$

де $t_{факт}$ – фактично витрачений час на виготовлення одиниці продукції, нормо-год;

$t_{норм}$ – технічно обґрунтована норма часу на одиницю продукції, нормо-год.

Коефіцієнт інтегрального використання основних фондів обчислюється за формулою

$$K_{інт} = K_{екс} \cdot K_{інт}.$$

Коефіцієнт змінності обчислюється за формулою

$$K_{зм} = \frac{B_{зм}}{B_{\partial}}, \text{ або } K_{зм} = \frac{\Phi_{\partial}}{\Phi_{\partial 1}},$$

де $B_{зм}$ – кількість відпрацьованих верстато-змін;

B_{∂} – кількість відпрацьованих верстато-днів;

Φ_{∂} – дійсний фонд часу роботи всього обладнання, год;

$\Phi_{\partial 1}$ – дійсний фонд часу роботи всього обладнання при однозмінній роботі, год.

Крім показників екстенсивного та інтенсивного використання устаткування, важливе значення мають показники використання виробничих площ і споруд, коефіцієнти оновлення та вибуття основних фондів.

Коефіцієнт оновлення $K_{онов}$ обчислюється за формулою

$$K_{онов} = \frac{S_{в.в}}{S_k},$$

де $S_{в.в}$ – вартість основних фондів, що вводяться, грн;

S_k – вартість основних фондів на кінець року, грн;

Коефіцієнт вибуття $K_{виб}$ обчислюється за формулою

$$K_{виб} = \frac{S_{виб}}{S_{поч}},$$

де $S_{виб}$ – вартість основних фондів, що виводяться, грн;

$S_{поч}$ – вартість основних фондів на початок року, грн.

Основними напрямками поліпшення використання основних фондів підприємств є:

1) зменшення кількості недіючого устаткування, виведення з експлуатації зайвого та швидке залучення до виробництва невстановленого устаткування;

2) скорочення та ліквідація внутрішньозмінних простоїв шляхом підвищення рівня організації виробництва, підвищення коефіцієнта змінності роботи обладнання;

3) підвищення якості ремонтного обслуговування основних фондів;

4) удосконалення виробничої структури основних фондів;

5) модернізація діючого устаткування, машин і механізмів;

6) швидке освоєння проектних потужностей, введення в дію нових технологічних ліній, агрегатів, устаткування;

7) економічне стимулювання раціонального використання основних фондів.

**Питання для самоперевірки та контролю засвоєння
знань до розділу 2 з теми 2 «Основні фонди
підприємства»**

1. Що таке основні виробничі фонди? У чому полягає їх сутність та призначення?
2. Які склад та структура основних фондів промислового підприємства?
3. Яка виробнича структура основних фондів? У чому полягає значення аналізу структури основних фондів?
4. Охарактеризуйте активну й пасивну частини основних фондів, зміст поняття, наведіть приклади. У чому полягає значення активної частини в діяльності економіста?
5. Охарактеризуйте облік та планування основного капіталу в натурально-речовій формі.
6. Охарактеризуйте грошову форму обліку наявності і руху основних виробничих фондів.
7. Що таке зношення основних фондів: моральне та фізичне? Поняття, визначення, компенсація.
8. У чому полягає сутність та значення сучасної амортизаційної політики? Який взаємозв'язок існує між державою та підприємством із приводу норм амортизаційних відрахувань?
9. Як здійснюється нарахування амортизації в сучасних умовах?
10. Що таке прискорена амортизація: поняття, умови застосування, переваги?
11. Загальні показники використання основних фондів і їх зміст.
12. Часткові показники використання основних фондів і їх зміст.
13. Основні напрямки підвищення використання основних фондів та їх зміст.

Тема 3. Оборотні фонди та обігові кошти підприємства

3.1. Економічна суть, класифікація та структура обігових коштів

Обігові кошти – предмети праці, що беруть участь лише в одному виробничому циклі і повністю переносять свою вартість на вартість готової продукції. До складу обігових коштів входять оборотні фонди і фонди обігу.

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

Речовим змістом оборотних фондів є предмети праці, які в процесі виробництва перетворюються на готову продукцію (рис. 3.1).

Найбільшу питому вагу у складі оборотних фондів підприємства мають **виробничі запаси**. До їх складу входять:

- сировина, основні і допоміжні матеріали;
- паливо;
- куповані напівфабрикати та комплектувальні вироби;
- тара і тарні матеріали;
- запасні частини для ремонту;
- малоцінні та швидкозношувані предмети (господарський інвентар, малоцінні інструменти та ін.), хоч вони і є засобами праці, проте мають термін служби менший від одного року і для спрощення обліку належать до оборотних фондів).

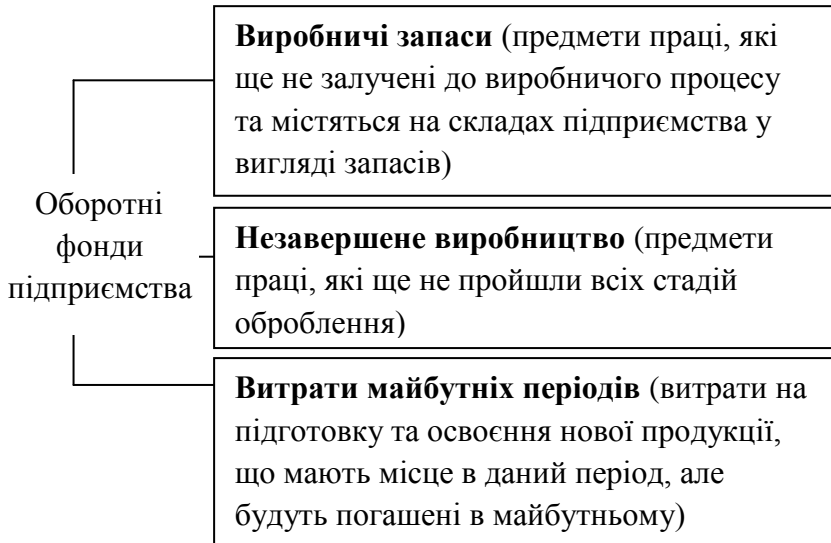


Рисунок 3.1 – Зміст оборотних фондів

Незавершене виробництво – це предмети праці, які перебувають безпосередньо на робочих місцях або в процесі транспортування від одного робочого місця до іншого.

У складі незавершеного виробництва виділяють *напівфабрикати власного виробництва*, тобто такі предмети праці, які повністю пройшли оброблення в одному підрозділі підприємства, але потребують подальшого оброблення в інших підрозділах цього самого підприємства.

Витрати майбутніх періодів не є речовим елементом оборотних фондів, це грошові витрати, здійснені в даному періоді, але будуть віднесені на собівартість продукції частинами в наступних періодах (раціоналізація і винахідництво, проектування різних заходів, придбання різного роду інформації).

Співвідношення між окремими елементами оборотних фондів до їх загального обсягу, виражене у відсотках, називають *виробничо-технологічною структурою оборотних фондів*.

Ця структура має відмінності залежно від:

- характеру виробництва;
- тривалості технологічного циклу;
- видів продукції ;
- територіального розміщення виробництва та ін.

Поряд з оборотними фондами, що функціонують у сфері виробництва продукції, процес її реалізації забезпечується фондами обігу. До фондів обігу належать (рис. 3.2):

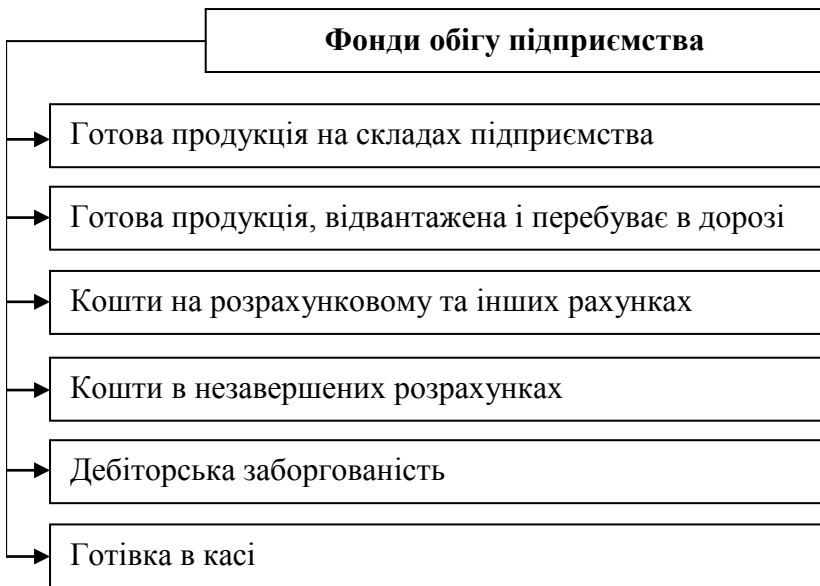


Рисунок 3.2 – **Зміст фондів обігу**

Сукупність грошових коштів підприємства, вкладених в оборотні фонди і фонди обігу, становлять

обігові кошти підприємства.

Структура обігових коштів характеризується співвідношенням окремих елементів у загальному її обсязі, що виражається у відсотках. Ця структура може бути досить різною залежно від галузі, до якої належить підприємство, але в цілому по промисловості 2/3 обігових коштів авансується в оборотні фонди, а 1/3 – у фонди обігу.

За джерелами формування обігові кошти підприємства поділяються на:

- власні;
- залучені.

Власні обігові кошти – це ті, що виділені підприємству при його створенні і поповнені згодом за рахунок прибутку, а також унаслідок використання стійких пасивів (тих грошових коштів, які є тимчасово вільними і використовуються в господарському обігу підприємства, резерв майбутніх платежів, внески на соціальне страхування, заборгованість із заробітної плати та ін.).

Залучені обігові кошти – це кредити банків, кредиторська заборгованість та інші пасиви.

Обігові кошти поділяють на *нормовані* і *ненормовані*. До нормованих належать усі оборотні фонди та готова продукція на складах підприємства. До ненормованих належать: відвантажена готова продукція, готівкові і безготівкові кошти підприємства, дебіторська заборгованість.

3.2. Нормування обігових коштів

Нормування обігових коштів – це процес розроблення та встановлення економічно обґрунтованих нормативів, тобто достатньої суми обігових коштів для

забезпечення безперервної роботи підприємства.

Норматив обігових коштів – це грошовий вираз вартості мінімальних запасів товарно-матеріальних цінностей, необхідний для безперебійної роботи підприємства.

Основним методом нормування обігових коштів є *метод прямого рахунку*.

Загальний норматив обігових коштів підприємства складається з окремих нормативів, а саме:

1. *Нормативу власних обігових коштів у виробничих запасах* $H_{\text{вир. зап}}$, що визначається шляхом множення денної потреби у певному виді матеріальних ресурсів D на норму запасу, в днях $Z_{\text{дн}}$, днів:

$$H_{\text{вир. зап}} = D \cdot Z_{\text{дн}}.$$

Виробничі норми запасу залежно від їх призначення поділяють на:

- *транспортний запас* $Z_{\text{тр}}$ – на час знаходження товарно-матеріальних цінностей в дорозі від постачальника до споживача;
- *підготовчий запас* $Z_{\text{підг}}$ – на час приймання, перевірки якості та складування сировини й матеріалів;
- *технологічний запас* $Z_{\text{техн}}$ – на час підготовки сировини і матеріалів до виробничого споживання;
- *страховий запас* $Z_{\text{стр}}$ – це мінімальний запас на випадок непередбачених перебоїв у постачанні.

2. *Нормативу власних обігових коштів у незавершеному виробництві* $H_{\text{незав. вир}}$, грн, що визначається за формулою

$$H_{\text{незав. вир}} = \frac{C_p \cdot T_{\text{ц}} \cdot K_{\text{н.з}}}{360},$$

- де C_p – собівартість річного випуску продукції, грн;
 $T_{\text{ц}}$ – тривалість циклу виготовлення продукції, днів;
 $K_{\text{н.з}}$ – коефіцієнт наростання затрат:

$$K_{н.з} = \frac{M + 0,5C'}{C},$$

де M – сума матеріальних витрат на виробництво одного виробу, грн;

C – собівартість виробу, грн;

C' – собівартість виробу без матеріальних витрат, грн.

3. *Нормативу обігових коштів у запасах готової продукції $H_{з.н}$* , що визначається як добуток одностороннього випуску продукції за виробничою собівартістю B_0 на норму запасу готової продукції на складі $З_{дн}$, днів:

$$H_{з.н} = B_0 \cdot З_{дн}.$$

4. *Нормативу обігових коштів у витратах майбутніх періодів $H_{майб.пер}$* , що розраховується, виходячи із залишків коштів на початок періоду $B_{поч}$ і суми витрат, які необхідно буде зробити й у плановому році $B_{пл}$, за мінусом суми для майбутнього погашення витрат за рахунок собівартості продукції $B_{погаш.пл}$, грн:

$$H_{майб.пер} = B_{поч} + B_{пл} - B_{погаш.пл}.$$

3.3. Показники ефективності використання обігових коштів

Показниками оборотності обігових коштів є:

- коефіцієнт оборотності;
- коефіцієнт завантаження;
- тривалість одного обороту.

Коефіцієнт оборотності $K_{об}$ показує кількість оборотів за 1 рік і визначається відношенням реалізованої за 1 рік продукції $РП$ до середньорічного залишку нормованих обігових коштів $S_{н. о. к}$:

$$K_{об} = \frac{РП}{S_{н. о. к}}$$

Коефіцієнт завантаження $K_{зав}$ – величина, обернена коефіцієнту оборотності:

$$K_{зав} = \frac{S_{н. о. к}'}{РП}$$

Цей показник показує, скільки обігових коштів підприємства припадає на одну гривню реалізованої продукції.

Тривалість обороту $T_{об}$, днів, показує тривалість одного обороту обігових коштів, і визначається:

$$T_{об} = \frac{360}{K_{об}}$$

Потреба в обігових коштах прямо залежить не лише від обсягів виробництва, а й від терміну обороту. При скороченні терміну кругообігу відбувається вивільнення обігових коштів, і навпаки.

У разі якщо кількість вивільнених унаслідок прискорення оборотності обігових коштів за своїм розміром перевищують додаткові потреби в них у зв'язку із збільшенням обсягів виробництва, то мова йде про абсолютне вивільнення обігових коштів.

Якщо додаткові потреби в обігових коштах у зв'язку із збільшенням обсягів виробництва більші від величини, що вивільнилася у зв'язку з прискоренням оборотності, то мова йде про відносне вивільнення обігових коштів.

І в першому, і в другому випадках мова йде про вивільнення обігових коштів, що характеризує більш раціональне їх використання.

3.4. Напрямки покращання використання обігових коштів

Ефективне використання обігових коштів є важливим завданням підприємства і повинно забезпечуватися прискоренням їх оборотності на всіх стадіях кругообігу.

На стадії створення виробничих запасів – це раціональне використання матеріальних ресурсів, удосконалення нормування, ліквідація наднормативних запасів, налагодження роботи транспорту за рахунок прискорення та здешевлення перевезень, оптимальний вибір постачальників та ін.

На стадії незавершеного виробництва – це скорочення тривалості виробничого циклу, впровадження прогресивної техніки і технологій, розвиток стандартизації та уніфікації, вдосконалення системи економічного стимулювання тощо.

На стадії обігу – це раціональна організація збуту продукції, прискорення документообороту, дотримання договірної платіжної дисципліни, використання маркетингових важелів активізації продажу (реклама), підвищення якості продукції, правильне формування номенклатури та асортименту продукції, її кількості, термінів поставок тощо.

Питання для самоперевірки та контролю засвоєння знань до розділу 2 з теми 3 «Оборотні фонди та обігові кошти підприємства»

1. Класифікація обігових коштів підприємства.
2. Обігові фонди підприємства та їх зміст.
3. Фонди обігу підприємства та їх зміст.
4. Джерела формування обігових коштів підприємства.

5. Основне завдання та етапи нормування обігових коштів.
6. До чого приводить завищення або заниження нормативу обігових коштів?
7. Як нормуються виробничі запаси?
8. Як нормується незавершене виробництво?
9. Охарактеризуйте основні методи нормування.
10. Які ви знаєте показники оборотності обігових коштів і їх розрахунок?
11. Розрахунок абсолютного й відносного вивільнення обігових коштів.
12. Основні напрями прискорення оборотності обігових коштів.

Тема 4. Виробнича програма та виробнича потужність підприємства

4.1. Зміст, показники та вимірники виробничої програми

Виробництво і реалізація продукції для забезпечення потреб населення є метою діяльності підприємств (звичайно під час одержання певної величини прибутку). Тому планування виробництва і реалізації продукції є основним розділом тактичного або перспективного плану підприємства.

Виробнича програма підприємства (план виробництва і реалізації продукції) – це система адресних завдань із виробництва і доставляння продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості у визначені терміни згідно з договорами поставок.

Для того щоб сформувавши виробничу програму підприємства, у його бізнес-плані необхідно подати таку інформацію, як характеристика пропонованої продукції, оцінювання можливих ринків збуту та конкурентів.

Виробнича програма займає провідне місце серед інших розділів комплексного плану розвитку підприємства, тому що:

1) на її основі розробляється план матеріально-технічного забезпечення підприємства ресурсами;

2) на її основі планується кількість робітників, їх фонд оплати праці, собівартість продукції, плановий розмір прибутку;

3) виходячи з виробничої програми, розраховуються необхідні виробничі потужності.

Формування виробничої програми підприємства базується на таких елементах (рис. 4.1):

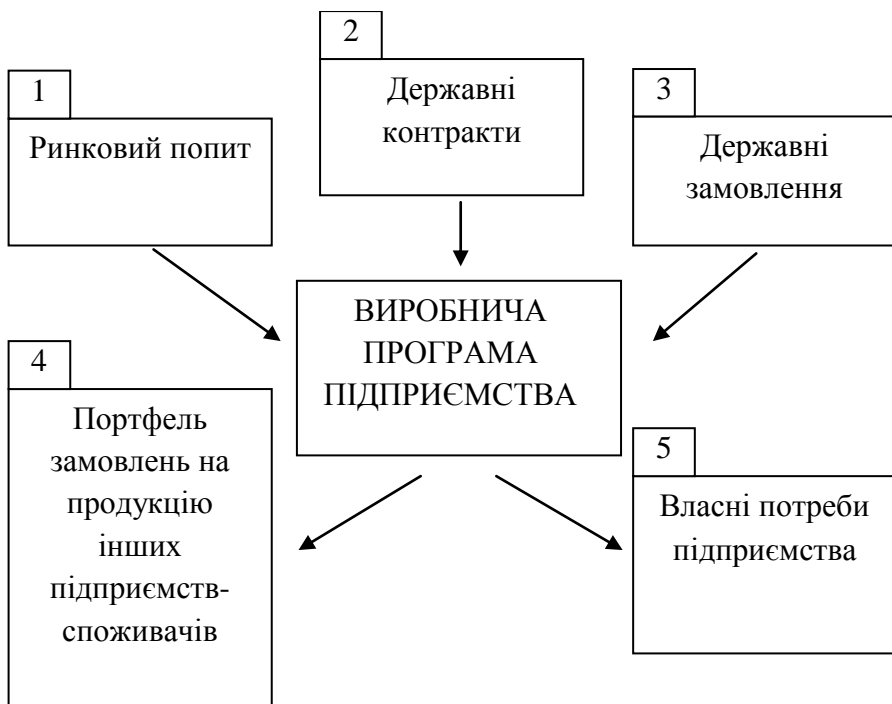


Рисунок 4.1 – Елементи формування програми підприємства

1. На підставі вивчення, аналізу і перспектив розвитку ринкового попиту, коли підприємством укладаються зі споживачами-покупцями угоди на постачання певних видів продукції.

2. Державні контракти є засобом забезпечення потреб споживачів, що фінансуються за рахунок Державного бюджету, та поновлення державного резерву.

3. Державні замовлення є засобом стимулювання збільшення виробництва у пріоритетних галузях, упровадження нових технологій, випуску дефіцитних видів продукції, державної підтримки важливих наукових

досліджень.

4. Портфель замовлень на продукцію інших споживачів формується на підставі контрактів між підприємствами-виробниками і підприємствами-споживачами та відображає його постійні прямі господарські зв'язки.

5. Частина продукції підприємства може споживатися безпосередньо ним самим. Тому виробнича програма повинна враховувати цю кількість.

В основу планування виробничої програми покладена система показників обсягу виробництва, яка включає *натуральні й вартісні показники*.

Натуральними показниками виробничої програми є обсяг продукції в натуральних одиницях із номенклатури і асортименту.

Номенклатура – це перелік назв окремих видів продукції, а **асортимент** – це різновидність виробів у межах даної номенклатури. Звичайно натуральні показники подають у фізичних одиницях виміру (штуки, тонни, метри тощо).

Номенклатура виробів підприємства може бути *централізованою* і *децентралізованою*. *Централізована* номенклатура формується шляхом укладання державних контрактів і державних замовлень. *Децентралізована* номенклатура формується підприємством самостійно на підставі вивчення ринкового попиту на свою продукцію та встановлення прямих контактів із споживачами шляхом укладання договорів поставок.

Обсяг виробництва продукції в натуральних вимірниках установлюють на підставі обсягу поставок:

$$OB = OP - Z_n + Z_k,$$

де *OB* – обсяг виробництва продукції, натур. од.;

OP – обсяг поставок, натур. од.;

Z_n, Z_k – запаси продукції на складі відповідно на початок і на кінець планового року, натур. од.

Вартісними показниками виробничої програми є обсяги товарної, валової, реалізованої, чистої продукції.

До **обсягу товарної продукції ТП** вносять готову продукцію, послуги, ремонтні роботи, капітальний ремонт свого підприємства, напівфабрикати і запчастини на сторону, капітальне будівництво для непромислових господарств свого підприємства, роботи, пов'язані з освоєнням нової техніки, тару, що не входить до гуртової ціни виробу.

Обсяг ТП, грн, визначають за формулою

$$ТП = \sum N_i \cdot C_i + P,$$

де N_i – випуск продукції i -го виду, натур. од.;

C_i – гуртова ціна підприємства одиниці виробу i -го виду, грн;

P – вартість робіт і послуг на сторону, грн;

Π – кількість видів продукції, що виготовляються на підприємстві.

До **валової продукції ВП**, грн, вносять усю продукцію у вартісному вираженні, незалежно від ступеня її готовності, і визначають за формулою

$$ВП = ТП - (НЗВ_n - НЗВ_k) - (I_n - I_k),$$

де $НЗВ_n, НЗВ_k$ – вартість залишків незавершеного виробництва відповідно на початок і кінець планового періоду, грн;

I_n, I_k – вартість інструменту для власних потреб відповідно на початок і кінець планового періоду, грн.

Реалізована продукція РП – це продукція, яка відвантажена споживачеві і за яку надійшли кошти на розрахунковий рахунок підприємства-постачальника або мають надійти у зазначений термін. Обсяг РП, грн, обчислюється за формулою

$$РП = ТП + (Г_n - Г_k) + (B_{нп} - B_{нк}),$$

де G_n, G_k – залишки готової нереалізованої продукції відповідно на початок і кінець планового року, грн;

$B_{нп}, B_{нк}$ – залишки продукції відвантаженої, за яку термін оплати не настав, і продукції на відповідальному зберіганні у покупців відповідно на початок і на кінець планового року, грн.

Обсяг **чистої продукції підприємства ЧП**, грн, обчислюється за формулою

$$ЧП = ТП - (M + A),$$

де M – матеріальні витрати на виробництво продукції, грн;

A – сума амортизаційних відрахувань за відповідний період, грн.

Чиста продукція підприємства може бути також обчислена як сума основної і додаткової заробітної плати робітників підприємства і прибутку.

4.2. Виробнича потужність підприємства

Виробнича потужність – це максимально можливий обсяг випуску продукції підприємством за певний час (зміну, добу, місяць, рік) у встановленій номенклатурі й асортименті при повному завантаженні

обладнання і виробничих площ.

Виробнича потужність визначається в **натуральних** одиницях при обмеженій номенклатурі виробів та у **вартісному** вираженні при широкому асортименті.

Чинники впливу на величину виробничої потужності підприємства:

- кількість обладнання;
- продуктивність обладнання;
- режим роботи підприємства;
- кваліфікаційний рівень робітників;
- структура основних фондів.

Розрахунок виробничої потужності є найважливішим етапом обґрунтування виробничої програми підприємства. На його підставі планують обсяги випуску продукції, складають баланси потужностей, визначають обсяги необхідних капіталовкладень.

Виробнича потужність підприємства визначається за всією номенклатурою продукції за показниками потужності провідних цехів основного виробництва, а потужність провідних цехів – за показниками потужності провідних дільниць; потужність останніх – за даними пропускнуої здатності провідних груп обладнання.

Провідними є ті цехи, дільниці, в яких виконуються головні і найбільш трудомісткі технологічні процеси.

Потужність провідного цеху можна розрахувати за формулою

$$ВП = \frac{\Phi_d \cdot N}{T_p}, \text{ або } ВП = П_p \cdot N \cdot \Phi_d,$$

де Φ_d – дійсний фонд часу роботи обладнання;

N – кількість однотипного обладнання;

T_p – трудомісткість одиниці продукції;

$П_p$ – продуктивність обладнання.

Розрізняють календарний, номінальний та дійсний фонди часу.

Календарний фонд часу – це $365 \cdot 24$ год.

Номинальний фонд часу – це $259 \cdot n \cdot 8$ год,

де n – кількість змін.

Дійсний фонд часу – це $\Phi_{ном} \cdot (1 - \alpha / 100)$,

де α – простої в ремонті, %.

Розрізняють вхідну, вихідну та середньорічну виробничі потужності.

Вхідна виробнича потужність $ВП_{вх}$ – це потужність на початок розрахункового періоду (року).

Вихідна виробнича потужність у вартісному вираженні – це потужність на кінець розрахункового періоду (року) $ВП_{вих}$, яка обчислюється за формулою

$$ВП_{вих} = ВП_{вх} + ВП_{введ} - ВП_{вив},$$

де $ВП_{вх}$ – виробнича потужність на початок періоду, грн;

$ВП_{введ}$ – введена в плановому періоді виробнича потужність, грн;

$ВП_{вив}$ – виведена за плановий період виробнича потужність, грн.

Середньорічна виробнича потужність $ВП_{сер.p}$ підприємства, цеху обчислюється за формулою

$$ВП_{сер.p} = ВП_{вх} + ВП_{введ} \cdot t/12 - ВП_{вив} (12-t)/12,$$

де t – кількість місяців експлуатації обладнання з певною потужністю впродовж року.

4.3. Обґрунтування виробничої програми виробничою потужністю

У разі якщо підприємство планує збільшити обсяг виробництва, необхідно провести економічне обґрунтування відповідності обсягів та потужності підприємства.

Механізм такий:

- 1) визначити максимально можливий випуск продукції з існуючих потужностей у плановому періоді;
- 2) якщо потужності не достатньо, провести розрахунки додаткової потреби в ній.

Порядок проведення розрахунків:

- а) визначити обсяг потужностей, яких не вистачає:

$$ВП_{пл} - ВП_{max},$$

де $ВП_{max} - ВП_{сер.р} \cdot K_v$,

де K_v – коефіцієнт використання потужності підприємства, що розраховується за формулою

$$K_v = K_{oc} \cdot K_c,$$

де K_{oc} – коефіцієнт освоєння потужностей вибирають у межах ($K_{oc} = 0,5-0,7$).

K_c – коефіцієнт для розрахунку середньорічної потужності ($K_c = 0,35$);

- б) визначити обсяг потужностей, яких не вистачає для виконання плану виробництва:

$$\Delta ВП = (ВП_{пл} - ВП_{max}) / (0,6 \cdot 0,35);$$

- в) скласти плановий баланс потужності підприємства.

4.4. Шляхи підвищення ефективності використання виробничої потужності

До основних напрямків покращання використання потужності підприємства можна віднести такі:

І. Підвищення продуктивності обладнання за рахунок:

- а) підвищення кваліфікації кадрів;
- б) покращання умов праці;

в) упровадження механізації основних та допоміжних процесів.

II. Збільшення ефективного фонду часу за рахунок:

- а) скорочення втрат часу з організаційних причин;
- б) скорочення часу на ремонт обладнання;
- в) скорочення нерегламентованих перерв.

**Питання для самоперевірки та контролю засвоєння
знань до розділу 2 з теми 4 «Виробнича програма
та виробнича потужність підприємства»**

1. Виробнича програма підприємства та її місце в загальній системі господарювання.
2. Елементи формування програми підприємства.
3. Натуральні показники виробничої програми та їх зміст.
4. Вартісні показники виробничої програми та їх зміст.
5. Виробнича потужність підприємства та її види.
6. Чинники впливу на величину виробничої потужності.
7. Обґрунтування виробничої програми виробничою потужністю.
8. Шляхи підвищення ефективності використання виробничої потужності.

Розділ 3

Трудові ресурси підприємства та оцінювання їх діяльності

Тема 5. Персонал підприємства і продуктивність праці

5.1. Поняття, класифікація та структура персоналу підприємства

Персонал підприємства – це сукупність постійних робітників, які одержали необхідну професійну підготовку та (або) мають практичний досвід і навички роботи.

Усі кадри підприємства поділяють на *промислово-виробничий персонал (ПВП)* і *непромисловий персонал (НПП)*. До ПВП належать зайняті в основних і допоміжних підрозділах підприємства; в заводських лабораторіях, дослідних установах, апарат заводоуправління, робітники охорони. До НПП належать зайняті у невиробничій сфері підприємства. Такий поділ персоналу на дві групи необхідний для узгодження трудових показників з показниками результатів трудової діяльності (під час визначення продуктивності праці враховується кількість ПВП), для розрахунків заробітної плати і формування фонду оплати праці.

Залежно від виконуваних функцій весь персонал підприємства поділяють на чотири категорії:

- робітники;
- службовці;
- спеціалісти;
- керівники.

Робітників залежно від ставлення до процесу створення продукції поділяють на **основних** (які безпосередньо беруть участь у процесі виготовлення

продукції) і **допоміжних** (які виконують функції обслуговування основного виробництва).

До *службовців* віднесені робітники, які здійснюють підготовку й оформлення документації, господарське обслуговування, облік і контроль (діловоди, архіваріуси, касири, коректори технічної документації, стенографісти, табельники, обліковці та ін.).

Спеціалістами вважаються робітники, які займаються інженерно-технічними, економічними та іншими роботами (інженери, бухгалтери, механіки, економісти, редактори, ревізори, психологи, товаровзнавці, соціологи, енергетики, юрисконсульти та ін.).

Керівники – це працівники, які займають керівні посади на підприємстві та в його структурних підрозділах. Це директори (генеральні директори), начальники, керуючі, завідувачі, головні спеціалісти, майстри, голови, а також заступники керівників, що займають перелічені посади. Важливою є класифікація персоналу за **професіями, спеціальностями, кваліфікацією**.

Професія характеризує вид трудової діяльності, що потребує спеціальних знань та практичних навичок.

Спеціальність виділяється в межах певної професії і характеризує відносно вузький різновид трудової діяльності. Кваліфікація характеризує якість, складність праці та є сукупністю спеціальних знань і навичок, що визначають ступінь підготовленості робітника до виконання професійних функцій, обумовленої складності.

За рівнем кваліфікації **робітників поділяють на чотири групи:**

- висококваліфіковані;
- кваліфіковані;
- малокваліфіковані;
- некваліфіковані.

Конкретний рівень кваліфікації робітників

визначають за допомогою тарифно-кваліфікаційних довідників і характеризується розрядами.

Рівень кваліфікації керівників, спеціалістів, службовців характеризується рівнем освіти, досвідом роботи.

Виділяють спеціалістів:

- *найвищої кваліфікації* (що мають наукові ступені та звання);
- *вищої кваліфікації* (зі значним досвідом практичної роботи та вищою спеціальною освітою);
- *середньої кваліфікації* (з певним практичним досвідом та середньою спеціальною освітою);
- *спеціалісти-практики* (не мають спеціальної освіти, але мають практичний досвід і займають відповідні посади).

На сьогодні співвідношення між категоріями персоналу на пересічному підприємстві України є приблизно таким: 18 % – керівники, спеціалісти, службовці; 82 % – робітники.

Необхідно розрізняти *списову, середньосписову* і *явкову* кількість робітників.

До списової кількості включають усіх постійних, тимчасових і сезонних робітників, прийнятих на роботу на один і більше днів, незалежно від того, чи перебувають вони на роботі, у відпустці, відрядженні, звільнені з роботи у зв'язку з непрацездатністю та ін.

Середньосписову кількість робітників за один місяць визначають, розраховують сумуванням списової кількості за всі дні місяця і діленням на число календарних днів у місяці.

Середньосписову кількість робітників за один квартал (рік) визначають як середньоарифметичну величину середньосписової кількості за відповідні місяці.

Явкова кількість – це всі робітники, які з'явилися на роботу.

5.2. Визначення потреби в кадрах

Обчислення планової потреби у робітниках підприємства розпочинається із визначення їх загальної кількості. Вона складається із кількості промислово-виробничого і непромислового персоналу.

Розрахунок планової кількості промислово-виробничого персоналу $K_{n.-в. н. пл}$ здійснюється за формулою

$$K_{n.-в. н. пл} = K_{n.-в. н. б} \cdot \frac{I_q}{I_{n.н}}$$

де $K_{n.-в. н. б}$ – базова кількість промислово-виробничого персоналу, осіб;

I_q – індекс збільшення обсягу виробництва в плановому році;

$I_{n.н}$ – запланований індекс збільшення продуктивності праці.

Планову кількість основних робітників $K_{o.р}$, осіб, визначають двома методами:

1. За трудомісткістю виробничої програми

$$K_{o.р} = \frac{T_{сум}}{\Phi_0 \cdot K_{в.н}}$$

де $T_{сум}$ – сумарна трудомісткість виробничої програми, нормо-год;

Φ_0 – дійсний фонд часу роботи робітника (визначається за балансом робочого часу);

$K_{в.н}$ – середній коефіцієнт виконання норм часу на підприємстві.

2. За нормами обслуговування

$$K_{o.р} = \frac{n \cdot Z_m \cdot K_{с.с}}{H_0}$$

де n – загальна кількість одиниць устаткування, що обслуговується, одиниць;

Z_m – кількість змін роботи устаткування;

$K_{c.c}$ – коефіцієнт спискового складу, який обчислюється як відношення явкової кількості робітників до спискової;

H_o – норма обслуговування на одного робітника, одиниць.

Планова кількість допоміжних робітників $Ч_{o,p}$ визначається аналогічно кількості основних робітників, якщо для них встановлені певні норми виробітку чи обслуговування. Якщо ж такі норми не встановлені, кількість допоміжних робітників обчислюється за формулою

$$K_{o,p} = n_o \cdot Z_m \cdot K_{c.c} \cdot H_o,$$

де n_o – кількість робочих місць допоміжних робітників;

H_a – кількість основних робітників, які одночасно обслуговують один складний агрегат.

Кількість керівників, спеціалістів, службовців визначається на підставі затвердженого на підприємстві штатного розпису, в якому встановлюється кількість робітників у кожній із зазначених груп згідно з діючими нормативами кількості.

Важливим моментом в обчисленні кількості робітників підприємства є правильне встановлення *дійсного (корисного) фонду часу роботи одного середньосписового робітника*. Цей фонд визначається шляхом складання *балансу робочого часу середньосписового робітника* (табл. 5.1).

Таблиця 5.1 – Баланс робочого часу робітника

Показник	Очікуваний результат
1. Кількість календарних днів	365
2. Вихідні і святкові дні	110

Продовження таблиці 5.1

Показник	Очікуваний результат
3. Номінальний фонд робочого часу	255
4. Цілоденні невиходи на роботу	
із них:	36
– чергові відпустки	21
– у зв'язку з непрацездатністю	6
– виконання державних обов'язків	2
– із дозволу адміністрації	1
– додаткові відпустки	3
– прогули	1
– цілоденні простої	1
– страйки	1
5. Явковий	219
6. Номінальна тривалість робочого дня, год	8,0
7. Внутрішньозмінні втрати робочого часу, год	0,35
8. Фактична тривалість робочого дня, год	7,65
9. Дійсний (корисний) фонд робочого часу за 1 рік, год	1 675,35

5.3. Продуктивність праці та методи її визначення

Продуктивність праці – це показник, що характеризує її ефективність і показує здатність робітників випускати певну кількість продукції за одиницю часу.

Розрізняють продуктивність *індивідуальної праці*, що відображає затрати лише живої праці робітників, і *продуктивність суспільної праці*, що відображає затрати

праці живої та уречевленої.

Рівень продуктивності праці характеризується показником виробітку, який показує кількість продукції, що вироблена за одиницю часу. Оберненим до виробітку є показник трудомісткості.

Методи визначення виробітку подані на рисунку 5.1.

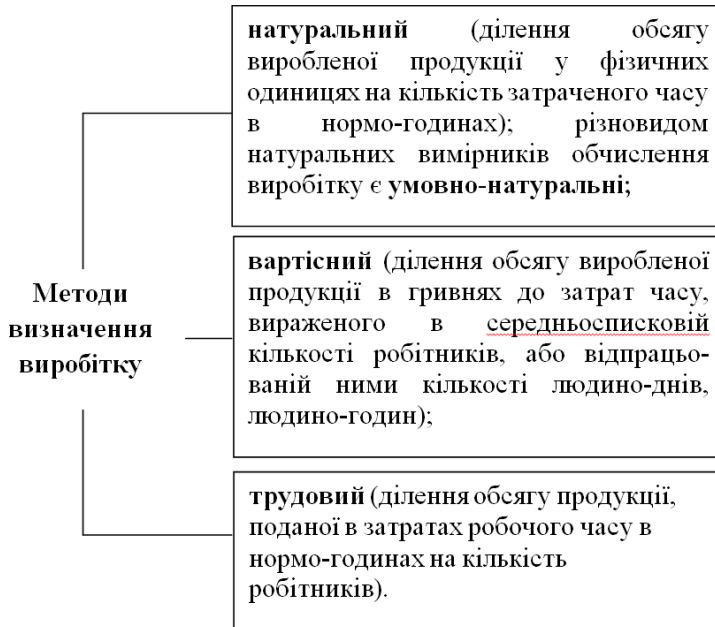


Рисунок 5.1 – Методи визначення виробітку

Планування продуктивності праці здійснюється за методом прямого рахунку та за пофакторним методом.

Метод **прямого рахунку** передбачає визначення планового рівня продуктивності праці $P_{n,пл}$ шляхом ділення запланованого обсягу випуску продукції у вартісному вираженні або в натуральних одиницях ($Q_{пл}$, або $N_{пл}$) на планову кількість промислово-виробничого

персоналу $K_{пл}$:

$$П_{п.пл} = \frac{Q_{пл}}{K_{пл}} \text{ або } \frac{N_{пл}}{K_{пл}}.$$

Пофакторний метод передбачає розрахунок приросту продуктивності праці через економію кількості робітників під впливом різних факторів.

Розрахунок планового рівня продуктивності праці здійснюється декількома етапами.

1. Обчислення економії робочої сили під впливом техніко-економічних факторів, що передбачають **підвищення технічного рівня виробництва** (механізація та автоматизація виробництва, застосування прогресивних технологій, модернізація обладнання, використання економічних видів сировини й матеріалів).

Економія робочої сили під впливом цього фактора $E_{техн.р}$, осіб, обчислюється так:

$$E_{техн.р} = \frac{(t_1 - t_2) \cdot N_{пл}}{\Phi_0 \cdot K_{в.н}} \cdot K_ч,$$

де t_1, t_2 – трудомісткість виготовлення одиниці продукції відповідно до і після впровадження технічного заходу, год;

$N_{пл}$ – плановий обсяг випуску продукції, натур. од.;

Φ_0 – дійсний річний фонд робочого часу одного робітника в плановому році, год;

$K_{в.н}$ – коефіцієнт виконання норм часу;

$K_ч$ – коефіцієнт часу, який визначають шляхом ділення кількості місяців дії заходу в плановому році на 12.

2. Структурні зрушення у виробництві (зміна питомої ваги окремих видів продукції у виробничій програмі, зміна питомої ваги кооперованих поставок).

Зміна кількості робітників у зв'язку із структурними зрушеннями у виробничій програмі $E_{стр.зр}$ визначається за формулою

$$E_{стр. зр} = \frac{(T_{\bar{\sigma}} - T_{пл}) \cdot Q_{пл}}{\Phi_{\bar{\sigma}} \cdot K_{в. н}},$$

де $T_{\bar{\sigma}}$, $T_{пл}$ – відповідно трудомісткість 1 млн грн продукції в базовому і плановому періодах, нормо-год;

$Q_{пл}$ – обсяг випуску продукції за планом, млн грн.

Зменшення кількості робітників за рахунок збільшення питомої ваги кооперованих поставок $E_{кооп. п.}$, розраховується за формулою

$$E_{кооп. п.} = \left(1 - \frac{100 - P_{пл}}{100 - P_{\bar{\sigma}}}\right) \cdot K_{\bar{\sigma}},$$

де $P_{\bar{\sigma}}$, $P_{пл}$ – питома вага кооперованих поставок відповідно в базовому і плановому періодах, %;

$K_{\bar{\sigma}}$ – базова кількість робітників, осіб.

3. Удосконалення управління, організації виробництва і праці (вдосконалення організаційної структури управління підприємством, упровадження нових методів організації праці, підвищення трудової дисципліни, зміна режиму роботи підприємства та ін.).

Економію кількості робітників завдяки вдосконаленню управління виробництвом $E_{вдоскон. упр}$, осіб, визначають так:

$$E_{вдоскон. упр} = \sum K C_{\bar{\sigma}} - \sum K C_{норм},$$

де $\sum K C_{\bar{\sigma}}$ – сумарна кількість керівників, спеціалістів і службовців у базовому періоді, осіб;

$\sum K C_{норм}$ – те саме за прогресивними нормами, прийнятими у плановому періоді, осіб.

Економію кількості робітників у результаті поліпшення використання робочого часу $E_{роб. ч.}$, осіб, можна обчислити так:

$$E_{роб. ч.} = \frac{D_{пл} - D_{\bar{\sigma}}}{D_{\bar{\sigma}}} \cdot K'_{ПВП} \cdot P_{роб},$$

де $D_b, D_{пл}$ – кількість робочих днів, відпрацьованих у середньому одним робітником відповідно в базовому і плановому періодах;

$K'_{ПВП}$ – вихідна кількість ПВП, скоректована з урахуванням впливу структурних зрушень у виробництві, осіб;

$P_{роб}$ – питома вага робітників у базовій кількості ПВП, %.

4. Зміна обсягу виробництва. Відносне зменшення кількості робітників при збільшенні обсягу виробництва, $E_{обсяг. вир}$, осіб, визначається за формулою

$$E_{обсяг. вир} = K_{б. ум.-пост} \cdot (\Delta Q - \Delta K_{ум.-пост}) / 100,$$

де $K_{б. ум.-пост}$ – базова кількість умовно-постійного персоналу (ПВП мінус основні робітники), осіб;

ΔQ – приріст обсягу виробництва, %;

$\Delta K_{ум.-пост}$ – приріст кількості умовно-постійного персоналу, %.

5.4. Фактори підвищення продуктивності праці та їх зміст

Фактори та резерви росту продуктивності праці

На розмір продуктивності праці впливають такі фактори, які можна поділити на чотири групи:

- матеріально-технічні;
- організаційні;
- економічні;
- соціальні.

Матеріально-технічні фактори передбачають:

- використання прогресивних технологій;
- використання продуктивного обладнання;
- використання передових конструктивних матеріалів.

Організаційні фактори передбачають:

- підвищення рівня спеціалізації, кооперації та концентрації виробництва;
- удосконалення організації виробництва;
- удосконалення системи управління підприємством.

Економічні фактори передбачають:

- удосконалення системи оплати праці;
- удосконалення фінансово-кредитного механізму;
- участь робітників у прибутках.

Соціальні фактори передбачають:

- створення нормальних умов праці;
- покращання системи підготовки кадрів; створення гарного морально-психологічного клімат у колективі.

Питання для самоперевірки та контролю засвоєння знань до розділу 3 з теми 5 «Персонал підприємства та продуктивність праці»

1. Персонал підприємства і його класифікація.
2. Класифікація персоналу за професіями, спеціальностями, кваліфікацією.
3. Методи визначення потреби в кадрах і їх зміст.
4. Фонди часу та їх зміст.
5. Продуктивність праці та методи її визначення.
6. Методи визначення виробітку.
7. Пофакторний метод розрахунку та його зміст.
8. Матеріально-технічні фактори підвищення продуктивності праці.
9. Організаційні фактори підвищення продуктивності праці.
10. Економічні фактори підвищення продуктивності праці.

Тема 6. Оплата праці на підприємстві

6.1. Поняття терміна «оплата праці», її складові та функції

Оплата праці – це грошове вираження вартості й ціни робочої сили, яке виплачують робітникам за виконану роботу або надані послуги, спрямоване на мотивацію досягнення бажаного рівня продуктивності праці.

Оплата праці має важливе значення як для робітників, для більшості з яких вона є основним джерелом доходів, так і для підприємства, оскільки частка заробітної плати в додатковій вартості досить вагома, витрати на оплату праці в сукупних витратах на виробництво продукції досить значні.

Заробітна плата робітника незалежно від виду підприємства визначається його особистим трудовим внеском, залежить від кінцевих результатів роботи підприємства, регулюється податками і максимальними розмірами не обмежується.

Розміри, порядок нарахування і виплати заробітної плати регулюються чинним законодавством України, відповідними указами і постановами, галузевими інструкціями.

Оплата праці складається з *основної заробітної плати* і *додаткової заробітної плати*, які перебувають приблизно у співвідношенні: 70 % – основна заробітна плата, 30 % – додаткова.

Основна заробітна плата робітника визначається тарифними ставками, посадовими окладами, відрядними розцінками, а також доплатами у розмірах, установлених чинним законодавством. Її розмір залежить від результатів роботи самого робітника.

Розмір *додаткової заробітної плати* визначається кінцевими результатами діяльності підприємства і є формою премії, винагороди, заохочувальної виплати, а також доплати розмірами, що перевищують установлені чинним законодавством.

Заробітна плата виконує такі функції (рис. 6.1):

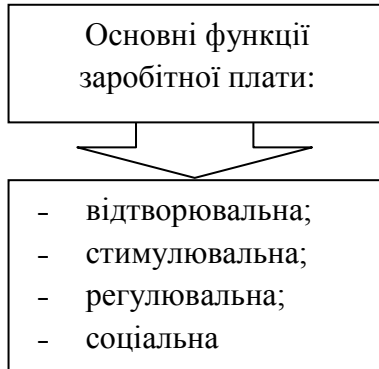


Рисунок 6.1 – Функції заробітної плати

Відтворювальна функція заробітної плати полягає в тому, що вона забезпечує нормальне відтворення робочої сили відповідної кваліфікації.

Стимулююча функція передбачає встановлення таких розмірів оплати праці, які б спонукали робітників до підвищення продуктивності праці, досягнення найкращих результатів на робочих місцях.

Регулювальна функція оплати праці реалізує принцип диференціації рівня заробітної плати залежно від кваліфікації, складності праці, напруженості завдань, фаху.

Соціальна функція спрямована на забезпечення однакової оплати праці за однакоvu роботу, тобто реалізацію принципу соціальної справедливості щодо одержуваних доходів.

6.2. Тарифна система, її елементи та зміст

Конкретна диференціація заробітної плати робітників підприємства відбувається за допомогою тарифної системи, що є сукупністю таких елементів:

- тарифні сітки;
- тарифні ставки;
- тарифно-кваліфікаційні довідники;
- система посадових окладів.

Тарифна сітка є сукупністю кваліфікаційних розрядів і відповідних їм тарифних коефіцієнтів.

Тарифна ставка – це розмір заробітної плати за фактично виконану роботу за одиницю часу.

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

Тарифні ставки інших розрядів C_i , грн, визначаються множенням тарифної ставки першого розряду (C_1) на тарифний коефіцієнт відповідного тарифного розряду (K_i):

$$C_i = C_1 \cdot K_i.$$

Тарифно-кваліфікаційні довідники містять систему «цензів», яким повинні відповідати робітники певної професії та кваліфікації.

«Цензи» – це вимоги, яким повинен задовольняти робітник кожної професії (спеціальності) і кожної кваліфікації. Таких «цензів» є три:

- *що робітник повинен знати;*
- *що робітник повинен уміти;*
- *зразок роботи, яку робітник повинен виконати.*

Система посадових окладів передбачає тарифне регулювання заробітної плати керівників, спеціалістів і службовців.

6.3. Погодинна форма оплати праці та її системи

На підприємствах найчастіше використовують дві форми оплати праці: *погодинну* і *відрядну*.

Погодинна форма передбачає оплату праці залежно від відпрацьованого часу та рівня кваліфікації. Її застосовують тоді, коли недоцільно нормувати роботи або вони взагалі не піддаються нормуванню.

Погодинна форма охоплює такі системи оплати праці, як:

1. *Пряма погодинна*. Заробіток за цієї системи $Z_{пр. пог}$, грн, обчислюється:

$$Z_{пр. пог} = \Phi_{міс} \cdot C_{г},$$

де $\Phi_{міс}$ – фактично відпрацьований за один місяць час, год/міс.;

$C_{г}$ – годинна тарифна ставка за розрядом робітника, грн.

2. *Погодинно-преміальна система*, за якої заробіток $Z_{п.-прем}$, год, обчислюється:

$$Z_{п.-прем} = Z_{тар} + Д,$$

де $Z_{тар}$ – сума заробітку, нарахованого за прямою погодинною системою оплати праці, грн;

$Д$ – сума преміальних доплат за досягнення певних якісних або кількісних показників, грн.

Сума доплат $Д$, грн, визначається із залежності

$$Д = \frac{Z_{тар} \cdot \% \text{ доплат}}{100}.$$

Система посадових окладів є різновидом погодинно-преміальної системи. За цією системою оплачується робота робітників, що має стабільний характер.

6.4. Відрядна форма оплати праці та її системи

Відрядна форма передбачає залежність суми заробітку від кількості виготовлених виробів або обсягу виконаних робіт за певний проміжок часу.

Відрядна форма охоплює такі системи, як:

1. *Пряма відрядна.* Заробіток $Z_{пр. відр}$, грн, при цьому обчислюється за формулою

$$Z_{пр. відр} = \sum_1^n P_i \cdot N_{\phi i},$$

де P_i – відрядна розцінка за виготовлення одного виробу i -го виду, грн/шт.;

$N_{\phi i}$ – фактична кількість виробів i -го виду, виготовлених робітником за певний час (найчастіше 1 місяць), шт.;

n – кількість видів виробів.

У свою чергу, P_i , грн, обчислюється за формулою

$$P_i = T_{ум i} \cdot C_i,$$

де $T_{ум i}$ – час на виготовлення одного виробу i -го виду, год;

C_i – годинна тарифна ставка за розрядом робітника, грн.

У «чистому вигляді» ця система на практиці майже не використовується, оскільки вона матеріально не стимулює досягнення високих кінцевих результатів.

2. *Відрядно-преміальна.* Сума заробітку $Z_{в.-прем}$, грн, за цієї системи визначається із залежності

$$Z_{в.-прем} = Z_{тар. в} + D_в,$$

де $Z_{тар. в}$ – тарифний заробіток робітника за прямої відрядної системи оплати праці, грн;

$D_в$ – сума преміальних доплат, що обчислюється за формулою

$$D_{\text{в}} = Z_{\text{мар. в}} \cdot \frac{П_1 + П_2 \cdot П_{\text{н. н}}}{100},$$

де $П_1$ – відсоток доплат за виконання плану;

$П_2$ – відсоток доплат за кожний відсоток перевиконання плану;

$П_{\text{н. н}}$ – відсоток перевиконання плану.

Відсоток перевиконання плану обчислюється за формулою

$$П_{\text{н/н}} = \frac{N_{\text{ф}} - N_{\text{пл}}}{N_{\text{пл}}} \cdot 100\%,$$

де $N_{\text{ф}}$, $N_{\text{пл}}$ – відповідно фактичний і плановий обсяг випуску продукції за місяць, шт./міс.

3. *Відрядно-прогресивна*. Заробітна плата $Z_{\text{в.-прогр}}$, грн, обчислюється за формулою

$$Z_{\text{в.-прогр}} = N_{\text{в.б}} \cdot P_{\text{зв}} + (N_{\text{ф}} - N_{\text{вб}}) \cdot P_{\text{підв}},$$

де $N_{\text{в.б}}$ – вихідна база для нарахування доплат (установлюється на рівні 110–115 % $N_{\text{пл}}$), шт./міс.;

$P_{\text{зв}}$ – звичайна розцінка за один виріб, грн/шт.;

$P_{\text{підв}}$ – підвищена розцінка за один виріб, грн/шт.

Підвищена розцінка за один виріб обчислюється за формулою

$$P_{\text{підв}} = P_{\text{зв}} \cdot \left(\frac{1 + \% \text{росту}}{100} \right).$$

Відсоток підвищення розцінки визначається зі шкали залежно від відсотка перевиконання вихідної бази. Така шкала розробляється і затверджується підприємствами самостійно.

4. *Непряма відрядна*. Використовується під час оплати праці допоміжних робітників і підсобників.

5. *Акордна система*. Передбачає встановлення розцінки робітникові або групі робітників не за окремі вироби чи операції, а за весь обсяг робіт із визначенням

кінцевого терміну його виконання. Ця система заохочує до скорочення термінів виконання робіт і тому використовується при ремонтних роботах, ліквідації наслідків аварій тощо.

6. *Контрактна система оплати праці* ґрунтується на укладанні договору між роботодавцем і виконавцем, в якому обумовлюються режим та умови праці, права та обов'язки сторін, рівень оплати праці та інше. Договір може оплачувати час знаходження виконавця на підприємстві, фірмі (погодинна оплата праці) або конкретне виконане завдання (відрядна оплата).

7. *Система участі в прибутках* передбачає розподіл певної частини прибутку підприємства між його робітниками. Такий розподіл може проводитись у формі грошових виплат або розповсюдження акцій між робітниками підприємства. Упровадження такої системи спричинене тим, що існуючі системи оплати праці не викликають у робітників реальної зацікавленості у значних загальних результатах роботи підприємства.

Питання для самоперевірки та контролю засвоєння знань до розділ 3 з теми 6 «Оплата праці на підприємстві»

1. Поняття терміна «оплата праці» та її складові.
2. Функції заробітної плати і їх зміст.
3. Тарифна система, її елементи та зміст.
4. Погодинна форма оплати праці, її системи та зміст.
5. Відрядна форма оплати праці, її системи та зміст.

Розділ 4

Фінансові ресурси підприємства, їх зміст та ефективність використання

Тема 7. Собівартість продукції підприємства

7.1. Поняття собівартості, методи класифікації витрат та їх зміст

Усі витрати підприємства (*загальні витрати*) поділяють на поточні (*операційні*) та *інвестиційні*.

Собівартість – це **поточні витрати** підприємства в грошовій формі, пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), яка забезпечує основну частку його доходу.

Витрати виробництва подають у натуральній і вартісній формах.

Собівартість – це дуже важливий показник у роботі підприємства, тому що:

1. Собівартість характеризує всі витрати на виробництво і реалізацію продукції, зокрема ефективність використання ресурсів підприємства.

2. Собівартість є базою для формування оптової ціни на продукцію.

3. Зниження собівартості призводить до збільшення прибутку підприємства.

В основу класифікації витрат, що формують собівартість продукції, покладено такі ознаки:

I. Ступінь однорідності витрат.

Усі витрати за цією ознакою поділяють на:

- **одноелементні (прості)** – сировина і матеріали, паливо та енергія на технологічні цілі, заробітна плата основних робітників тощо; ці витрати мають єдиний

економічний зміст;

- **комплексні** – різнорідні витрати, які за своїм складом охоплюють декілька простих елементів витрат і які ще називають непрямими (загальновиробничі витрати, адміністративні витрати, втрати від браку, поза виробничі витрати).

II. Спосіб віднесення на окремі види продукції.

Залежно від способу віднесення на собівартість продукції витрати поділяють на прямі та непрямі:

- **прямі** – це витрати, безпосередньо пов'язані з виготовленням даного виду продукції і можуть бути прямо віднесені на її одиницю на основі норм витрат;

- **непрямі** – це витрати, пов'язані з виготовленням різних виробів і не можуть прямо відноситись на той чи інший вид продукції, і тому їх визначення відбувається пропорційно вибраній базі. Як правило, їх розподіляють пропорційно сумі витрат на заробітну плату основних робочих (до них належать загальновиробничі витрати, адміністративні витрати тощо).

III. Залежно від характеру зміни обсягу виробництва витрати поділяються на постійні та змінні:

- **постійні** – це витрати, загальна сума яких не залежить від кількості виготовленої продукції в певних межах; до них належать витрати на утримання та експлуатацію обладнання, будівель і споруд тощо.

У складі постійних розрізняють умовно-постійні витрати, що неістотно змінюються під час зміни обсягу виробництва.

Під час збільшення обсягів виробництва умовно-постійні витрати зменшуються в розрахунку на одиницю продукції;

- **змінні** – це витрати, загальна сума яких залежить від

обсягу виробництва продукції; і які поділяються на пропорційні і непропорційні:

– *пропорційні* – змінюються прямо пропорційно до зміни обсягу виробництва – сировина, матеріали, комплектувальні, відрядна заробітна плата;

– *непропорційні* – поділяються на прогресуючі і дегресуючі.

IV. За економічними елементами та калькуляційними статтями.

За економічними елементами витрати формуються відповідно до їх економічного змісту.

Елементи витрат на виробництво передбачають:

▶ Матеріальні витрати (сировина, матеріали, комплектувальні, напівфабрикати, паливо, енергія, тара; віднімається вартість повернутих відходів).

▶ Оплату праці (всі форми основної заробітної плати штатного і позаштатного виробничого персоналу підприємства).

▶ Відрахування на соціальні заходи (включають відрахування на пенсійне забезпечення, на соціальне страхування, страхування на випадок безробіття, на індивідуальне страхування; величина відрахувань установлюється у відсотках від витрат на оплату праці).

▶ Амортизацію основних фондів і нематеріальних активів (амортизаційні відрахування на повне відтворення основних фондів за нормами від балансової вартості, інших необоротних матеріальних активів та нематеріальних активів).

▶ Інші операційні витрати (вартість робіт, послуг сторонніх підприємств, сума податків, зборів, крім податків на прибуток, утрати від курсових різниць, знецінення запасів, псування цінностей, сума фінансових санкцій тощо).

Класифікація витрат за економічними елементами

необхідна:

- для складання кошторису витрат на виробництво продукції за рік, квартал;
- для визначення потреби підприємства в матеріальних та фінансових ресурсах.

У той самий час наведена класифікація не дозволяє визначити собівартість одиниці продукції, де використовується класифікація витрат за статтями калькуляції.

Статті калькуляції – це витрати, що відрізняються між собою функціональною роллю у виробничому процесі і місця виникнення. За статтями витрат визначають собівартість одиниці продукції, тобто калькуляцію.

Номенклатура калькуляційних статей наведена нижче (рис. 7.1), а склад окремих статей формується таким чином:

1. Стаття «Сировина та матеріали» передбачає витрати на сировину, основні й допоміжні матеріали, куповані вироби та напівфабрикати, а також транспортно-заготівельні витрати; вартість зворотних відходів віднімається за ціною їх можливого використання чи реалізації.

2. Стаття «Паливо й енергія на технологічні цілі» вміщує витрати на паливо, електроенергію, пару та ін., безпосередньо використовувані в технологічному процесі, за нормами витрат, тарифами і цінами.

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

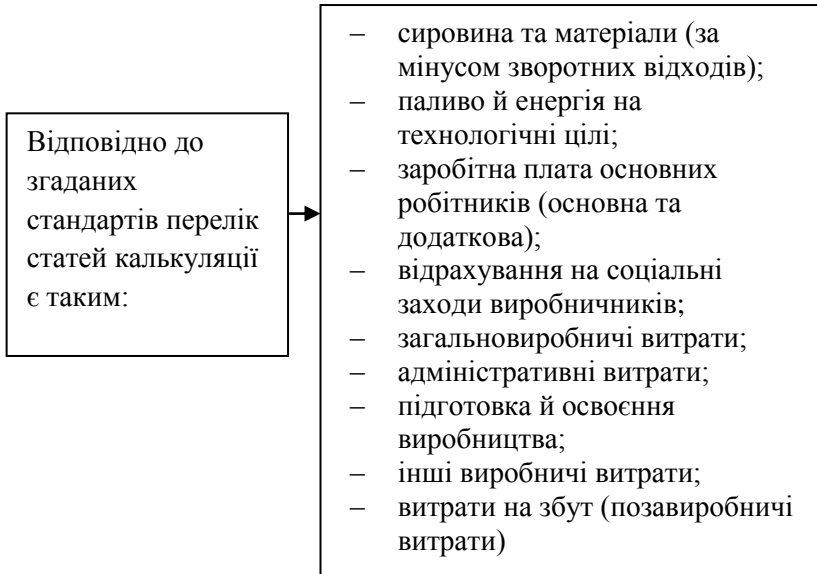


Рисунок 7.1 – Номенклатура статей калькуляції

4. Стаття «Відрахування на соціальні заходи виробників» вміщує відрахування на обов'язкове соціальне та пенсійне страхування; встановлюються у відсотках від основної і додаткової заробітної плати.

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

6. Стаття «Адміністративні витрати» відображає

загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням підприємства; до них належать витрати на утримання адміністративно-управлінського персоналу, витрати на їх службові відрядження, витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів загальногосподарського призначення (оренда, амортизація, ремонт, комунальні послуги), охорона, юридичні, аудиторські, транспортні послуги, поштово-телеграфні, канцелярські витрати та ін.; обчислюються згідно з встановленими нормами, тарифами й цінами.

7. Стаття «Підготовка та освоєння виробництва»

містить витрати на освоєння нових підприємств, цехів; підготовку та освоєння нової продукції; підготовчі роботи в добувній промисловості; списуються на продукцію рівними частками за встановлений період їхнього відшкодування.

8. Стаття «Інші виробничі витрати» вміщує сплату відсотків за короткотермінові позики банків, оплату робіт із сертифікації та інші витрати, які вносять у собівартість продукції, але які не віднесені до перелічених раніше статей.

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

Сума перших *п'яти* статей становить **цехову собівартість продукції**, *восьми* – **виробничу** й *усіх статей* – **повну собівартість продукції**.

Класифікація витрат за статтями калькуляції дозволяє:

- визначити собівартість окремого виробу;
- оцінити матеріалоємність, енергоємність, трудомісткість виробу.

Проте в *економічній практиці* для більш повного і точного врахування усіх видів витрат на виробництво та збут продукції при складанні калькуляції може використовуватися більш детальна класифікація калькуляційних статей. Вона враховує витрати на:

- сировину та матеріали (за мінусом зворотних відходів);
- куповані напівфабрикати та комплектувальні вироби;
- паливо й енергію на технологічні цілі;
- заробітну плату основних виробничників;
- відрахування на соціальні заходи із заробітної плати основних виробничників;
- підготовку й освоєння виробництва продукції;
- зношування інструмента і пристосувань цільового призначення та інші спеціальні витрати;
- утримання й експлуатацію машин та устаткування;
- загальновиробничі витрати;
- загальногосподарські витрати;
- втрати внаслідок технологічно неминучого браку;
- інші виробничі витрати;
- позавиробничі (комерційні) витрати.

Відмінність статей калькуляції від аналогічних елементів витрат полягає в тому, що в першому випадку враховують лише витрати на даний виріб, а в другому – всі витрати підприємства, незалежно від того, де і на які потреби вони були здійснені.

7.2. Поняття структури собівартості, види собівартості та їх зміст

Відповідно до етапів формування витрат залежно від ступеня готовності продукції розрізняють:

- технологічну собівартість;
- цехову собівартість;
- виробничу собівартість;
- повну собівартість.

Технологічна собівартість – це сума витрат, безпосередньо пов'язаних із виконанням технологічних операцій (перші 8 статей калькуляції).

Цехова собівартість вміщує технологічну собівартість та статтю «Загальновиробничі витрати».

Виробнича собівартість – цехова собівартість та 10–12 статті калькуляції.

Повна собівартість – усі статті калькуляції.

Собівартість може бути *плановою* або *фактичною*.

Планова собівартість розраховується на основі норм використання сировини матеріалів палива та енергії, а також норм часу й нормативів витрат на управління та обслуговування виробництва.

Фактична собівартість визначається фактичними витратами на виробництво та реалізацію продукції.

7.3. Планування собівартості продукції.

Шляхи та значення зниження собівартості продукції

Основна мета планування собівартості продукції – це визначення оптимального рівня витрат на виробництво з урахуванням ефективного використання матеріальних трудових та фінансових ресурсів.

До основних показників плану щодо собівартості

продукції відносять:

1. Кошторис витрат на виробництво.

2. Собівартість товарної продукції.

3. Витрати на 1 грн товарної продукції ($V_{1 \text{ грн } m. n}$), к./грн:

$$V_{1 \text{ грн } m. n} = \frac{C_{m. n}}{Q_{m. n}},$$

де $C_{m. n}$ – собівартість усієї товарної продукції підприємства, грн;

$Q_{m. n}$ – обсяг товарної продукції підприємства, грн.

4. Собівартість окремих видів продукції (визначається на підставі калькуляцій собівартості окремих видів продукції).

5. Зниження витрат на 1 грн товарної продукції (використовується на підприємствах зі сталим асортиментом продукції).

Джерелами зниження собівартості продукції є ті витрати, за рахунок економії яких знижується собівартість продукції, а саме:

– витрати на здешевлення праці, що можуть бути знижені за рахунок поліпшення використання засобів і предметів праці;

– витрати живої праці, які можуть бути скорочені за рахунок зростання продуктивності праці;

– адміністративно-управлінські витрати.

Основними шляхами зниження собівартості продукції є скорочення тих витрат, що мають найбільшу питому вагу у її структурі.

До основних шляхів зниження собівартості відносять:

– удосконалення конструктивних та технологічних характеристик виробів;

– покращання використання основних фондів та оборотних фондів;

– зростання продуктивності праці;

– удосконалення організації виробництва.

**Питання для самоперевірки та контролю засвоєння
знань до розділу 4 з теми 7 «Собівартість продукції
підприємства»**

1. Економічна сутність собівартості. Мета і значення обліку.
2. Види собівартості.
3. Класифікація витрат на виробництво.
4. Кошторис витрат промислового підприємства: поняття, склад, характеристика.
5. Калькуляційний розріз витрат промислового підприємства (поняття, склад, характеристика).
6. Які існують види калькуляції?
7. Класифікація витрат промислового підприємства за структурою (поняття, приклади).
8. Класифікація витрат промислового підприємства залежно від обсягу виробництва (поняття, приклади).
9. Види витрат залежно від способу належності до собівартості продукції (поняття, приклади).
10. У чому полягає суть основних методів розподілу непрямих статей витрат?
11. Охарактеризуйте витрати щодо собівартості одиниці продукції (поняття, приклади).
12. Охарактеризуйте методи обліку та калькулювання фактичної собівартості.
13. Як складається планова калькуляція?
14. Основні показники планування собівартості.
15. Основні шляхи зниження собівартості.

Тема 8. Ціни та ціноутворення на підприємстві

8.1. Поняття та функції ціни, її складові елементи

Ціна – це грошове вираження вартості товару, кількість грошей, яку сплачують або одержують за одиницю товару або послуги.

Ціна виконує такі функції (рис. 8.1).

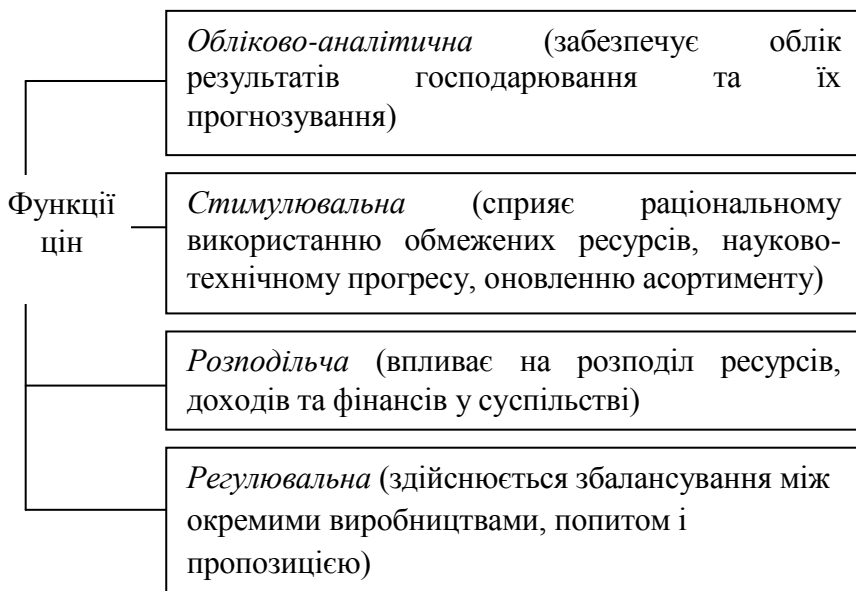


Рисунок 8.1 – Функції цін і їх призначення

Обліково-аналітична функція полягає в тому, що через ціну вимірюється вартість та ведеться облік обсягів виготовленої і реалізованої продукції та витрат окремих видів ресурсів (матеріальних, енергетичних, трудових) на її

виробництво.

Розподільча функція полягає в тому, що через ціну відбувається перерозподіл доходів різних економічних суб'єктів (населення, підприємство, держава).

Стимулювальна функція полягає в стимулюванні виробництва нових видів продукції, підвищення її якості. Цю функцію використовують для мотивації раціонального використання ресурсів і підвищення ефективності господарювання.

Регулювальна функція полягає в збалансуванні попиту та пропозиції.

Ціна на будь-який товар складається з окремих елементів. Основними з них є собівартість і прибуток. Їх наявність у ціні є обов'язковою. Крім того, до складу ціни можуть входити:

- акцизний збір;
- податок на додану вартість;
- націнювання постачальницько-збутових організацій;
- торговельні надбавки або знижки.

8.2. Види цін та ознаки їх класифікації

Залежно від особливостей процесу купівлі-продажу та сфери економіки розрізняють такі ціни (рис. 8.2):

Світові ціни – це ціни, за якими реалізуються товари на світовому ринку; визначаються рівнем цін країни-експортера, цінами бірж та аукціонів, цінами провідних фірм-виробників світу.

Гуртові (відпускні) ціни – це ціни, за якими державні, колективні та приватні підприємства розраховуються між собою або з гуртовими посередниками за великі партії товарів. Гуртові ціни поділяють на гуртові ціни підприємства та гуртові ціни реалізації.

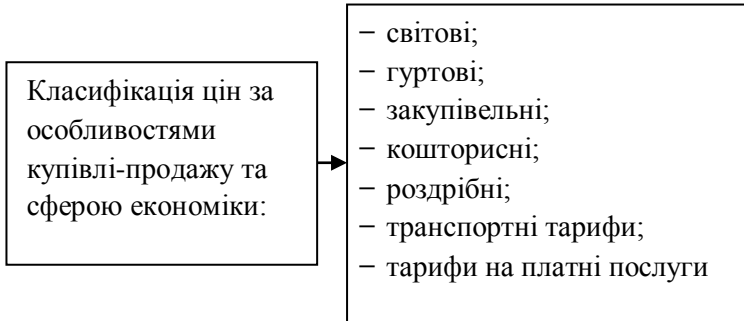


Рисунок 8.2 – **Класифікація цін**

Закупівельні ціни, за якими сільськогосподарські виробники (кооперативні, колективні, державні, фермерські, особисті підсобні господарства) продають свою продукцію державним, кооперативним, переробним, торговельним та іншим фірмам. Закупівельні ціни використовують також під час заготівлі продукції хутового звірівництва, рибництва, вторинної сировини.

Закупівельні ціни враховують гуртову ціну підприємства-виробника, податок на додану вартість, акцизний та ліцензійний збори, а також витрати зазначених підприємств для закупівлі, збереження, фасування, транспортування і реалізації продукції та прибутку.

Кошторисні ціни – ціни та розцінки, що використовують для визначення розрахункової вартості нового будівництва, реконструкції будівель та споруд, їх розширення та переоснащення.

Роздрібні ціни – ціни, за якими здійснюється продаж товарів населенню торговельними підприємствами або закладами громадського харчування. Такі ціни встановлюються підприємствами самостійно, виходячи із якості товару, кон'юнктури ринку, ціни закупівлі.

Транспортні тарифи – це плата за перевезення

пасажирів або вантажів, що сплачується транспортним підприємствам населенням або відправниками вантажів.

Тарифи на платні послуги – це розмір оплати житлових, юридичних, комунальних, туристичних, банківських, побутових та інших послуг, які надають юридичні або фізичні особи.

При формуванні гуртової ціни підприємства до собівартості продукції, поданої у формі калькуляції, додаються: величина прибутку, податок на додану вартість, акцизний збір.

Величина *прибутку* встановлюється, виходячи з норми рентабельності на продукцію.

Податок на додану вартість (ПДВ) є видом універсального акцизу, що встановлюється за єдиною ставкою до всього обороту. Це основний вид непрямого оподаткування, що забезпечує основну масу податкових надходжень до бюджету. ПДВ устанавлюється у вигляді відсоткової надбавки до цін.

В Україні встановлена єдина ставка ПДВ – 20 %.

Акцизний збір (АЗ) є видом специфічних акцизів, що встановлюються за індивідуальними ставками для кожного товару. Перелік підакцизних товарів і ставки акцизного збору встановлюються Верховною Радою.

Сума гуртової ціни підприємства і постачальницько-збутової націнки є **гуртовою ціною реалізації**. Поста- чальницько-збутова націнка враховує витрати і прибуток постачальницько-збутових організацій.

Роздрібна ціна враховує гуртову ціну реалізації і торговельну надбавку (знижку). Торговельна надбавка покриває витрати торговельних організацій і забезпечує їм одержання прибутку. Крім того, роздрібні ціни можуть включати спеціальні надбавки за якісні характеристики товару, додаткові послуги тощо.

За способом установлення **ціни** поділяють на:

- *державні* (встановлює держава на продукцію державних підприємств, деякі ресурси, соціально значущі товари; поділяють на *фіксовані* і *регульовані*).

Розмір державних *фіксованих цін* визначається рівнем рентабельності виробництва продукції в певних галузях.

Регульовані ціни є перехідною ланкою від адміністративного встановлення цін до ринкових договірних та вільних цін. Регулювання цін здійснюється за такими основними принципами:

- встановлюються нормативи рентабельності, розміри ставок податку і торговельних надбавок;

- встановлюються гранично високий рівень роздрібних цін на окремі товари; конкретні ціни встановлюються підприємствами-виробниками самостійно;

- граничні надбавки або коефіцієнти до фіксованих цін;

- договірні (встановлюють за домовленістю між продавцем і покупцем товару і можуть змінюватися за взаємною згодою сторін);

- вільні (встановлюють підприємства самостійно або на договірній основі з урахуванням попиту і пропозиції на ринку товарів; орієнтовані на економічну зацікавленість виробників у розширенні асортименту товарів та запобігання ажіотажному попиту і спекуляції); формуються, виходячи з вартості закупівель продукції за гуртовими цінами і торговельних надбавок;

- ввізні (встановлюють на імпорتنі підакцизні товари, що оподатковуються податком на додану вартість (ПДВ) і підлягають обкладанню ввізним митом; основою розрахунків таких цін є митна вартість товарів, виражена в національній валюті).

На рівень ціни впливають ринкова кон'юнктура й

такі чинники: державне регулювання, конкуренція виробників, купівельна спроможність грошей, якість товару та інші.

8.3. Методи ціноутворення на продукцію та їх зміст

Ураховуючи ці чинники, прийняту підприємством ринкову стратегію для встановлення оптимального рівня цін, використовують такі методи ціноутворення:

1. Метод «витрати + прибуток». За цим методом ціна C , грн, обчислюється за формулою

$$C = C + П,$$

де C – собівартість продукції, грн;

$П$ – величина прибутку в ціні, грн.

Прибуток визначається у відсотках до собівартості продукції величина яких устанавлюється, виходячи з міркувань прибутковості та конкурентоспроможності. В ринковій економіці сфера застосування цього методу обмежена.

2. Одержання цільової норми прибутку – метод ціноутворення, орієнтований на витрати й цільову норму прибутку. Фірми намагаються встановити ціну, враховуючи в ній прибуток, що планується у відсотках на інвестований капітал. За цих умов використовується концепція беззбитковості, і при встановленні ціни C , грн, за цією методикою враховується залежність між загальними витратами й прибутком та обсягом продажу:

$$C = B_{зм} + \frac{B_{пост} + П_{заг}}{N},$$

де $B_{зм}$ – величина змінних затрат на одиницю продукції, грн;

$B_{пост}$ – постійні витрати на дану продукцію за певний період (рік), грн;

$P_{заг}$ – загальна сума прибутку, що повинна бути одержана за той самий період від продажу продукції, грн;

N – обсяг продажу продукції в натуральних одиницях.

3. Установлення ціни на підставі орієнтації на попит.

4. Установлення ціни з орієнтацією на ціни конкурентів.

5. Установлення ціни за результатами закритих торгів (ціни встановлює споживач).

6. Установлення ціни на аукціоні (ціну встановлює продавець).

Питання для самоперевірки та контролю засвоєння знань до розділу 4 з теми 8 «Ціна та ціноутворення на підприємстві»

1. Поняття і функції ціни та їх зміст.
2. Види цін та ознаки їх класифікації.
3. Механізм формування цін.
4. Формування цін за способом установлення.
5. Методи ціноутворення на продукцію та їх зміст.

Тема 9. Фінанси, прибуток та рентабельність

9.1. Поняття фінансів підприємства, види фінансових відносин

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

Фінансові ресурси підприємства – це кошти, що є в його розпорядженні і призначені для здійснення поточних витрат і витрат із розширеного відтворення, платежів з усіх зобов'язань та стимулювання робітників. Фінансові ресурси також спрямовуються на розвиток та утримання об'єктів невиробничої сфери, споживання, нагромадження, створення резервних фондів тощо.

Фінансові відношення в загальному вигляді передбачають:

- відношення між підприємством і державою у вигляді сплати в державний бюджет та асигнувань із бюджету на власний розвиток;
- відношення між підприємством і колективом робітників у вигляді оплати їх праці та преміювання;
- відношення між підприємствами у вигляді оплати за поставлену продукцію, сировину, паливо, матеріали, обладнання тощо;
- відношення між підприємством і кредитною системою у вигляді одержання кредитів та їх погашення.

За складом розрізняють державні фінанси, фінанси місцевих органів управління, фінанси підприємств.

Державні фінанси обслуговують процеси розподілу національного доходу в масштабах держави. Фінанси

місцевих органів управління обслуговують розподіл і формування місцевих бюджетів. Фінанси підприємств забезпечують кругообіг коштів у сфері виробництва та реалізації продукції.

9.2. Функції фінансів. Планування фінансів. Фінансування та кредитування організацій

Фінанси в машинобудуванні виконують дві функції: розподільчу та контрольну.

Розподільча функція фінансів пов'язана з розподілом грошових доходів та накопичень. Розподіл грошових ресурсів відбувається за такими напрямками:

- матеріальні витрати;
- оплата праці;
- прибуток.

Контрольна функція фінансів проявляється у формі фінансового контролю за виробничою та іншою діяльністю підприємства.

Для оцінювання фінансового стану підприємства використовують такі показники:

- наявність грошей на розрахунковому рахунку підприємства;
- прострочена заборгованість банку та постачальника;
- прострочена заборгованість державному бюджету;
- заборгованість із виплати заробітної плати робітникам.

Формування фінансових ресурсів здійснюється за рахунок ряду джерел фінансування. Розрізняють дві групи джерел фінансування:

- *власні кошти* (внутрішнє фінансування);
- *залучені кошти* (зовнішнє фінансування).

Внутрішнім називають фінансування, якщо воно здійснюється за рахунок коштів, одержаних від діяльності підприємства (прибуток, амортизаційні суми, кошти, одержані від продажу майна, стійкі пасиви). Початкове формування фінансових ресурсів відбувається в момент створення підприємства за рахунок статутного капіталу.

Статутний капітал – це майно підприємства, створене за рахунок внесків засновників, величина якого регулюється законодавством.

Зовнішнє фінансування – це кошти, не пов’язані з діяльністю підприємства (рис. 9.1). До них належать:



Рисунок 9.1 – Зовнішні кошти підприємства

Важливою формою фінансування є **кредит**, тобто надання відповідних грошових сум у борг на певний час за відповідну плату (відсотки). За рахунок кредитів

розширюються фінансові можливості підприємства, проте виникає ризик, пов'язаний із необхідністю повернення боргів і плати відсотків за кредит. Тому підприємству необхідно дотримуватись оптимального співвідношення між власним капіталом і кредитами.

Кредитування підприємств здійснюють на підставі таких принципів:

- кредит видають лише на конкретні цілі;
- кредит видають на умовах повернення у встановлений термін;
- кредит повинен бути забезпечений матеріальними ресурсами з боку підприємства;
- за кредит встановлюють плату, розмір якої залежить від цілей та терміну кредитування.

Існує два види кредитів: короткотерміновий і довготерміновий.

Короткотерміновий кредит видають:

- на кредитування обігових коштів;
- для поточної оплати матеріальних цінностей;
- для виплати заробітної плати.

Довготерміновий кредит видають:

- на фінансування капітальних вкладень;
- на впровадження нової техніки, покращання технологій;
- на житлове та культурно-побутове будівництво.

Фінансова діяльність підприємства може бути організована такими *методами*:

- комерційного розрахунку;
- неприбуткової діяльності;
- кошторисного фінансування.

Відмінність між окремими методами полягає у схемі організації фінансової діяльності, тобто у встановленні взаємозалежності між фінансовими результатами і джерелами їх формування (див. тему

«Фінансово-кредитні та нематеріальні ресурси підприємства»).

Основним методом оцінювання фінансової діяльності є *комерційний розрахунок*.

Комерційний розрахунок є раціональним і високоефективним методом фінансової діяльності, він спрямовує підприємство на пошук достатніх і дешевих фінансових ресурсів, раціональне їх розміщення, мінімізацію витрат і максимізацію доходів та прибутку. Комерційний розрахунок властивий ринковій економіці, саме він сприяє високоефективному господарюванню.

Неприбуткова діяльність – специфічною ознакою формування фінансових ресурсів є те, що досить часто воно здійснюється за рахунок спонсорських та інших надходжень, насамперед від засновників. Цей метод організації фінансової діяльності не передбачає принципу прибутковості. Основна мета функціонування неприбуткового підприємства – забезпечення певних потреб суспільства, а не отримання прибутку. На таких засадах можуть здійснювати свою діяльність установи соціальної сфери та підприємства муніципального господарства.

Кошторисне фінансування полягає в забезпеченні витрат за рахунок зовнішнього фінансування за двома напрямками: з бюджету та з централізованих фондів корпоративних об'єднань.

Установи, що фінансуються з бюджету на підставі кошторису, називають бюджетними. На внутрішньому кошторисному фінансуванні перебувають відокремлені підрозділи підприємств і організацій, зокрема соціального призначення.

Інструментом управління фінансами підприємства є **фінансовий план**. Основна мета складання фінансового плану (бюджету) підприємства – узгодження доходів із

витратами у плановому періоді. Цей план є підсумковим і одним із найважливіших розділів бізнес-плану підприємства. Він передбачає:

- *прогнозні дані щодо обсягів реалізації продукції* (обчислюються на підставі прогнозів продажу і використовуються для розрахунку потреби в обладнанні, кількості робітників і т. ін.);

- *баланс грошових надходжень і витрат* (документ, на підставі якого визначається сума коштів, необхідна для реалізації підприємницького проекту в часовому розрізі; є засобом перевірки синхронності надходжень і витрат коштів);

- *таблицю доходів і витрат* (характеризує формування прибутку підприємства в часі);

- *баланс активів і пасивів підприємства* (дає можливість оцінити, які суми вкладені в активи і за рахунок яких пасивів підприємець фінансуватиме створення цих активів);

- *визначення точки безбитковості* (вона показує ту величину обсягу випуску продукції, за якої досягається самоокупність виробництва, при дальшому нарощуванні обсягів випуску підприємство одержуватиме прибутки).

Фінансовий план складається на кожний поточний рік із поквартальним виділенням двох розділів: надходжень і витрат (платежів). Основним елементом фінансового плану є *баланс*, тобто деталізована репрезентація фінансового стану підприємства на конкретний момент часу.

Баланс складається з двох частин: активу і пасиву. В *активі* балансу відображається все те, чим володіє підприємство на момент складання балансу. *Пасив* показує джерела формування і накопичення капіталу.

Актив балансу складається з: необоротних активів (нематеріальні активи, незавершене будівництво,

основні засоби, довгострокові фінансові інвестиції); оборотних активів (виробничі запаси, незавершене виробництво, готова продукція, дебіторська заборгованість, поточні фінансові інвестиції, грошові кошти); витрат майбутніх періодів.

Пасив балансу складається з: власного капіталу (статутний капітал, пайовий капітал, резервний капітал, нерозподілений прибуток); забезпечення витрат і платежів (виплати персоналу, цільове фінансування); довгострокові зобов'язання (короткотермінові кредити, кредиторська заборгованість, поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями, інші поточні зобов'язання); доходів майбутніх періодів.

Співвідношення між окремими групами активів і пасивів балансу має важливе значення для оцінювання фінансового стану підприємства.

Загальну схему формування фінансових результатів підприємства відповідно до нормативних документів можна подати так (рис. 9.2):

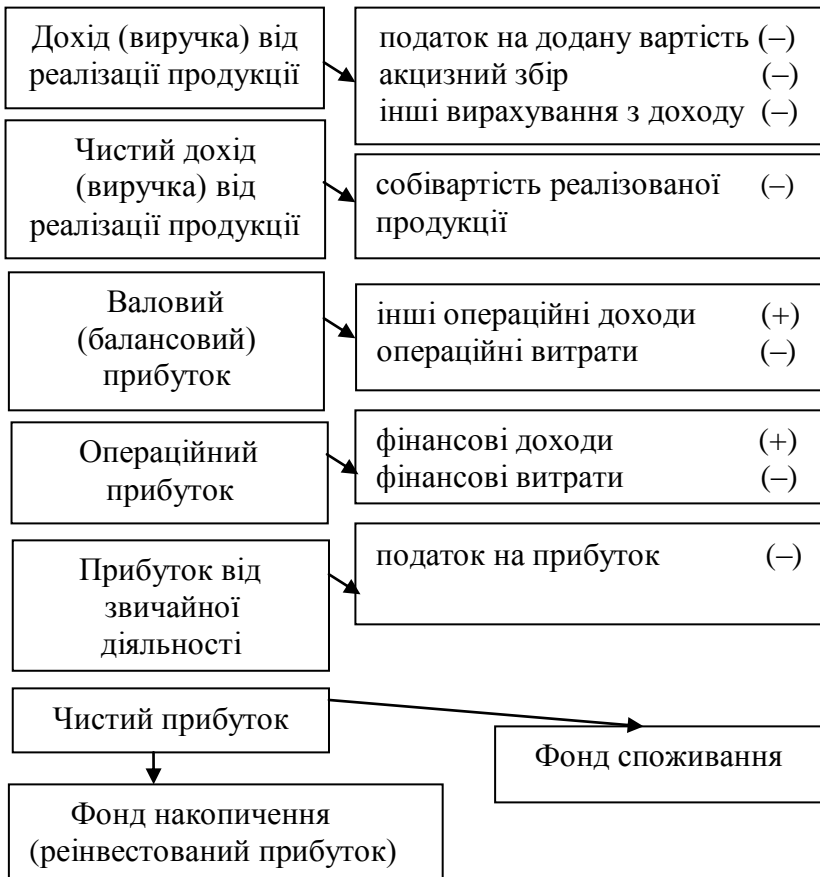


Рисунок 9.2 – Схема формування фінансових результатів підприємства

Податок на додану вартість відображає суму податку на додану вартість, віднесеному до складу доходу від реалізації продукції.

Акцизний збір – платники акцизного збору відображають суму, враховану в складі доходу від реалізації продукції.

Інші вирахування з доходу відображають надані знижки, повернення товарів та інші суми, що підлягають вирахуванню з доходу.

9.3. Прибуток та рентабельність виробництва, їх зміст

Прибуток – це частина чистого доходу, що залишається підприємству після відшкодування всіх витрат, пов'язаних із виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності.

В умовах ринку прибуток є джерелом усіх фінансових ресурсів підприємства. Величина прибутку характеризує фінансові результати роботи підприємства та визначає його фінансовий стан.

Розрізняють такі найважливіші види прибутку:

1. Валовий (балансовий) прибуток – розраховується як різниця між чистим доходом від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції.

2. Операційний прибуток – це балансний прибуток, скоригований на різницю інших операційних доходів та операційних витрат.

Інші операційні доходи відображають суми від операційної діяльності підприємства, крім доходу від реалізації продукції, а саме:

- дохід від оренди майна;
- дохід від операційних курсових різниць;
- доходи від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій);
- відшкодування раніше списаних активів тощо.

Операційні витрати передбачають:

- адміністративні витрати;
- витрати на збут;
- інші операційні витрати.

3. Прибуток від звичайної діяльності – це операційний прибуток, скоригований на величину фінансових та інших доходів і фінансових та інших витрат.

До фінансових та інших доходів належать:

- дохід від інвестицій в інші підприємства;
- дивіденди;
- відсотки та інші доходи від фінансових інвестицій;
- дохід від не операційних курсових різниць та ін.

До фінансових та інших витрат належать:

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

4. Чистий прибуток – це прибуток, що надходить у розпорядження підприємства після сплати податку на прибуток.

Чистий прибуток підприємства використовується у двох напрямках:

1. Фонд накопичення (реінвестований прибуток) – створення резервного фонду, фонду розвитку виробництва, інвестиційної потреби.

2. Фонд споживання – виплати власникам, акціонерам, матеріальні заохочення персоналу за результатами роботи, вирішення соціальних проблем.

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

а) *прибуток від реалізації продукції* (виконання робіт, надання послуг), що визначається як різниця між виручкою від реалізації продукції (без врахування податку на додану вартість і акцизного збору) та повною собівартістю продукції;

б) *прибуток від продажу майна* складається з

прибутку від продажу матеріальних (основних фондів) і нематеріальних активів, цінних паперів інших підприємств тощо; визначається як різниця між ціною продажу та балансовою (залишковою) вартістю об'єкта, що продається;

в) *прибуток від позареалізаційних операцій* – це прибуток від спільної діяльності підприємств, відсотки за придбаними акціями, облігаціями та іншими цінними паперами, штрафи, що сплачуються іншими підприємствами за порушення договірних зобов'язань, доходи від володіння борговими зобов'язаннями.

Показником прибутковості є також рентабельність.

Рентабельність – це відносний показник, що характеризує рівень ефективності (дохідності) роботи підприємства.

Розрізняють:

1. *Рентабельність окремих видів продукції* P_i :

$$P_i = \frac{Ц_i - C_i}{C_i} \cdot 100\% ,$$

де $Ц_i$, C_i – відповідно ціна і повна собівартість i -го виробу, грн.

2. *Рентабельність продукції* P_n , що характеризує ефективність витрат на її виробництво та збут і обчислюється так:

$$P_n = \frac{P_{реал}}{C_{реал}} \cdot 100\% ,$$

де $P_{реал}$, $C_{реал}$ – відповідно прибуток та повна собівартість реалізованої продукції, грн.

3. *Рентабельність виробництва*, може бути загальною ($P_{в. заг}$) і розрахунковою ($P_{в. розр}$). Ці величини обчислюються за такими формулами:

$$P_{в.заг} = \frac{P_{бал}}{S_{сер} + S_{ноз}} \cdot 100\% ,$$

$$P_{в.розр} = \frac{P_{чист}}{S_{сер} + S_{н.о.з}} \cdot 100\% ,$$

де $P_{бал}$ і $P_{чист}$ – відповідно балансовий і чистий прибуток підприємства, грн;

$S_{сер}$ – середньорічна вартість основних фондів, грн;

$S_{н.о.з}$ – вартість нормованих обігових засобів, грн.

Межі рентабельності не встановлюють, а *основними чинниками підвищення рентабельності* можуть бути:

а) під час оцінювання рентабельності виробництва:

– зростання прибутку;

– зменшення вартості основних виробничих фондів

та залишків нормованих обігових коштів;

б) під час оцінювання рентабельності окремих видів продукції:

– зниження собівартості виробів.

Питання для самоперевірки та контролю засвоєння знань до розділу 4 з теми 9 «Фінанси, прибуток та рентабельність підприємства»

1. Поняття і завдання фінансової діяльності.
2. Розкрийте зміст фінансового механізму підприємства.
3. Поняття про фінансові ресурси і джерела їх формування.
4. Структура фінансових ресурсів.
5. Напрямки використання фінансових ресурсів.
6. Структура витрат підприємства залежно від джерел їх утворення.
7. Прибуток як результат діяльності підприємства.

8. Склад валового прибутку підприємства.
9. Що входить до прибутку від позареалізаційних операцій?
10. Як формується чистий прибуток підприємства?
11. Які фактори впливають на розмір прибутку?
12. Рентабельність виробництва: поняття, розрахунок, критеріальна база для порівняння.
13. Важливість та визначення рентабельності продукції.
14. Чинники підвищення рентабельності виробництва.

Тема 10. Інвестиції підприємства та їх ефективність

10.1. Поняття виробничих інвестицій, їх зміст та структура

Виробничі інвестиції (капітальні вкладення) – це кошти, спрямовані на розширення відтворення основних фондів та об'єктів соціальної інфраструктури підприємства. Вони складаються із витрат на реконструкцію, розширення, технічне переоснащення діючих та спорудження нових підприємств, заміну основних фондів, що вибули.

Розрізняють *валові* та *чисті* капітальні вкладення підприємства.

Валові капіталовкладення – це загальна сума витрат капіталу на просте і розширене відтворення основних фондів та об'єктів соціальної інфраструктури підприємства.

Чисті капіталовкладення – це витрати капіталу лише на розширене відтворення основних фондів. Вони визначаються як різниця між валовими капіталовкладеннями та сумою амортизаційних відрахувань.

До складу капітальних вкладень підприємства відносять:

- *вартість будівельно-монтажних робіт* (підготовка території під забудову, саме будівництво будівель і зведення споруд, монтаж обладнання);

- *вартість технологічного, енергетичного, підйомно-транспортного устаткування, а також інструментів та інвентарю, що входять до складу основних фондів;*

- *витрати на проектно-пошукові роботи, вартість земельних ділянок, витрати на технічний нагляд, підготовку експлуатаційних кадрів, вартість придбаних*

ліцензій і патентів, інші витрати, пов'язані із підготовкою до будівництва та експлуатації об'єкта.

Залежно від класифікаційних ознак та напрямів використання капіталовкладень розрізняють таку їх структуру:

- галузеву;
- територіальну;
- технологічну;
- відтворювальну;
- структуру за формами власності.

Галузева структура характеризує розподіл капіталовкладень за галузями і видами виробництва.

Територіальна структура – це співвідношення їх розподілу за економічними районами, областями країни.

Технологічна структура – це співвідношення між основними їх складовими частинами: затратами на будівельно-монтажні роботи, вартістю обладнання, машин і механізмів, іншими капітальними затратами.

Відтворювальна структура капітальних вкладень відображає співвідношення довгострокових витрат на нове будівництво, розширення, реконструкцію і технічне переоснащення, тобто форми відтворення основних фондів.

Офіційна методика оцінювання економічної ефективності виробничих інвестицій (капітальних вкладень) передбачає визначення їх загальної (абсолютної) та порівняльної економічної ефективності.

10.2. Поняття економічного ефекту, його форми та методи розрахунку

Розрізняють поняття «економічний ефект» і «економічна ефективність».

Економічний ефект – це результат будь-якого

заходу, що найчастіше виражається певною грошовою сумою (чиста продукція або прибуток підприємства, галузі, національний дохід).

Економічний ефект від упровадження технічних новинок розраховується на всіх етапах реалізації та за весь період здійснення цих заходів і визначається як різниця між вартісним оцінюванням результатів та вартісним оцінюванням сукупних витрат ресурсів за цей період.

Залежно від завдань, що вирішуються, економічний ефект можна обчислювати за однією із двох форм:

а) *народногосподарською* (загальний ефект за умовами використання нововведень);

б) *госпрозрахунковою* (комерційний ефект, який одержує окремо розробник, виробник і споживач нововведень).

Сумарний економічний ефект від технічних нововведень за певний розрахунковий період T , E_m , грн, обчислюють за формулою

$$E_m = P_t - B_t,$$

де P_t – вартісне оцінювання результатів від здійснення заходів НТП за розрахунковий період, грн;

B_t – вартісне оцінювання витрат на здійснення технічних нововведень за цей самий період, грн.

Такий спосіб визначення економічного ефекту є однаковим як під час обчислення комерційного, так і народногосподарського ефекту від упровадження заходів науково-технічного прогресу.

Під час обчислення економічного ефекту необхідно зводити різночасові витрати і результати до єдиного для всіх варіантів моменту часу – розрахункового року за допомогою коефіцієнта зведення.

Із врахуванням фактора часу економічний ефект E_t ,

грн, може бути розрахований за формулою

$$Et = \sum_{n=1}^T (Pt - Bt) \cdot \alpha,$$

де P_t , B_t – вартісне оцінювання відповідно результатів і витрат у t -му році розрахункового періоду, грн;

α – коефіцієнт, що враховує термін часу.

Початковим роком розрахункового періоду T вважають рік початку фінансування робіт й здійснення заходу (враховуючи наукові дослідження), а кінцевим – момент завершення всього життєвого циклу заходу (визначається нормативними термінами оновлення продукції з урахуванням її старіння).

Вартісне оцінювання результатів упровадження технічних новинок за розрахунковий період здійснюється за формулою

$$P_t = \sum_{i=n}^T P_i \cdot \alpha.$$

Сумарні витрати на реалізацію технічних новинок за розрахунковий період B_m , грн, враховують витрати на виробництво $B_{вир}$ і використання $B_{викор}$ продукції:

$$B_m = B_{вир} + B_{викор}.$$

При цьому витрати на виробництво і на використання обчислюються однаково з урахуванням фактора часу:

$$B_{вир(викор)} = \sum_{i=1}^T (C_t + K_t - L_t) \cdot \alpha,$$

де C_t – поточні витрати під час виробництва продукції у t -му році без амортизаційних відрахувань на реновацію, грн;

K_t – одноразові витрати під час виробництва (використання) продукції в t -му році, грн;

L_t – залишкова (ліквідаційна) вартість основних фондів, що вибувають у t -му році, грн.

До складу поточних витрат (C_t) входять витрати, які розраховують за існуючим порядком калькулювання собівартості продукції, а до складу одноразових витрат (K_t) – капітальні вкладення та інші витрати одноразового характеру, необхідні для створення продукції.

10.3. Поняття економічної ефективності, її види та показники

Економічна ефективність – це відносна величина, що характеризує результативність використання будь-яких витрат. Ефективність технічних нововведень є відношенням ефекту від здійснення заходів до капітальних витрат на їх проведення.

У розрахунках ефективності розрізняють абсолютну та порівняльну економічну ефективність.

Абсолютна ефективність капітальних витрат показує загальну величину їх віддачі та обчислюється зіставленням величини економічного ефекту з величиною самих витрат. Абсолютну ефективність інвестицій можна оцінити за допомогою показників:

1. *Коефіцієнт економічної ефективності капітальних витрат E_p* :

$$E_p = \frac{\Delta\Pi}{K} \text{ або } E_p = \frac{\Pi}{K},$$

де $\Delta\Pi$ – приріст прибутку підприємства у разі вкладення

капіталу в реконструкцію, модернізацію, технічне переоснащення, грн;

Π – загальна сума прибутку для новостворюваних об'єктів, грн;

K – загальна сума виробничих інвестицій (капіталовкладень), грн.

Абсолютну ефективність капітальних витрат можна обчислити також через ефективність використання виробничих фондів:

$$E_p = \frac{\Pi}{\Phi_{осн} + \Phi_{об}}.$$

2. Термін окупності капіталовкладень $T_{ок,p}$, років, що є оберненим показником до E_p :

$$T_{ок,p} = \frac{1}{E_p}.$$

Розрахунковий коефіцієнт економічної ефективності капіталовкладень E_p повинен порівнюватися з *нормативним коефіцієнтом* E_n , який встановлює Міністерство економіки України на певний період. Якщо $E_p > E_n$, то вкладення капіталу вважають доцільним.

Розрахунки **порівняльної ефективності** капітальних вкладень здійснюють тоді, коли потрібно вибрати кращий із можливих проектів інвестування виробництва.

Показником порівняльної ефективності капітальних вкладень є *мінімум зведених витрат* $Z_{зв}$, грн:

$$Z_{зв} = C_i + E_n \cdot K_i \rightarrow \min ,$$

де C_i – собівартість річного випуску продукції за i -м варіантом, грн ;

K_i – капіталовкладення за i -м варіантом, грн;

Z_{36} – можуть визначатись і з розрахунку на одиницю продукції.

Той проект вважається найкращим з економічної точки зору, за якого сума зведених витрат є мінімальною.

У разі, якщо новий проект потребує додаткових капітальних витрат, необхідно визначити термін їх окупності.

Розрахунковий термін окупності додаткових капіталовкладень $T_{ок.р}$, років, за певним варіантом обчислюють так:

$$T_{ок.р} = \frac{K_2 - K_1}{C_1 - C_2},$$

де K_1, K_2 – сума капіталовкладень за першим і другим варіантами, грн;

C_1, C_2 – собівартість річного випуску продукції за першим і другим варіантами, грн.

Якщо варіантів більше двох, то кращий із них вибирають шляхом попарного зіставлення зазначених величин.

Як обернений до $T_{ок.р}$ показник обчислюється і розрахунковий коефіцієнт економічної ефективності додаткових капіталовкладень E_p , що показує, яка частка додаткових капіталовкладень окупається впродовж року.

Основною умовою проведення розрахунків порівняльної ефективності капітальних вкладень є тотожність варіантів, що розглядаються за:

- продуктивністю продукції, що порівнюється;
- розмірами річного випуску;
- терміном експлуатації;
- умовами праці.

Якщо хоча б одна з умов не витримується,

необхідно звести варіанти до порівняльного вигляду.

Якщо варіанти, що порівнюються, мають різний обсяг річного випуску, то капітальні вкладення і поточні витрати за базовим варіантом коригуються на обсяг виробництва за новим варіантом.

Для капітальних вкладень

$$K_{нов} = K_{баз} \cdot \frac{Q_{нов}}{Q_{баз}}.$$

Для поточних витрат

$$C_{нов} = C_{зм} \cdot \frac{Q_{нов}}{Q_{баз}} + C_{пост},$$

де $Q_{нов}$, $Q_{баз}$ – відповідно розміри річного випуску за новим та базовим варіантом техніки за одиницю часу;

$C_{зм}$, $C_{пост}$ – відповідно змінні та постійні поточні витрати на одиницю виробу, грн.

Оскільки процес інвестування є досить тривалим, інвестиційні проекти можуть відрізнятися як термінами реалізації, так і розподілом коштів за роками здійснення капіталовкладень. У такому випадку економічну ефективність капітальних вкладень визначають з урахуванням *чинника часу*, тобто зведення різночасових капітальних вкладень до одного періоду (найчастіше, першого року інвестування). Зведення капітальних вкладень до певного року здійснюють за допомогою *коефіцієнта зведення капітальних вкладень* (α):

$$\alpha = (1 + R)^t,$$

де R – норматив зведення різночасових витрат (ставка дисконту);

t – кількість років, що відділяють затрати і результати даного року від початку розрахункового.

Якщо капітальні вкладення $K_{зв}$, грн, здійснюють у *розрахунковому році*, вони зводяться до нього шляхом множення на α :

$$K_{36} = \sum_{t=1}^T K_t \cdot \alpha,$$

де K_t – капітальні витрати у t -му році їх освоєння, грн;

T – загальний термін реалізації інвестиційного проекту, років.

Якщо капітальні вкладення K_{36} , грн, здійснюються після розрахункового року, вони зводяться до нього шляхом ділення на α :

$$K_{36} = \sum_{t=1}^T \frac{K_t}{\alpha}.$$

Капітальні вкладення K_{36} визначають за кожним із можливих варіантів розподілу капіталовкладень за роками, і найкращим вважається той варіант, в якому K_{36} є мінімальним.

10.4. Способи впровадження інвестицій та їх зміст

Капітальне будівництво може здійснюватися підрядним та господарським способом.

Підрядний спосіб передбачає виконання будівельно-монтажних робіт постійно діючими спеціалізованими організаціями на підставі підрядних договорів.

При **господарському способі** будівництво веде сам забудовник, роботи на об'єкті будівництва ведуть поряд з основною виробничою діяльністю власними силами та засобами. Підприємство-збудовник у цьому випадку одночасно виконує функції керівника будівництва і виконавця будівельно-монтажних робіт.

Оскільки технічні нововведення мають визначальний вплив на всі інші види інвестицій і потребують значних коштів, то важливим є питання оцінювання економічного ефекту.

**Питання для самоперевірки та контролю засвоєння
знань до розділу 4 з теми 10 «Інвестиції підприємства
та їх ефективність»**

1. У чому полягає економічна суть інвестицій?
2. Що належить до об'єктів інвестування?
3. Які виділяють види інвестицій?
4. Що входить до складу капітальних вкладень?
5. Дайте визначення технологічної, відтворювальної та галузевої структур капітальних вкладень.
6. Поняття економічного ефекту його форми і методи розрахунку.
7. З якою метою визначають абсолютну і порівняльну ефективність?
8. Абсолютна ефективність та її показники.
9. Порівняльна ефективність та її показники.
10. Умови проведення розрахунків порівняльної ефективності.
11. Механізм зведення капітальних вкладень до відповідного терміну.
12. Способи впровадження інвестицій та їх зміст.

Розділ 5 Підприємство в умовах ринку

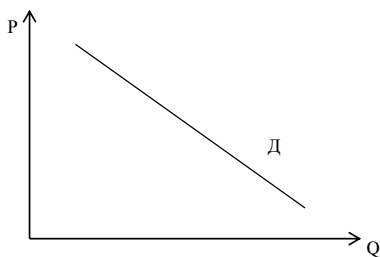
Тема 11. Попит, пропозиція та ринок

11.1. Попит на продукцію

В усіх країнах із ринковою економікою більшість рішень про розподіл ресурсів реалізуються через систему цін, у рамках якої ми й будемо розглядати теорії попиту, пропозиції та їх взаємодію.

Попит – узагальнювальний термін, який описує поведінку фактичних та потенційних споживачів товару. Аналізуючи ринок, будемо оперувати поняттям **обсяг попиту**.

Обсяг попиту – кількість товару, який споживачі готові купити за деякий час. Обсяг попиту на товар залежить від його ціни та інших факторів. Тобто обсяг попиту на товар збільшується, якщо ціна на товар знижується і навпаки. Графічно це має такий вигляд (рис. 11.1):



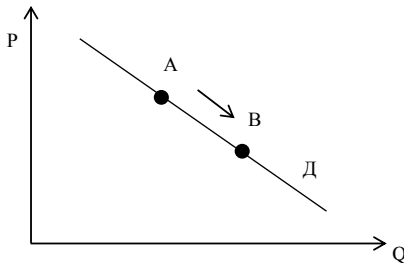
Крива попиту показує залежність між двома змінними – ціною та обсягом попиту.

Рисунок 11.1 – Крива попиту на товар

Однак існують й інші фактори, які впливають на розмір попиту. До основних із них належать такі нецінові фактори:

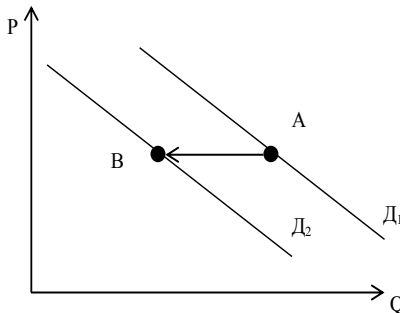
- зміна цін на інші товари;
- доходи споживачів;
- цінові очікування покупців;
- зміна споживацьких переваг під впливом зміни потреб споживача, моди чи реклами.

Як враховують усі ці фактори при побудові кривої попиту? Існує два правила.



Перше правило (рис. 11.2): якщо розглядаються дві змінні (ціна та обсяг попиту) – просування точки попиту відбувається кривою попиту.

Рисунок 11.2 – **Перше правило**

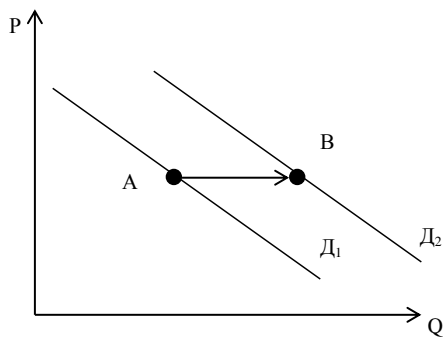


Друге правило (рис. 11.3): якщо відбувається зміна нецінового фактора, відбувається зсув кривої попиту в один або інший бік.

Рисунок 11.3 – **Друге правило**

Якщо зростання ціни одного товару призводить до зростання попиту на інший товар, то таку пару товарів називають **взаємозамінними (свинина та яловичина)**.

Але бувають і товари, для яких зростання ціни на один товар призводить до зменшення попиту на інший (автомобільна резина і бензин). Таку пару товарів називають **взаємодоповнювальними**. Попит на товар також залежить і від зміни доходу споживачів.



Із зростанням доходу зростає зазвичай і попит на товар (при незмінних цінах). Якщо зростання доходу призводить до зростання попиту на товар, то такий товар називають **нормальним товаром** (свинина) (рис. 11.4).

Рисунок 11.4 – Попит на нормальний товар

Однак існують і товари, які споживачі починають купувати в меншій кількості із зростання доходу (замість маргарину купують масло). Такі товари називають **низькими товарами** (маргарин).

Зміна цінових очікувань покупців – третій фактор, що може впливати на зсув кривої попиту. Наприклад, обсяг попиту на автомобілі в даному місяці може збільшитися, якщо очікується зростання ціни на автомобілі в наступному місяці, або зміниться податкове законодавство. Також величина попиту на автомобілі може зменшитись, якщо в майбутньому очікується підвищення цін на бензин.

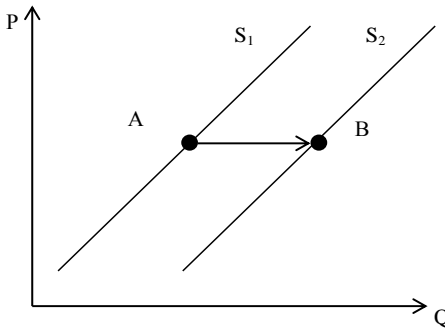
11.2. Пропозиція продукції

Пропозиція, або обсяг пропозиції – це кількість товару, яку продавці бажають продати за певний період. До того ж чим вища ціна товару, тим більший і обсяг

пропозиції. Точно так само, як і з кривою попиту, зміна будь-якого нецінового фактора призводить до зсуву кривої пропозиції.

Існує чотири основні фактори, які можуть призводити до зсуву кривої пропозиції:

- зміна технології;
- зміна цін на ресурси;
- зміна цін на інші товари;
- зміна очікувань.



Зміна технології.

Якщо виробники знижують вартість виробництва шляхом упровадження більш ефективних технологій, то стає вигідним продавати більше товарів за такою ціною.

Рисунок 11.5 – Вплив технології на обсяг пропозиції

Зміна цін на ресурси. Зростання цін на ресурси призводить до зростання витрат, зменшення прибутку і, як наслідок, до зниження кількості товару, який виробник планував продати за такою ціною і навпаки. Це призводить до зсуву кривої пропозиції вправо або вліво.

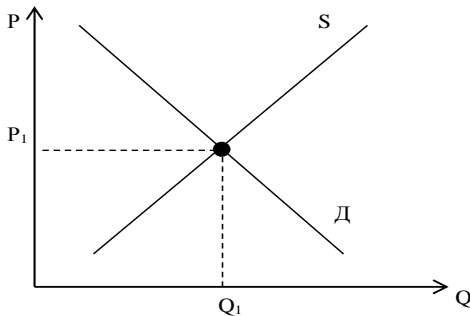
Зміна цін на інші товари. Зміна цін на товари, у виробництві яких використовують такі самі ресурси, що й у виробництві даного товару, також зсувають криву пропозиції в той чи інший бік. Наприклад, фермер розводить курей і вирощує персики. Якщо ціна на персики зросла, а на курей не змінилася, то фермер частину своїх ресурсів перекине на виробництво персиків. Крива пропозиції на персики зміститься вправо, а на курей – вліво.

11.3. Взаємозалежність попиту та пропозиції

Вищерозглянуті криві попиту та пропозиції відображають плани як споживачів, так і виробників. Водночас між попитом і пропозицією існує тісний взаємозв'язок.

Розглянемо вплив змін у попиті та пропозиції на рівноважну ціну товару.

Реакція на зміну попиту. Точка E_1 – точка ринкової рівноваги, Q_1 – ринковий обсяг, P_1 – ринкова ціна товару.



Ринкова рівновага між попитом і пропозицією настає в точці перетину кривих попиту та пропозиції.

Рисунок 11.6 – Ринкова рівновага між попитом та пропозицією

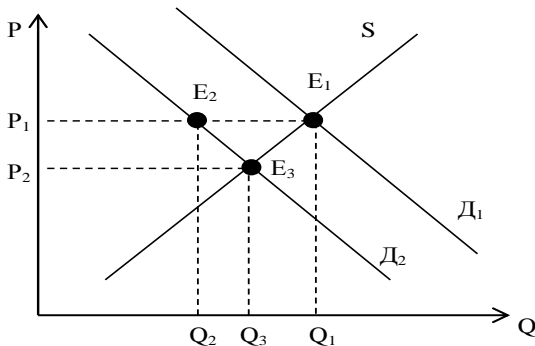


Рисунок 11.7 – Реакція на зміну попиту

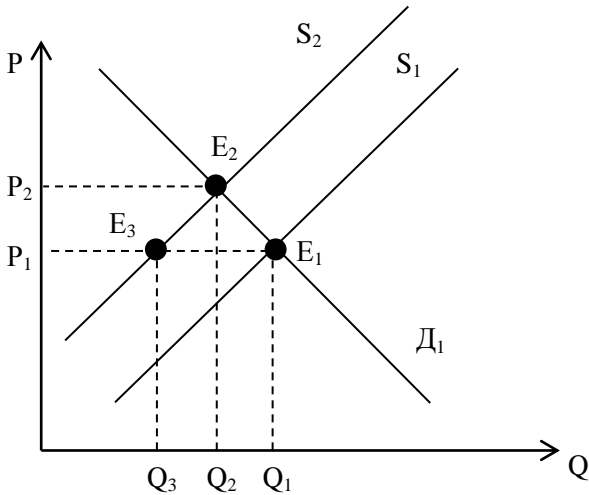


Рисунок 11.8 – Реакція на зміну пропозиції

Нехай попит на товар знизився. Крива попиту D_1 змістилася в нове положення D_2 . Якщо ціна на товар не зміниться, то на ринку з'явиться надлишок товару. Це зразу ж почне тиснути на ціну зверху і точка E_1 почне рухатися по кривій пропозиції до точки E_2 , яка стала новою точкою ринкової рівноваги.

Реакція на зміну пропозиції. Точка E_1 – точка ринкової рівноваги, Q_1 – ринковий обсяг, P_1 – ринкова ціна товару.

Нехай пропозиція товару знизилася. Крива пропозиції S_1 змістилася в положення S_2 . Якщо ціна на товар не зміниться, то на ринку з'явиться дефіцит товару. Це зразу ж почне тиснути на ціну знизу і точка E_1 почне рухатися по кривій попиту до точки E_2 , яка стала новою точкою ринкової рівноваги.

**Питання для самоперевірки та контролю засвоєння
знань до розділу 5 з теми 11 «Попит, пропозиція
та ринок»**

1. Ринок як економічна категорія у широкому та вузькому розуміннях.
2. У чому полягають основні умови функціонування ринку?
3. Які основні характерні ознаки ринку?
4. У чому полягають основні функції ринку?
5. Які існують суб'єкти та об'єкти ринкових відносин?
6. Попит на продукцію і його особливості.
7. Пропозиція на ринку та її особливості.
8. Реакція ринку на зміну попиту.
9. Реакція ринку на зміну пропозиції.

Тема 12. Еластичність та процес адаптації ринку

Здатність однієї змінної реагувати на зміну іншої можна продемонструвати різними способами залежно від вибраних одиниць вимірювання. Найбільш часто за таку одиницю використовують відсоткове вимірювання таких змін, тобто поняття **еластичність** – відношення відсоткових змін цих змінних.

12.1. Еластичність попиту за ціною

До цього часу йшлося лише про спрямованість впливу того чи іншого фактору на попит. Однак практичне використання набутих знань вимагає й уміння виміряти силу, з якою певний фактор впливає на обсяг бажаних закупівель споживача. Цю проблему вирішують за допомогою оцінювання еластичності попиту.

Як відомо, на попит впливає ціна. **Еластичність попиту за ціною** – це показник відсоткової зміни обсягу попиту при зміні на 1 % ціни на товар уздовж даної кривої попиту на нього. Вона показує чутливість обсягу (величини) попиту до змін ціни товару за умови, що всі інші фактори, які впливають на попит, залишаються незмінними. Еластичність тісно пов'язана з показниками нахилу кривої попиту. Однак якщо крива попиту дає співвідношення між зменшенням чи збільшенням обсягу закуплених товарів у натуральних показниках залежно від зміни цін на 1 гривню, то еластичність демонструє більш універсальну залежність – відсоткову зміну:

$$E_d = \frac{\Delta Q_d - Q_d}{\Delta P / P}$$

Відсоткова зміна обсягу попиту

$$\frac{Q_1 - Q_0}{Q_0}$$

Відсоткова зміна ціни

$$\frac{P_1 - P_0}{P_0}$$

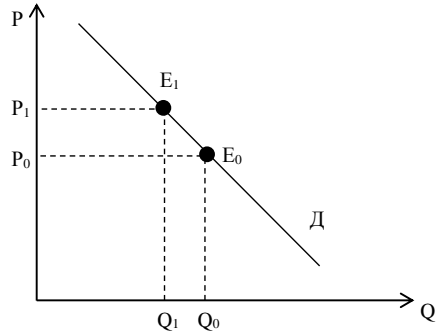
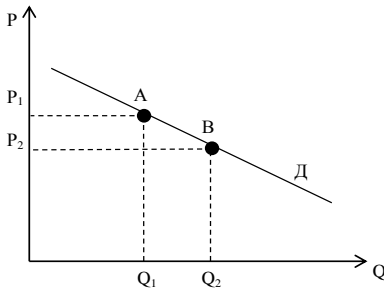


Рисунок 12.1 – Еластичність попиту за ціною

Існує п'ять різновидів кривих попиту, які показують різну ступінь еластичності попиту за ціною.



На рисунку 12.2 розмір попиту зростає на більшу величину, ніж зменшується ціна. **Попит вважається еластичним**, якщо величина попиту змінюється на більший відсоток, ніж ціна.

Рисунок 12.2 – Крива еластичного попиту

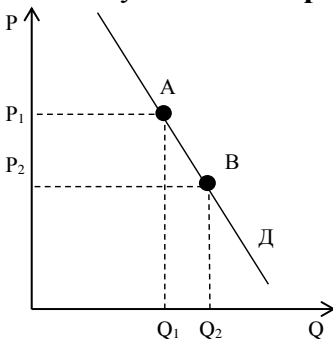
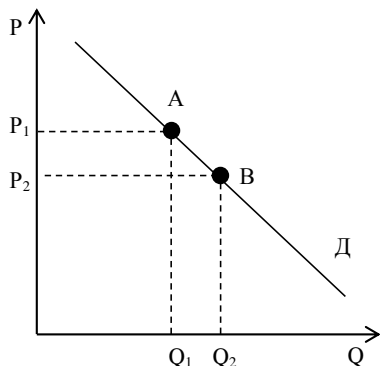


Рисунок 12.3 – Крива нееластичного попиту

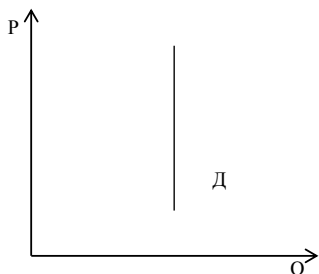
На рисунку 12.3 розмір попиту зростає на меншу величину, ніж зменшується ціна. **Попит вважається нееластичним**, якщо величина попиту змінюється на менший відсоток, ніж ціна.



На рисунку 12.4 зміна ціни викликає абсолютно пропорційну зміну величини попиту. **Попит вважається попитом з одиничною еластичністю.**

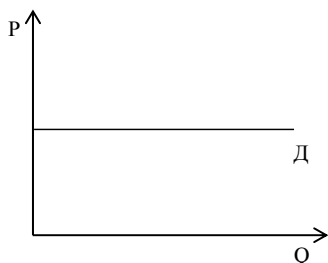
Рисунок 12.4 – Крива попиту з одиничною еластичністю

Існують і так звані крайні випадки еластичності попиту за ціною.



Абсолютно нееластичний попит – попит, який не залежить (не змінюється) зі зміною ціни (рис. 12.5).

Рисунок 12.5 – Абсолютно нееластичний попит



Абсолютно еластичний попит – попит, який за ціною, вищою від ринкової, неможливо реалізувати жодної одиниці товару і навпаки, за ціною, нижчою від ринкової, обсяг реалізації може бути безмежним (рис. 12.6).

Рисунок 12.6 – Абсолютно еластичний попит

Еластичність попиту за ціною залежить від цілої низки факторів, зокрема:

– наявності товарів-субститутів. Чим більше існує товарів, якими досить ефективно можна замінити один одного, тим активніше реагує попит на зміну цін на них (наприклад, автомобілі одного класу, різні види прохолодних напоїв). Навпаки, якщо на ринку немає товару, що міг би вдало замінити існуючий, то зміна цін на нього майже не спричинить відповідних коливань обсягів продажу. Це може бути, скажімо, інсулін для хворих на цукровий діабет;

– часу пристосування до зміни цін. У короткотерміновому періоді попит менш еластичний, ніж у довготерміновому, адже для пошуку товарів-субститутів та зміни структури споживання потрібен час; частки споживацького бюджету, що витрачається на продукт. Тут залежність обернена: чим більша частка, тим менша еластичність і навпаки.

12.2. Розрахунок еластичності попиту за ціною для окремої точки на кривій попиту

Еластичність попиту за ціною можна виміряти для нескінченно малих змін ціни в кожній точці кривої попиту. Необхідність таких розрахунків підтверджується, зокрема, тим, що на одній і тій самій ділянці кривої у разі застосування традиційної методики еластичність буде різною, якщо ціни зростають і якщо вони знижуються. Для прикладу візьмемо таку ситуацію:

$$\begin{array}{ll} P_1 = 10 \text{ грн;} & Q_1 = 200 \text{ шт;} \\ P_2 = 12 \text{ грн;} & Q_2 = 150 \text{ шт.} \end{array}$$

Якщо ціна зросла з 10 до 12 грн, то еластичність попиту можна розраховувати так:

$$E_d = \left[\frac{150 - 200}{200} \right] : \left[\frac{12 - 10}{10} \right] = -1,25.$$

Якщо ціна зменшилася з 12 до 10 грн, то еластичність попиту буде такою:

$$E_d = \left[\frac{200 - 150}{150} \right] : \left[\frac{10 - 12}{12} \right] = -2.$$

Для того щоб міра еластичності відрізнялася універсальністю, використовують так звану середню точку інтервалу, на якому відбувається зміна як ціни, так і обсягу. (Для того щоб знайти середню точку інтервалу, необхідно взяти значення початкової і кінцевої точок інтервалу та поділити на 2).

Тоді якщо ціна зросла з 10 до 12 грн, то еластичність попиту буде розраховуватися так:

$$E_D = \left[\frac{150 - 200}{\frac{150 + 200}{2} (175)} \right] : \left[\frac{12 - 10}{\frac{12 + 10}{2} (11)} \right] = -1,59.$$

Якщо ціна зменшилася з 12 до 10 грн, то еластичність попиту буде теж такою:

$$E_D = \left[\frac{200 - 150}{175} \right] : \left[\frac{10 - 12}{11} \right] = -1,59.$$

Формула середньої точки інтервалу показує еластичність попиту в конкретному інтервалі цін і розміру попиту.

Розрахунки еластичності попиту за ціною мають досить широке практичне використання як для прогнозування споживчих витрат, так і для проведення цінової політики фірми. Для продавця важливо знати, скільки грошей споживач готовий витратити на придбання даного товару за різного рівня ціни на нього, адже витрати

споживача є нічим іншим, як валовим доходом продавця: загальні витрати покупця $= PQ =$ валовому доходу продавця.

На рисунку 12.7 показано вигреш продавця від збільшення ціни на товар та його програш від спричиненого цим зростанням ціни зменшення обсягу продажу. Якщо площа фігури $P_1P_2N_2V$ (вигреш від зростання цін) більша, ніж площа фігури $Q_2Q_1N_1V$ (прогреш від зменшення обсягу продажу), то загальні доходи продавця зростуть. Якщо більшою є площа фігур $Q_2Q_1N_1V$, то при зростанні ціни загальні доходи продавця зменшаться. Результат залежатиме від еластичності попиту за ціною: при $|E_d| > 1$ – продавець програє; при $|E_d| < 1$ – виграє.

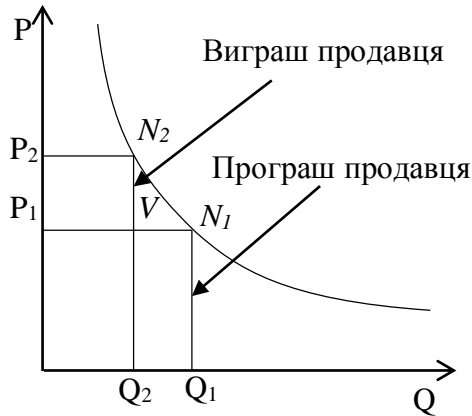


Рисунок 12.7 – Вигреш та програш продавця при підвищенні ціни

Максимальний дохід продавця буде в точці, де еластичність попиту за ціною дорівнює 1.

Практика господарювання багата на приклади використання показників еластичності попиту за ціною для

ухвалення економічно обґрунтованих рішень. Досить часто здійснення якихось економічних дій вимагає постійних витрат. Тоді прибуток підприємця буде залежати лише від обсягу виручки, тобто від тієї кількості грошей, яку погодяться сплатити покупці за запропонований товар. Класичним прикладом такої ситуації є проведення концерту на стадіоні. Витрати організаторів на оренду арени, гонорар артистам, рекламу тощо практично не залежать від кількості глядачів, які прийдуть на концерт, тому можуть розглядатися як постійні. З іншого боку, кількість глядачів, а отже, і виручка, залежать від цін на квитки. Чим повинні керуватися організатори, встановлюючи ціни на вхідні квитки?

Можна виходити з того, що ціни повинні бути такими, щоб максимально заповнити стадіон, не залишаючи жодного вільного місця. Однак за цих умов не обов'язково буде досягнуто максимальної виручки. Якщо попит на квитки нееластичний, то через підвищення ціни зменшиться кількість глядачів меншою мірою, ніж зростуть ціни, а тому загальна виручка зростатиме. Це продовжуватиметься доти, доки не буде досягнуто одиничної еластичності. Подальше підвищення ціни призведе до зменшення кількості глядачів і, як результат, – до зменшення виручки. Таким чином, виручка досягає свого максимального значення при цінах, що відповідають одиничному значенню еластичності попиту. Ось чому ми можемо спостерігати незаповнені зали на концертах знаменитих артистів, напівпорожні салони літаків та вагони потягів тощо. У цьому разі недовикористовуються потужності того чи іншого капіталу, але максимізується виручка підприємця.

12.3. Еластичність попиту від доходу

Зміна рівня доходів споживачів змінює також обсяг попиту на товари. Чутливість обсягу попиту від зміни доходу визначається за допомогою показника **еластичності попиту за доходом** – відсоткової зміни обсягу попиту, спричиненої одновідсотковою зміною доходу.

Еластичність попиту за доходом

$$E_D = \left[\frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} \right] : \left[\frac{Y_1 - Y_2}{Y_1 + Y_2} \right],$$

де $Q_2 - Q_1$ – зміна попиту;

$Y_1 - Y_2$ – зміна доходу.

Числове значення еластичності за доходом тісно пов'язане з поняттям нормальних товарів і товарів більш низької якості. Для нормальних товарів збільшення доходу приводить до підвищення попиту, а оскільки дохід і попит змінюються в одному напрямку, **еластичність попиту** за доходом для таких товарів **позитивна**. Для товарів більш низької якості збільшення доходу спричиняє зменшення попиту, тобто дохід і попит змінюються в протилежних напрямках, і тому **еластичність попиту** за доходом негативна (зі знаком мінус).

Поняття еластичності попиту за доходом є корисним і для проведення градації товарів на товари розкоші й товари першої необхідності. **Товари розкоші** мають еластичність попиту за доходом більшу від 1. **Товари першої необхідності** мають еластичність попиту за доходом меншу ніж 1.

12.4. Еластичність пропозиції за ціною

Еластичність пропозиції за ціною – це відсоткова зміна обсягу пропозиції товару, обумовлена одно-відсотковою зміною його ціни за незмінювання інших факторів, що можуть вплинути на обсяг пропозиції.

$$E_D = \left[\frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} \right] : \left[\frac{P_1 - P_2}{P_1 + P_2} \right] = \frac{\text{Відсоткова зміна обсягу пропозиції}}{\text{Відсоткова зміна ціни}}$$

Оскільки крива пропозиції має позитивний нахил, еластичність пропозиції завжди позитивна. Однак на відміну від кривої попиту, де існує так звана роздільна точка (точка, в якій еластичність попиту дорівнює 1), на кривій пропозиції такої роздільної точки немає, оскільки одержана виробниками величина доходу завжди збільшується із зростанням ціни.

Питання для самоперевірки та контролю засвоєння знань до розділу 5 з теми 12 «Еластичність та процес адаптації ринку»

1. Поняття еластичності. Еластичність попиту за ціною.
2. Ступені еластичності попиту за ціною та їх зміст.
3. Розрахунок еластичності попиту за ціною для окремої точки на кривій попиту.
4. Еластичність попиту від доходу та її зміст.
5. Еластичність пропозиції за ціною та її зміст.

Тема 13. Витрати виробництва

Витрати виробництва – це вартість факторів виробництва, використовуваних для створення певного обсягу продукції.

Економісти розрізняють зовнішні (**бухгалтерські, або явні**) та внутрішні (**неявні**) витрати. Зовнішні (**явні**) витрати – грошові видатки постачальникам ресурсів, які не належать власникам підприємства. Це сума всіх платежів підприємця, пов'язана із залученням необхідних економічних ресурсів (заробітна плата найманим робітникам, відсотки за отримані кредити, орендна плата за землю чи інше майно, оплата наданих послуг тощо).

Внутрішні (**неявні**) витрати – це грошові платежі, які могли б отримати власники підприємства за альтернативного використання ресурсів, що їм належать. Підприємець використовує власні гроші, які міг помістити в банк на депозит, він може використовувати власні приміщення, що могли б передаватися в оренду та давати відповідний дохід тощо. Таким чином, використовуючи власні ресурси для організації виробничої діяльності, підприємець втрачає певну грошову вигоду, яку він міг би отримати за інших варіантів використання ресурсів. Зовнішні та внутрішні витрати формують економічні витрати підприємця. Далі розглядатимемо виключно економічні витрати.

До складу економічних витрат входить **нормальний прибуток** як плата за виконання підприємцем підприємницьких функцій. Його розмір визначається рівнем дохідності, що є нормальним або середнім для певної галузі, тобто тим рівнем, який утримує підприємця в цій галузі.

Іншою формою прибутку є **прибуток економічний**

(чистий), що є додатковим доходом підприємця внаслідок його ефективнішої діяльності в певній галузі. Цей прибуток отримують не всі підприємці, і він не належить до витрат. У мікроекономіці (якщо спеціально не застережено) йдеться зазвичай про економічний прибуток.

13.1. Витрати в короткотерміновому періоді

Аналізуючи формування витрат у короткотерміновому періоді, потрібно розмежувати їх на постійні та змінні.

Постійні витрати (FC) не залежать від зміни обсягів виробництва. Більше того, вони існують навіть тоді, коли виробництво взагалі припиняється. Справа у тому, що, як впливає із визначення короткотермінового періоду, він недостатній для зміни передусім обсягів капіталу. Постійними витратами можуть бути видатки, пов'язані з виплатою орендної плати, відсотки за отриманий кредит, амортизація тощо.

Змінні витрати (VC) – це вартість змінних ресурсів, використовуваних для виробництва заданого обсягу продукції. До них належать заробітна плата робітників, витрати на придбання сировини, матеріалів, електроенергії для виробничих цілей тощо.

У мікроекономічному аналізі широко використовують показники не лише загальних, а й середніх витрат: середні сукупні (ATC), середні постійні (AFC) та середні змінні (AVC) витрати:

$$ATC = \frac{TC}{Q},$$
$$AFC = \frac{FC}{Q},$$

$$AVC = \frac{VC}{Q}.$$

Особливого значення в дослідженні поведінки виробника на ринку надають граничним витратам, розрахованим як відношення приросту сукупних витрат до приросту обсягів виробництва. Інакше кажучи, граничні витрати показують, яких додаткових витрат коштувало виробникові виробництво додаткової одиниці продукції:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}.$$

Граничні витрати в короткотерміновому періоді не залежать від постійних витрат. На їх рівень впливають лише змінні витрати.

Для з'ясування закономірностей динаміки витрат залежно від обсягів виробництва скористаємося умовними даними про виробництво стільців (табл. 13.1). На їх основі можна побудувати відповідні криві.

Таблиця 13.1 – Витрати виробництва

Q	FC	VC	TC	MC	ATC
0	200	0	200	–	–
1	200	100	300	100	300
2	200	196	396	96	198
3	200	295	495	99	165
4	200	400	600	105	150
5	200	515	715	115	143
6	200	646	846	131	141
7	200	794	974	148	142
8	200	960	1 160	166	145
9	200	1 150	1 350	190	150
10	200	1 370	1 570	220	157

Оскільки постійні витрати не залежать від змін обсягів виробництва, то на графіку їх крива матиме вигляд прямої лінії, що проходить паралельно до осі обсягу виробництва (рис. 13.1). Зображення кривої змінних витрат дзеркально відбиває форму кривої сукупного продукту змінного фактора. Кожна точка цієї кривої відповідає мінімальним затратам праці, використовуваним на виробництво відповідного обсягу продукції. Крива матиме вигляд зростаючої з поступовим загасанням лінії. У перспективі вона досягне точки зламу, після якої подальше зростання змінних витрат не супроводжуватиметься збільшенням обсягів виробництва. Однак цей відрізок кривої не може бути складовою функції витрат, оскільки не відповідає вимозі її визначення (це не будуть мінімальні витрати, необхідні для отримання заданого обсягу виробництва, оскільки його можна одержати за менших витрат).

Крива сукупних витрат показує зміни загальної вартості факторів, використовуваних у виробництві, залежно від збільшення обсягів виробництва. Вона матиме таку саму форму, як і крива змінних витрат, однак проходила вище на величину постійних витрат.

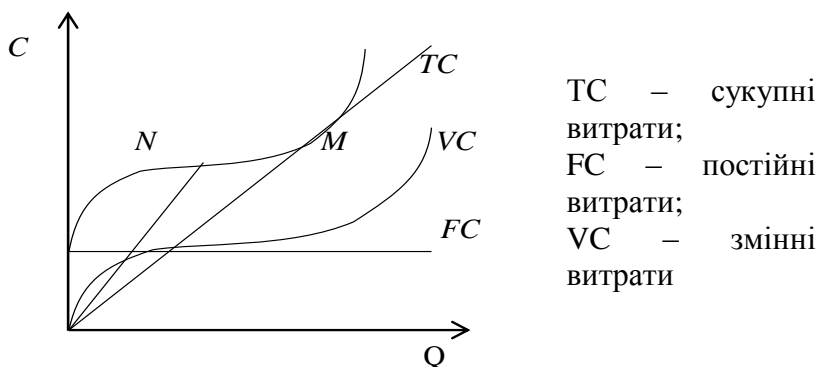


Рисунок 13.1 – Криві сукупних, постійних та змінних

витрат

Середні витрати для будь-якого обсягу виробництва дорівнюють тангенсу кута нахилу променя, проведеного від початку координат через відповідну точку на кривій сукупних витрат (наприклад, точку N). Мінімального значення середні витрати набувають у точці, де кут нахилу променя буде найменшим, тобто в точці його дотику до кривої сукупних витрат (точці M). Аналогічне можна говорити й про середні змінні витрати. Якщо будувати їх криву, то вона поступово буде наближатися до кривої середніх сукупних витрат (рис. 13.2).

Граничні витрати – це нахил кривої сукупних витрат, тобто тангенс кута дотичних, проведених до кожної точки кривої. Граничні витрати спочатку зменшуються (в нашому прикладі до другої одиниці продукції), а потім у разі збільшення обсягів виробництва починають зростати.

Для подальшого дослідження важливо з'ясувати залежності між динамікою середніх і граничних витрат. Поки граничні витрати будуть меншими, ніж середні, виробництво додаткової одиниці продукції зменшуватиме середні витрати. Якщо виробництво додаткової одиниці коштуватиме дорожче, ніж середні витрати, то збільшення обсягів виробництва призводитиме до зростання середніх витрат. Таким чином, середні витрати будуть мінімальними за умови їх рівності з граничними витратами. Тобто криві граничних і середніх витрат перетнуться в точці мінімального значення середніх витрат – точці E (рис. 13.2). Для нашого прикладу точка перетину лежить між шостою та сьомою одиницями продукції.

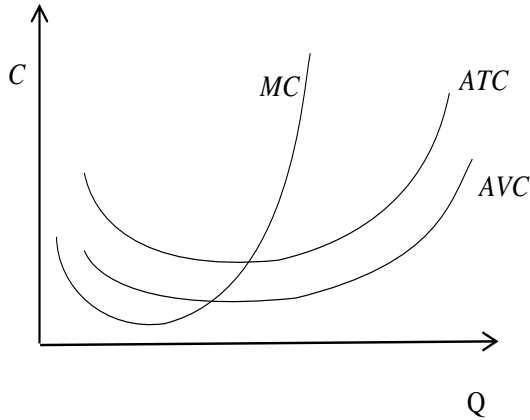


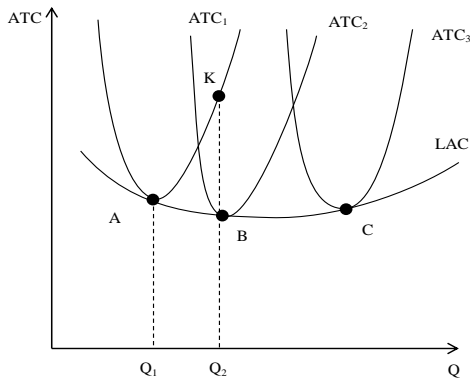
Рисунок 13.2 – Криві середніх та граничних витрат

13.2. Витрати в довготерміновому періоді

Аналізуючи витрати в довготерміновому періоді, необхідно мати на увазі, що при цьому немає поділу на постійні та змінні витрати: всі витрати можуть змінюватися залежно від обсягу виробництва. Можна відмовитися від оренди чи повернути кредит, продати основні фонди чи придбати нові. Отже, в довготерміновому періоді найголовніша проблема – оптимізація розмірів підприємства. На графіку (рис. 13.3) показано ряд кривих середніх сукупних витрат виробництва різних обсягів продукції в короткотерміновому періоді для підприємств різної виробничої потужності.

ATC_1 – підприємство найменшої потужності.

ATC_3 – підприємство найбільшої потужності.



З рисунка 13.3 бачимо, що для кожного обсягу випуску продукції, запланованого фірмою на довготерміновий період, існує лише один оптимальний масштаб виробництва.

Рисунок 13.3 – Криві середніх сукупних витрат різних обсягів продукції в короткотерміновому періоді

Крива, яка огинає всі можливі криві короткотермінових середніх витрат, називається кривою довготермінових середніх витрат.

Середні витрати по-різному реагують на ефект масштабу. Ця реакція багато в чому залежить від специфіки галузі, ситуації на ринку, напрямків удосконалення технології виробництва тощо. На рисунку 13.4 наведено три найтипівіші ситуації. У варіанті, зображеному на рисунку 13.4 а, спостерігається відносно короткий період, коли зростання виробництва супроводжується зниженням витрат, тобто позитивний ефект масштабу виробництва вичерпується досить швидко. Однак при цьому існує широкий діапазон обсягів виробництва, за якого зберігається постійний рівень середніх витрат. У таких галузях підприємства різних розмірів можуть бути однаково життєздатними.

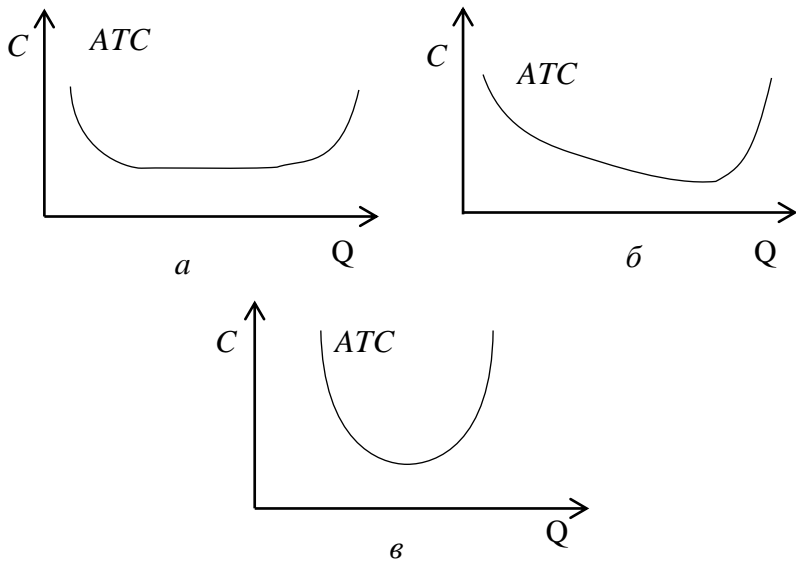


Рисунок 13.4 – **Варіанти довготермінової динаміки середніх витрат**

На рисунку 13.4 б можна спостерігати довготривалий ефект від збільшення масштабів виробництва. У таких галузях переваги одержують великі підприємства. Існує три основні причини виникнення **економії від масштабу**. Перша – **неподільність виробництва**. Будь-яке виробництво потребує витрат на адміністрацію, різні служби, які безпосередньо не займаються виробництвом. Із зростанням виробництва ці витрати збільшуються не пропорційно зростанню обсягу виробництва, а відповідно ї середні витрати зменшуються. Друга причина – **спеціалізація виробництва** (спеціалізація знижує витрати). Третя причина – **вдосконалення технологій** (трактор, що зорує 50 га землі за 1 день коштує дешевше двох тракторів, здатних зорати по 25 га кожний).

У третьому варіанті (рис. 13.4 в), навпаки, позитивний ефект масштабу виробництва досить швидко трансформується в негативний. Тому підприємцю важливо правильно оцінити межі ефективного розширення виробництва. Існуючі бар'єри зростання уможливають ефективне функціонування в таких галузях невеликих підприємств.

Питання для самоперевірки та контролю засвоєння знань до розділу 5 з теми 13 «Витрати виробництва»

1. Дайте визначення поняття «витрати» і поясніть його зміст.
2. Що таке зовнішні витрати підприємства? Чому їх так називають?
3. Що таке внутрішні витрати підприємства? Чому їх так називають? Які синоніми має цей термін?
4. Яка принципова різниця між зовнішніми та внутрішніми витратами?
5. Важливість обліку зовнішніх витрат для ухвалення управлінських рішень.
6. Класифікація витрат у короткотерміновому періоді.
7. Що таке граничні витрати? Чому їх так називають?
8. Вплив витрат на оптимізацію обсягів виробництва.
9. Аналіз витрат у довготерміновому періоді. Ефект масштабу.
10. Економічна різниця між граничними й середніми витратами виробництва.
11. Економія від масштабу та її зміст.

Тема 14. Ринок досконалої конкуренції

14.1. Ознаки та умови досконалої конкуренції

Найважливішими ознаками, за якими виділяють різні моделі ринку, є: кількість фірм-продавців на ринку; тип продукту, що пропонується для продажу; можливості контролю за цінами з боку продавців; умови вступу в галузь додаткових виробників та виходу з неї; метод конкуренції, що переважає на цьому ринку. Для ринку чистої (досконалої) конкуренції ці ознаки такі:

1. Дуже багато продавців, які на рівних умовах конкурують між собою. Поняття «дуже багато» не має кількісного вираження, їх може бути тисячі, десятки або навіть сотні тисяч. Головне, щоб частка кожного з них на ринку була настільки малою, що збільшення чи зменшення обсягів продажів кимось із них ніяк не позначалося на ринковій ситуації взагалі. Зазвичай, такі умови трапляються дуже рідко. Однак із певною умовністю цій ознаці відповідають ринки сільськогосподарської продукції в розвинених країнах, біржові торги чи продаж іноземної валюти в обмінних пунктах.

2. Стандартна продукція, що пропонується для продажу. Це означає, що споживач не відрізняє товар одного продавця від товару іншого, навіть якщо вони мають відмінності. Тому йому однаково, у якого з продавців придбати товар.

3. Відсутність можливості в окремого продавця впливати на ринкову ціну. Продавець може запропонувати свою продукцію за нижчими цінами порівняно з тими, що склалися на ринку. Однак це, по-перше, не вплине на ринкову ціну взагалі, оскільки частка окремого продавця на ринку мізерна, а по-друге, буде суперечити вихідному

припущенню про максимізацію вигоди як основного мотиву поведінки економічних суб'єктів, адже в цьому разі прибуток продавця зменшиться порівняно з продажем товару за ринковою ціною. Йому не залишається іншого вибору, як продавати товар за ринковими цінами. Тому продавця в умовах досконалої конкуренції найчастіше називають «тим, хто погоджується з ціною».

4. Вільний вступ до галузі та вихід із неї. Ринок буде конкурентним лише тоді, коли не існуватиме ніяких законодавчих, технологічних, фінансових чи інших перепон, що могли б завадити появі чи зникненню нових фірм, які виробляють певний продукт. На цій особливості досконалої конкуренції потрібно наголосити, оскільки саме на ній ґрунтується пояснення механізму пристосування галузі до вимог ринку в довготерміновому періоді.

5. Відсутність нецінової конкуренції. Основою для проведення нецінової конкуренції зазвичай є диференціація товару. Оскільки на конкурентному ринку товари стандартні, то підстав для нецінової конкуренції немає.

Інакше кажучи, на відміну від ринкового попиту крива попиту, з якою стикається окремий конкурентний виробник, абсолютно еластична (рис. 14.1). В умовах чистої конкуренції, як уже зазначалося, фірма не може проводити власної цінової політики. Вона може лише пристосовуватися до тих цін, які на цей час склалися на ринку. Отже, можна зробити дуже важливий висновок: скільки продукції для продажу не запропонувала б конкурентна фірма, це ніяк не вплине на ринкову ціну.

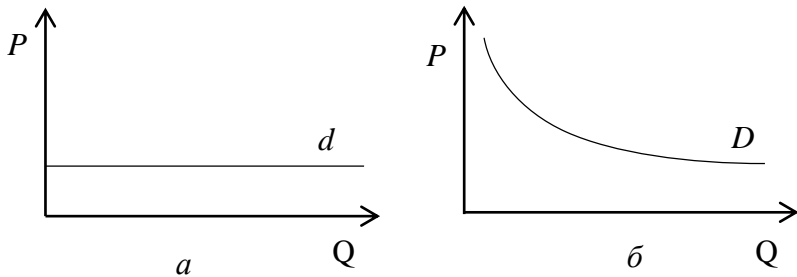


Рисунок 14.1 – Відмінність ринкового попиту та попиту для конкурентної фірми:

- а – крива попиту для конкурентної фірми;
 б – крива ринкового попиту

Особливості попиту на продукт конкурентної фірми проявляються також через динаміку основних показників, що характеризують її доходи, залежно від обсягів продажів. До таких показників належать:

1. Валовий (сукупний) дохід (TR) – це загальна виручка від продажу всього обсягу продукції.
2. Середній дохід (AR) – це валовий дохід із розрахунку на одиницю проданої продукції:

$$AR = \frac{TR}{Q}.$$

3. Граничний дохід (MR) – це приріст валового доходу, що є результатом продажу ще однієї одиниці продукції:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}.$$

Графічно залежність динаміки перелічених показників від обсягів виробництва подано на рисунку 14.2.

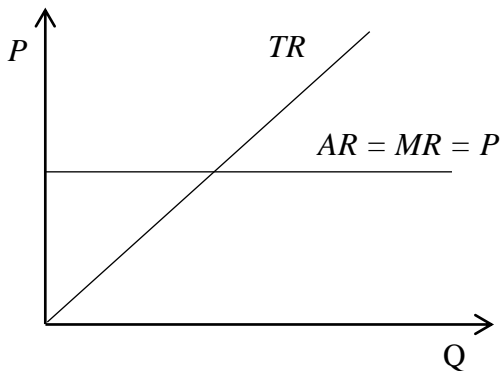


Рисунок 14.2 – Валовий, середній та граничний доходи конкурентної фірми

Валовий дохід конкурентної фірми зростатиме прямо пропорційно обсягу продаж. Ціна за одиницю товару, середній та граничний доходи в умовах конкурентного ринку завжди будуть рівними між собою.

З'ясування загальних ознак конкурентного ринку та особливостей функціонування на ньому фірми і формування її доходу дають досить підстав для розроблення моделі вибору фірмою обсягів виробництва, що забезпечать їй максимальний прибуток. Така модель має свою специфіку для короткотермінового та довготермінового періодів, тому розглянемо ці дві ситуації окремо.

14.2. Максимізація прибутку в короткотерміновому періоді

Побудова моделі поведінки виробника вимагає з'ясування механізму пошуку відповіді на такі запитання:

1. Варто чи не варто виробляти продукт?
2. Якщо варто, то скільки?
3. Які прибутки дасть чи яких збитків завдасть виробництво?

У мікроекономіці існує два підходи до пошуку відповідей та ухвалення рішень: на підставі порівняння валового доходу та сукупних витрат і граничного доходу та граничних витрат. Зупинимося на кожному з них окремо.

Фірмі варто виробляти певний обсяг продукції, якщо це дає їй економічний прибуток або якщо збитки будуть меншими, ніж у разі припинення виробництва. Економічний прибуток фірма отримуватиме тоді, коли валовий дохід виявиться більшим, ніж сукупні витрати. Отже, якщо різниця між валовим доходом та сукупними витратами фірми при якомусь обсязі виробництва має позитивне значення, то фірмі краще виробляти продукцію, ніж припинити виробництво. У цьому разі вона буде вирішувати завдання максимізації прибутку.

Складніша справа, якщо за будь-яких обсягів виробництва сукупні витрати перевищують валовий дохід. За цих умов потрібно шукати таке рішення, яке мінімізує збитки. Якщо фірма припинить виробництво, то її збитки будуть дорівнювати постійним витратам. Тому за умови загальної збитковості виробництва варто виробляти якийсь обсяг продукції, якщо загальні збитки фірми будуть меншими, ніж постійні витрати. Такий результат буде тоді, коли валовий дохід перевищуватиме змінні витрати:

$$\begin{aligned}TC - TR &< FC, \\(FC + VC) - TR &< FC, \\VC &< TR.\end{aligned}$$

Таким чином, відповідь на перше запитання така:

фірмі доцільно здійснювати виробництво у короткотерміновому періоді за умови, що вона отримує економічний прибуток, або якщо її збитки менші, ніж постійні витрати. До того ж необхідно мати на увазі, що збиткове виробництво можна розглядати лише як тимчасове явище, як перепочинок, що бере фірма для ухвалення кардинальних рішень, спрямованих на усунення постійних витрат і припинення виробництва взагалі або зниження витрат та отримання прибутку.

Маючи на увазі загальний принцип поведінки виробника, досить легко відповісти й на друге запитання: у короткотерміновому періоді фірмі потрібно виробляти такий обсяг продукції, за якого вона максимізує свої прибутки чи мінімізує збитки.

Для відповіді на третє запитання необхідно порівняти валовий дохід і сукупні витрати при обраному обсязі виробництва: економічний прибуток чи збиток фірми буде дорівнювати різниці між валовим доходом та сукупними витратами.

Проаналізуємо дані, наведені у таблиці 14.1, і зробимо висновки щодо бажаних обсягів виробництва та їх результатів.

Якщо на ринку склалася ціна 147 грн за один стілець (розглядатимемо приклад, про який ішлося в попередній темі), то валовий дохід (TR_1) при виробництві п'яти – семи стільців даватиме економічний прибуток (EP_1). Отже, фірмі потрібно розпочинати виробництво. Максимальний прибуток фірма отримає, якщо вироблятиме шість стільців. Він буде дорівнювати 36 гривень.

Таблиця 14.1 – Вибір обсягів виробництва у короткотерміновому періоді

Q	FC	VC	TC	TR_1	EP_1	TR_2	EP_2	TR_3	EP_3
0	200	0	200	–	–200	–	–200	–	–200
1	200	100	300	147	–153	130	–170	90	–210
2	200	196	396	294	–102	260	–136	180	–216
3	200	295	495	441	–54	390	–105	270	–225
4	200	400	600	588	–12	520	–80	360	–240
5	200	515	715	735	+20	650	–65	450	–265
6	200	646	846	882	+36	780	–66	540	–306
7	200	794	994	1 029	+35	910	–84	630	–364
8	200	960	1 160	1 176	–16	1 040	–120	720	–440
9	200	1 150	1 350	1 323	–27	1 170	–180	810	–540
10	200	1 370	1 570	1 470	–100	1 300	–270	900	–670

За ринкової ціни 130 грн валовий дохід (TR_2) ні за яких умов не перевищуватиме сукупних витрат, тому виробництво завжди буде збитковим. То чи варто взагалі виробляти? Для відповіді на це запитання порівняємо валовий дохід зі змінними витратами. Він перевищує ці витрати уже при виробництві першої одиниці, що призводить до зменшення збитків порівняно з постійними витратами. Найменшими ці збитки будуть при виробництві п'яти стільців – 65 грн (порівняйте: якщо не виробляти продукцію взагалі, то збитки становитимуть 200 грн).

Зниження ціни до 90 грн робить виробництво взагалі недоцільним: у жодному разі збитки не стануть меншими за постійні витрати.

Моделі вибору виробником варіантів поведінки на основі порівняння сукупних витрат і валового доходу можна показати графічно (рис. 14.3).

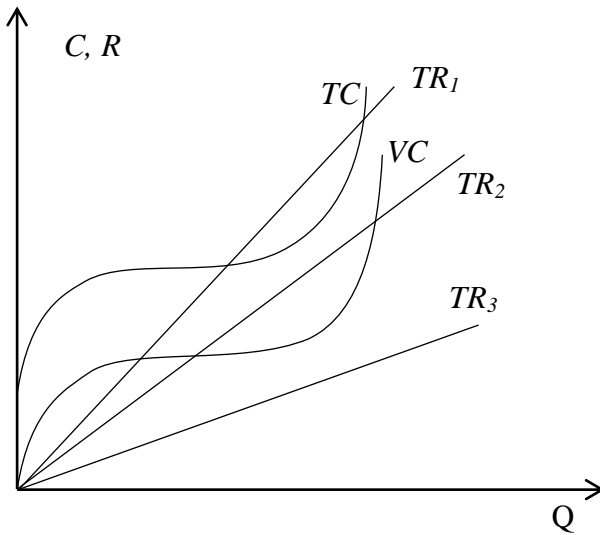


Рисунок 14.3 – Варіанти максимізації прибутку, мінімізації збитків і закриття фірми

Якщо лінія валового доходу перетинає криву сукупних витрат й існує її ділянка, розміщена вище, ніж крива, то обсяги виробництва, що відповідають цій ділянці, будуть давати фірмі економічний прибуток. Свого максимального значення він досягне в тій точці, де вертикальний розрив між лінією валового доходу та кривою сукупних витрат найбільший.

Фірма вирішуватиме завдання мінімізації збитку, якщо лінія валового доходу лежатиме нижче від кривої сукупних витрат, але перетинатиме криву змінних витрат. Мінімальними збитки будуть тоді, коли вертикальний розрив між лінією валового доходу та кривою сукупних витрат досягатиме найменшого значення.

Якщо лінія валового доходу розміщена нижче за криву змінних витрат, то найменші збитки фірма матиме,

якщо припинить виробництво.

Аналогічні висновки можна зробити, якщо порівняти граничний дохід із граничними витратами. У таблиці 14.2 наведено дані про граничні витрати і граничний дохід залежно від рівня ринкових цін.

Таблиця 14.2 – Граничні витрати та граничний дохід

Q	AFC	AVC	ATC	MC	MR_1	MR_2	MR_3
0	–	–	–	–	–	–	–
1	200	100	300	100	147	130	90
2	100	98	198	96	147	130	90
3	67	98	165	99	147	130	90
4	50	100	150	105	147	130	90
5	40	103	143	115	147	130	90
6	33	108	141	131	147	130	90
7	29	113	142	148	147	130	90
8	25	120	145	166	147	130	90
9	22	128	150	190	147	130	90
10	20	137	157	220	147	130	90

Якщо ціна одного стільця на ринку становитиме 147 грн, то продаж першого з них дасть фірмі додатково 147 грн доходу, тоді як додаткові витрати її на виробництво цього стільця становили 100 грн. Тому розширення виробництва у цьому випадку буде збільшувати доходи фірми. Подібний висновок можна зробити й щодо другого, третього та інших стільців. Отже, будь-яку одиницю продукції, граничний дохід від продажу якої перевищує граничні витрати, пов'язані з її виробництвом, доцільно виробляти.

Починаючи із сьомого стільця, виробництво кожної

додаткової одиниці продукції обходитиметься виробникові дорожче, ніж додатковий дохід, отриманий від її продажу. У цій ситуації виробництво доцільно скорочувати, а не збільшувати. Отже, якщо граничні витрати додаткової одиниці продукції перевищують граничний дохід від її реалізації, то виробництва цієї одиниці необхідно уникати.

Між ситуаціями зацікавленості фірми в розширенні виробництва та його зменшенні лежить точка рівноваги, якщо фірма бажала зберегти досягнуті обсяги виробництва. Неважко дійти висновку, що цією точкою буде обсяг виробництва, за якого граничні витрати зрівняються з граничним доходом, а фірма отримає максимальний прибуток чи мінімальний збиток:

$$MR = MC.$$

Це рівняння називають правилом визначення обсягів виробництва. Воно має кілька характерних особливостей, які потрібно враховувати в подальшому аналізі:

- правило можна застосовувати лише за умови, що фірма віддає перевагу виробництву, а не його закриттю. У разі закриття виробництва потрібні додаткові порівняння середніх змінних витрат і граничного доходу. Коли граничний дохід більший, ніж середні змінні витрати, фірма, ухвалюючи рішення про виробництво, може максимізувати прибуток чи мінімізувати витрати; якщо співвідношення зворотне – доцільніше припинити виробництво;

- застосування правила не обмежується лише умовами конкурентного ринку, його можна застосовувати також для аналізу інших моделей;

- для конкурентного ринку можна застосовувати особливий випадок цього правила:

$$MC = P.$$

На рисунку 14.4 наведене графічне порівняння граничного доходу, граничних і середніх витрат.

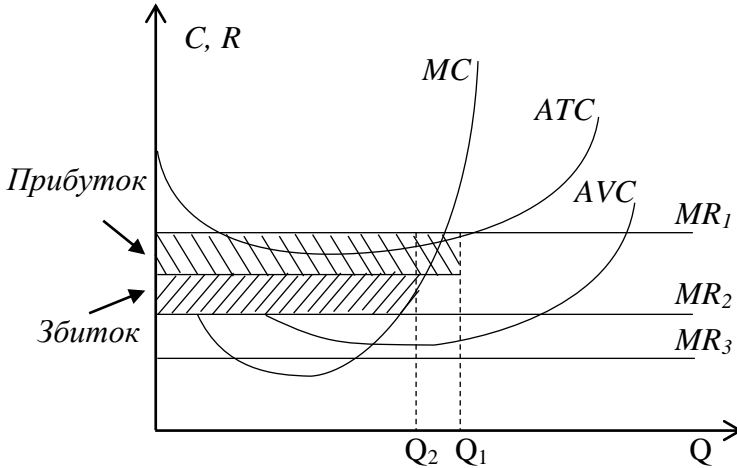


Рисунок 14.4 – Порівняння граничного доходу, граничних і середніх витрат

Якщо лінія граничного доходу перетинає криву середніх витрат, то фірма вирішує проблему максимізації прибутку. Його максимальний розмір досягається в точці, де перетинаються лінія граничного доходу та крива граничних витрат (Q_1). Загальний розмір прибутку за цих умов дорівнюватиме площі прямокутника, який утворюють вісь цін, лінія граничного доходу, лінія обсягу виробництва та лінія, що відповідає середнім витратам при цьому обсязі виробництва.

Якщо лінія граничного доходу проходить нижче, ніж крива середніх витрат, але перетинає криву середніх

змінних витрат, то, обираючи певний обсяг виробництва, фірма вирішує проблему мінімізації збитків. Вони будуть найменшими в точці перетину кривої граничних витрат та лінії граничного доходу, їх розмір також можна визначити через площу відповідного прямокутника (див. рис. 14.4).

Якщо лінія граничного доходу не перетинає кривої середніх змінних витрат, то для фірми доцільніше відмовитися від виробництва та концентрувати увагу на пошуку шляхів усунення постійних витрат, які будуть дорівнювати збиткам.

Аналіз взаємозв'язку граничних витрат і граничного доходу дає можливість побудувати криву пропозиції фірми в короткотерміновому періоді. Якщо ціна товару встановлюється нижче від мінімального значення середніх змінних витрат, то пропозиція фірми дорівнюватиме нулю. Фірма розпочне виробництво і запропонує продукцію для продажу з того моменту, коли ціна перевищить мінімум середніх змінних витрат. Подальше збільшення ціни буде призводити до виробництва такого обсягу продукції, який відповідатиме координатам точки перетину лінії ціни (граничного доходу) з кривою граничних витрат.

Таким чином, використання як першого, так і другого підходу приводить до однакових висновків.

14.3. Максимізація прибутку в довготерміновому періоді

Для того щоб фірма на ринку досконалої конкуренції перебувала в стані довготермінової рівноваги, необхідне виконання таких трьох умов (рис. 14.5):

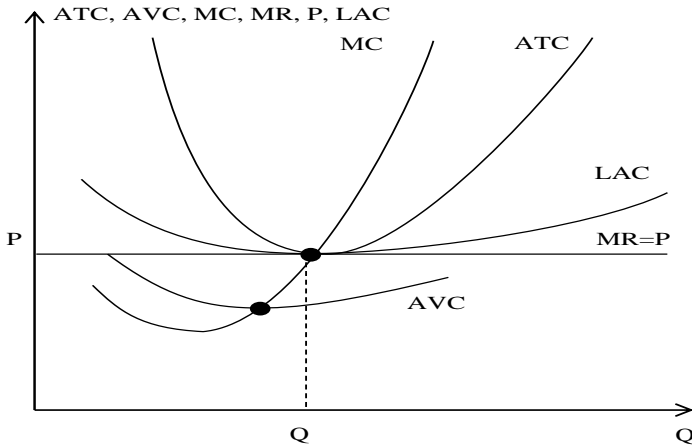


Рисунок 14.5 – Умови довготермінової рівноваги

1. Фірма не повинна мати мотивів до збільшення або зменшення обсягів випуску продукції (короткотермінові граничні витрати дорівнюють короткотерміновому граничному доходу).

2. Кожна фірма повинна бути задоволена своїми розмірами (короткотермінові середні витрати дорівнюють найменшим довготерміновим середнім витратам).

3. Не повинно існувати мотивів на вхід до ринку нових фірм або виходу з ринку старих (довготермінові середні витрати і короткотермінові середні витрати дорівнюють ціні).

Усі три умови довготермінової рівноваги можна записати таким чином:

$$\text{Ціна} = \frac{\text{граничні}}{\text{витрати}} = \frac{\text{короткотермінові}}{\text{середні повні витрати}} = \frac{\text{довготермінові}}{\text{витрати}}$$

У разі зміни будь-якої з цих умов у фірми виникнуть причини змінювати свої плани.

Якщо ціна не дорівнює короткотерміновим граничним витратам, фірма повинна змінити обсяг випуску

продукції, залишивши при цьому незмінні розміри підприємства.

Якщо короткотермінові середні повні витрати не дорівнюють довготерміновим середнім витратам, фірма повинна змінити свої розміри.

Якщо ціна нижча від довготермінових середніх витрат, фірми повинні піти з ринку.

Якщо ціна вища від довготермінових середніх витрат, то в інших фірм виникне бажання ввійти на ринок.

14.4. Реакція ринку на зменшення попиту

Стан довготермінової рівноваги, зображений на рисунку 14.5, може існувати, поки не зміняться зовнішні умови. А якщо вони зміняться? Наприклад, має місце довготермінове зменшення ринкового попиту (рис. 14.6).

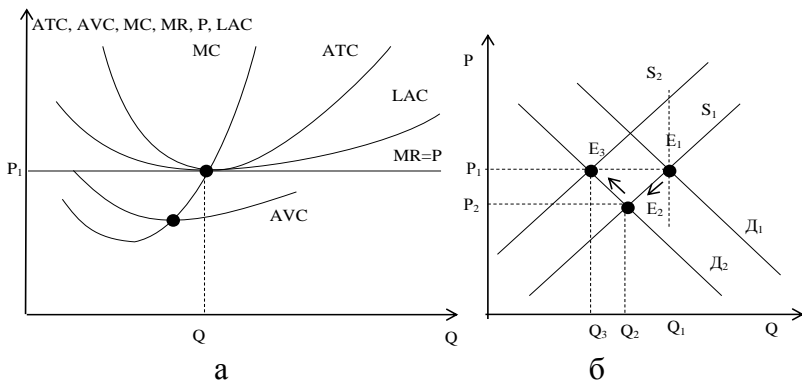


Рисунок 14.6 – Довготермінове зменшення ринкового попиту

Початкова ринкова рівновага точки E_1 (рівноважна ціна – P_1 . За такою ціною фірма працює беззбитково). Якщо попит знижується – крива попиту D_1 переміщується в положення D_2 . Ціна зменшується до P_2 . Оскільки кожна фірма розглядає зниження ціни як процес, не

підконтрольний їй, вона починає скорочувати випуск, щоб зменшити свої втрати, не припиняючи виробництва (рух із точки Е вниз на рис. 14.6 б). У короткотерміновому періоді така ситуація може мати місце, оскільки кожна фірма може зазнати деяких збитків. Однак у довготерміновому періоді постійні збитки для фірми неможливі. Тому якщо крива попиту D_2 не повернеться в положення D_1 , фірма повинна піти з ринку.

Припустимо, що у власника фірми є деякий фінансовий запас, і він вирішив ще трохи попрацювати на даному ринку на відміну від інших, які не витримали зменшення ціни на товар. У міру того як інші фірми одна за іншою залишають ринок, зменшується обсяг ринкової пропозиції (крива пропозиції S_1 переміщується в нове положення S_2). Починається зростання ринкової ціни до P_1 , і фірми, які залишилися на ринку, перестали зазнавати збитків (відбувається рух по кривій граничних витрат у зворотному напрямку рис. 14.6 б).

14.5. Реакція ринку на збільшення попиту

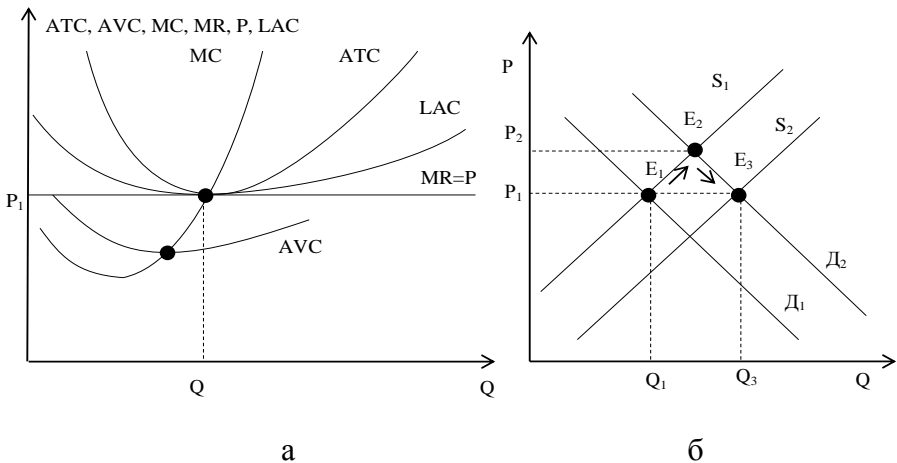


Рисунок 14.7 – Довготермінове збільшення ринкового попиту

При збільшенні попиту (рис. 14.7) крива попиту D_1 переміщується в нове положення D_2 . При цьому ціна P_1 з точки E_1 збільшується до P_2 і переміщується в точку E_2 . Фірма починає отримувати надприбутки. Враховуючи таку ситуацію, на ринок побажають вийти інші фірми. Звісно почне зростати рівень пропозиції, і крива пропозиції S_1 почне рухатися в нове положення S_2 . Разом із нею почнеться рух точки E_2 в положення E_3 , що призведе до зниження ціни з P_2 до P_1 .

**Питання для самоперевірки та контролю засвоєння
знань до розділу 5 з теми 14 «Ринок досконалої
конкуренції»**

1. Ознаки та умови досконалої конкуренції.
2. Основні показники конкурентної фірми та їх аналіз.
3. Критерії оптимізації функціонування фірми в короткотерміновому періоді.
4. Моделі вибору виробником варіантів поведінки на ринку на основі порівняння сукупних витрат і валового доходу.
5. Моделі вибору виробником варіантів поведінки на ринку на основі порівняння граничного доходу і граничних витрат.
6. Умови довготермінової рівноваги на ринку досконалої конкуренції.
7. Реакція ринку досконалої конкуренції на зменшення попиту.
8. Реакція ринку досконалої конкуренції на збільшення попиту.

Тема 15. Теорія монополії

15.1. Максимізація прибутку на довготерміновому інтервалі

Згідно з визначенням монополія – ринкова структура, в якій одна фірма є постачальником на ринок продукту, що не має подібного аналогу. Існує три категорії монополій:

1. Закрита монополія – монополія, яка захищена від конкуренції за допомогою юридичних обмежень (патентний захист, інститут авторських прав).

2. Природна монополія – фірма, у якій довготермінові середні витрати досягають мінімуму лише тоді, коли одна фірма обслуговує весь ринок (Де Бірс).

3. Відкрита монополія – монополія, яка не має ніякого захисту від конкуренції.

Найбільш поширеною вважається **відкрита монополія**.

Для монополії, як і для фірми в умовах досконалої конкуренції, основною є максимізація прибутку. Відмінність між цими структурами полягає лише у відмінностях в обмеженнях, з якими стикаються фірми. Такими обмеженнями є:

1) витрати виробництва;
2) попит на продукцію (монополіст вибирає таку комбінацію «ціна – кількість», яка принесе йому максимум прибутку);

3) монополіст повинен продавати всю свою продукцію споживачам за однією ціною.

Ураховуючи всі ці обмеження, розглянемо поведінку монополіста, який бажає отримувати максимальний прибуток.

На відміну від досконалої конкуренції, в якій

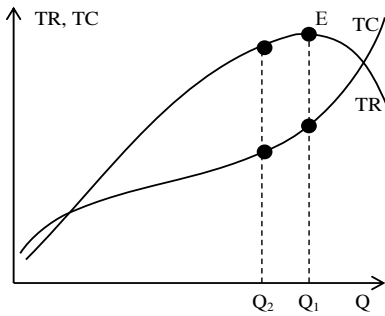
граничний дохід із збільшенням обсягу випуску не змінюється, в монополії **граничний дохід** змінюється зі зміною обсягу випуску. Це відбувається внаслідок того, що крива попиту на продукцію монополіста є одночасно і **ринковою кривою попиту**. Оскільки і ціна, і кількість продукції змінюється відповідно до кривої попиту, монополіст поводить себе зовсім не так, як фірма в умовах досконалої конкуренції. Якщо в умовах досконалої конкуренції виробник для максимізації прибутку вибирає лише оптимальний обсяг виробництва, то монополіст повинен уже аналізувати комбінацію «ціна – кількість» для максимізації прибутку.

Для обчислення прибутку ми повинні мати інформацію про сукупний дохід і сукупні витрати. Інформація для аналізу діяльності монополіста подана в табличній (табл. 15.1) та графічній (рис. 15.1) формах.

Таблиця 15.1 – **Аналіз процесу максимізації прибутку монополістом**

Обсяг випуску	Ціна	Сукупний дохід	Граничний дохід	Сукупні витрати	Граничні витрати	Прибуток
1	10	10		23,8		-13,8
2	9,7	19,4	9,4	27,2	3,4	-7,8
3	9,4	28,2	8,8	30,25	3,05	2,05
4	9,1	36,4	8,2	33,0	2,75	3,4
5	8,8	44	7,8	35,5	2,5	8,5
6	8,5	51	7	37,8	2,3	13,2
7	8,2	57,4	6,4	39,95	2,15	17,45
8	7,9	63,2	5,8	42	2,05	21,2
9	7,6	68,4	5,2	44	2	24,4
10	7,3	73	4,6	46,05	2,05	26,95
11	7	77	4	48,2	2,15	28,8
12	6,7	80,4	3,4	50,5	2,3	29,9
13	6,4	83,2	2,8	53	2,5	30,2
14	6,1	85,4	2,2	55,75	2,75	29,65
15	5,8	87	1,6	58,8	3,05	28,2
16	5,5	88	1	62,2	3,4	25,8
17	5,2	88,4	0,4	66	3,8	22,4
18	4,9	88,2	-0,2	70	4	18,2
19	4,6	87,4	-0,8	74,3	4,3	13,1

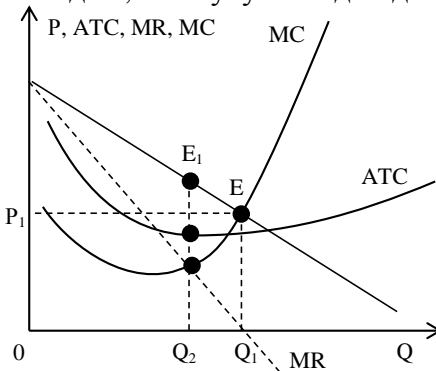
Для аналізу процесу максимізації прибутку використовуємо і графічну інформацію (рис. 15.1).



Підхід «сукупний дохід – сукупні витрати» для аналізу максимізації прибутку поданий на графіку рисунка 15.1. Точка E – точка сукупного доходу – 17 од. Прибуток дорівнює розміру вертикального розриву між кривими сукупного доходу і сукупних витрат.

Рисунок 15.1 – Аналіз процесу максимізації прибутку з використанням підходу «сукупний дохід – сукупні витрати»

Цей розрив максимальний при випуску, що дорівнює 13 одиницям. Тобто максимізація прибутку і максимізація доходу це не одне й те саме, оскільки в інтервалі від 13 до 17 одиниць сукупні витрати зростають швидше, ніж сукупний дохід.



«Граничний» підхід із максимізації прибутку зображений на наступному графіку. Використовуючи цей підхід, ми одержимо такий самий результат: максимальний прибуток – за обсягу виробництва 13 од., а максимальний дохід – за 17 одиниць.

Рисунок 15.2 – Аналіз процесу максимізації прибутку монополістом із використанням підходу «граничний дохід – граничні витрати»

Характерні особливості графіка в умовах монополії:

1. На відміну від досконалої конкуренції, де граничний дохід не змінюється зі зміною обсягу виробництва, в умовах монополії він знижується.

2. Крива граничного доходу завжди розміщена нижче, ніж крива попиту, на відміну від ринку досконалої конкуренції, де граничний дохід завжди дорівнює ціні.

3. Крива граничного доходу завжди пересікає відрізок горизонтальної осі, який розміщений між кривою попиту і вертикальною віссю, точно посередині, якщо лінія попиту має вигляд прямої лінії.

4. Крива граничного доходу пересікає горизонтальну вісь у точці максимального сукупного доходу.

5. Крива граничного доходу розміщена вище від горизонтальної осі, якщо сукупний дохід зростає, і нижче від неї, якщо сукупний дохід спадає.

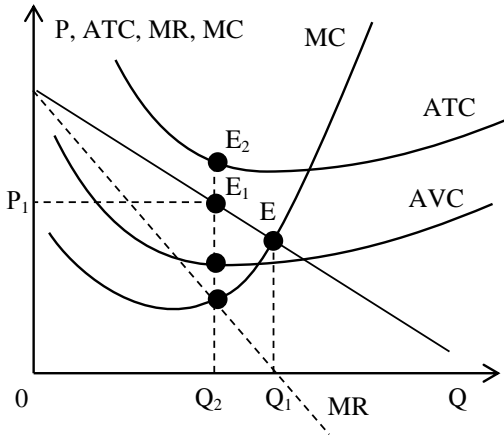
6. Перетин кривих граничних витрат і граничного доходу свідчить про обсяг випуску, за якого прибуток максимальний.

7. Ціна, що забезпечує максимальний прибуток, дорівнює висоті лінії попиту за даного рівня випуску.

Якщо умови на ринку стали несприятливими, монополіст починає робити все, щоб мінімізувати збитки (рис. 15.3).

Цей обсяг може бути продано згідно з кривою попиту за ціною P_1 за одиницю за середніх сукупних витрат V_1 за 1 шт., тобто зі збитком.

Однак ціна P_1 більша, ніж середні змінні витрати. Тобто монополіст буде продовжувати випуск до того часу, поки ціна за продукцію буде більшою, ніж середні змінні витрати.



Крива попиту розміщена нижче від кривої середніх сукупних витрат. Точка E – обсяг продукції, що відповідає максимальному прибутку або мінімальним збиткам фірми.

Рисунок 15.3 – Аналіз процесу мінімізації збитків монополіста

15.2. Цінова дискримінація

Проблеми, пов'язані з розглядом довготермінового періоду в умовах монополії, залежать від ряду факторів:

1. Відсутності загрози появи конкурентів;
2. Наявності відкритої монополії, підприємництва та лімітованого ціноутворення.
3. Фактора закритої монополії.

Якщо в монополіста **відсутня загроза появи конкурентів**, то процес максимізації прибутку в довгостроковому періоді точно такий самий, як і в короткотерміновому. Однак існують такі відмінності:

1. В умовах довготермінової рівноваги фірма повинна функціонувати беззбитково.
2. На відміну від досконалої конкуренції довготермінова рівновага в умовах монополії необов'язково повинна встановлюватися у точці мінімуму

кривої довготермінових сукупних витрат.

3. Ціна, що максимізує довгостроковий прибуток фірми, буде нижчою, ніж ціна, що максимізує короткотерміновий прибуток. Це відбувається від того, що попит на будь-який продукт більш еластичний на довготерміновому інтервалі, ніж на короткотерміновому.

У разі **відкритої монополії** фірма не захищена від появи конкурентів. Тому можливі такі варіанти поведінки фірми:

1. Фірма спочатку підвищує ціну до рівня, який забезпечить фірмі отримання короткотермінового максимального надприбутку до моменту, коли ціни на цю продукцію почнуть знижуватися (у фірми з'явилися конкуренти). До цього моменту дослідний відділ фірми запропонує ринку новий вид продукції, яка дозволить фірмі знову отримувати надприбуток. І так весь час.

2. Фірма встановлює ціну, менш привабливу для конкурентів (лімітоване ціноутворення), які є на цьому ринку, і виграє за рахунок менших витрат на виробництво.

Якщо мова йде про **закриту монополію**, то це зазвичай і чисто умовне визначення. В реальній економіці максимізації прибутку фірми-монополіста може виникнути загроза, як мінімум, із двох позицій: 1) розробленням товарів – замінників і 2) можливістю опротестувати обґрунтованість юридичних бар'єрів, що забороняють вхід на ринок.

15.3. Функціонування ринку в умовах простої монополії

Функціонування ринку в умовах простої монополії далеке від досконалого. Порівняємо два ринки: **ринок досконалої конкуренції (рис. 15.4)** і **ринок монополії (рис. 15.5)**.

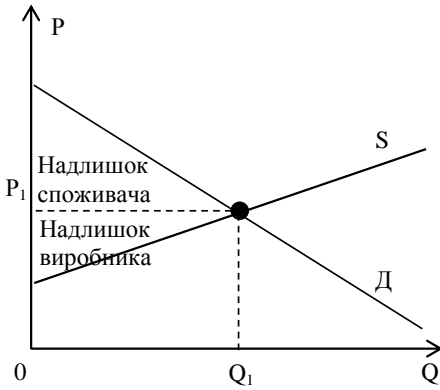


Рисунок 15.4 – Ринок досконалої конкуренції

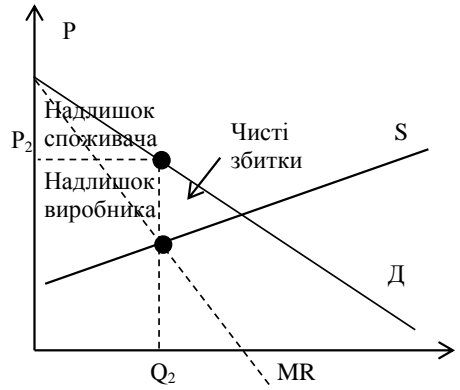


Рисунок 15.5 – Ринок монополії

В умовах досконалої конкуренції крива пропозиції відображає витрати виробництва кожної додаткової одиниці продукції. Рівноважна ціна – P_1 . Рівноважний обсяг – G_1 . І споживачі, і виробники одержують вигоду від цього у вигляді надлишку споживача і надлишку виробника.

В умовах монополії для максимізації прибутку фірма-монополіст обмежується обсягом виробництва на рівні G_2 і встановлює ціну P_2 за одиницю. Надлишок споживача набагато менший від надлишку виробника.

В умовах монополії сумарний надлишок споживача і виробника зменшений на величину чистих втрат (дедвейт – збитків). Це пов'язано із зменшенням обсягу продажів, який збільшив би як доходи виробників, так і потреби споживачів.

Питання для самоперевірки та контролю засвоєння знань до розділу 5 з теми 15 «Теорія монополії»

1. Визначення монополії та її види.
2. Особливості функціонування фірми на ринку монополії.
3. Аналіз процесу максимізації прибутку на монопольному ринку на основі порівняння сукупних витрат і сукупного доходу.
4. Аналіз процесу максимізації прибутку на монопольному ринку на основі порівняння граничного доходу і граничних витрат.
5. Характерні особливості графіка в умовах монополії.
6. Аналіз процесу мінімізації збитків монополіста.
7. Аналіз діяльності монополіста в довготерміновому періоді.
8. Відмінності функціонування ринку в умовах монополії від ринку досконалої конкуренції.

Тема 16. Олігополія та монополістична конкуренція

16.1. Теорія олігополії: взаємозв'язок та таємний зговір

Олігополія та монополістична конкуренція є одними з найбільш поширених ринкових структур.

Олігополія – це галузь, в якій більша частина продажів здійснюється декількома фірмами, кожна з яких може впливати на ринкову ціну своїми діями.

Окремі олігополісти можуть самі впливати на ціну, як і при монополії, однак ціна визначається діями, які приймають усі продавці, як і за досконалої конкуренції.

Основна проблема, під час аналізу діяльності олігополії полягає у визначенні того, з якими обмеженнями стикаються фірми на ринку, де існує декілька конкуруючих компаній. Фірми при олігополії стикаються, по-перше, з обмеженнями, що залежать від рівня витрат на виробництво, по-друге, з факторами попиту на продукцію, і, по-третє, діями конкуруючих фірм.

Зміна прибутку, який фірма може отримати за рахунок зміни ціни, обсягів виробництва або підвищення якісних характеристик продукту, залежить не лише від реакції споживачів, а й від того, як на це зреагують інші фірми, які працюють на цьому ринку.

Залежність поведінки кожної фірми від реакції конкурентів називають олігополістичним взаємозв'язком.

Поведінка олігополії завжди визначається двома силами, що діють у протилежних напрямках. **Перша сила** – це проста зацікавленість фірм у максимізації сукупного прибутку за допомогою домовленості. **Домовленість** – це відкрита або закрита згода між фірмами в даній галузі для встановлення фіксованих цін та обсягів виробництва або обмеження якимось іншим способом суперництва між собою.

Друга сила, що може впливати на поведінку олігополіста, це егоїстична зацікавленість кожного продавця в максимізації своїх власних прибутків, навіть якщо в результаті цього зменшиться загальна величина прибутку даної галузі.

Більш доцільною є використання першої сили – відкритої або закритої домовленості.

Для виникнення такої домовленості необхідна наявність ряду факторів:

1. Імовірність домовленості тим вища, чим більшою мірою правова система дозволяє фірмам як підвищувати ціни, так і змінювати обсяги виробництва.

2. Імовірність домовленості тим вища, чим менша кількість фірм працює на цьому ринку.

3. Імовірність домовленості вища в разі якщо фірмам легше домовитися про сумісні дії і домовленості такого роду повинні відбуватися лише час від часу.

4. Імовірність подовження договірних домовленостей тим вища, чим легше виявити порушення в рамках домовленості.

5. Щоб домовленість давала прибуток у довготерміновому періоді, необхідно не дозволяти іншим фірмам заходити на цей ринок.

Якщо домовленість є відкритою і стосується усіх, або більшості фірм, які працюють на ринку, то результатом такої домовленості є створення **картелю**. Картель може працювати як в умовах досконалої конкуренції, так і в умовах монополії.

Приклад. На ринку працює 100 фірм. Гранічні витрати для усіх фірм – 1 долар на одиницю продукції незалежно від обсягу виробництва.

Крива граничних витрат буде одночасно і кривою пропозиції. Тоді якщо ринок працює в умовах досконалої конкуренції, ринкова рівновага настає в точці А, де ціна

дорівнює 1 долару, а обсяг пропозиції 400 000 шт. (рис. 16.1).

Якщо має місце домовленість між фірмами – створення картелю – ринок починає працювати як монополіст. Дохід монополіста буде максимальним за обсягу, коли граничні витрати дорівнюють граничному доходу (точка Б). При цьому ціна дорівнюватиме 2 дол., а обсяг випуску скоротиться до 200 000 (точка Б'). За такою ціною прибуток галузі становитиме 200 тис. дол. (для кожної фірми по 2 000 доларів). Однак у картелю існують і внутрішні проблеми, які можуть ускладнювати їх створення та роблять їх нестабільними.

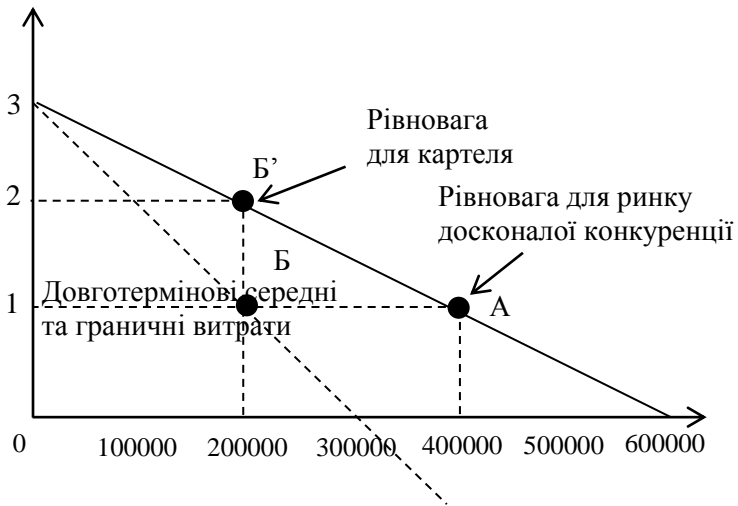


Рисунок 16.1 – Аналіз ринку олігополії

Перша – це контроль за виходом на ринок, оскільки вихід на ринок нових фірм призводить до того, що дохід кожної фірми при цьому не буде знижуватися. **Друга** – це встановлення квот випуску продукції для кожного учасника картелю. Із попереднього прикладу квота кожної фірми становила 2 000 одиниць, але це лише половина того

обсягу, який кожна фірма випускала б в умовах досконалої конкуренції. Таким чином, кожна фірма, яка є членом картелю, намагається обдурити своїх колег, якщо вона впевнена, що інші працюють чесно.

Існує декілька теорій, що характеризують суть олігополії.

Теорія Курно

Виходячи з теорії олігополістичної конкуренції, кожна фірма повинна обов'язково брати до уваги поведінку конкурентів при визначенні своєї ринкової стратегії, тобто кожна фірма встановлює свою ціну так, ніби вона очікує, інші фірми галузі залишать свої ціни без змін. Допустимо, що в галузі працює лише дві фірми (рис. 16.2). Кожна фірма визначає ту ціну, яка дасть фірмі максимальний прибуток за будь-якої ціни, яку може запропонувати конкурент. Ці ціни відображені як так звані «криві реакцій». Криві на графіку описують найкращі ціни для кожної з двох фірм.

Уявимо, що фірма 1 – єдиний виробник, який установив ціну 150 доларів. Потім на ринку з'явилася 2-га фірма, яка встановила ціну 125 доларів, вважаючи, що фірма 1 свою ціну не змінить. За наявності конкурента фірма 1 почне знижувати ціну (перехід у точку В) до 115 доларів. Потім інша фірма почне знижувати свою ціну, поки не встановиться ринкова рівновага в точці Е.

Таким чином, за цін, вищих від точки перетину двох «кривих реакцій», кожна фірма повинна знижувати ціну, яку встановив конкурент. За цін, що знаходяться нижче від точки перетину «кривих реакцій», кожна фірма має стимул підвищувати ціну.

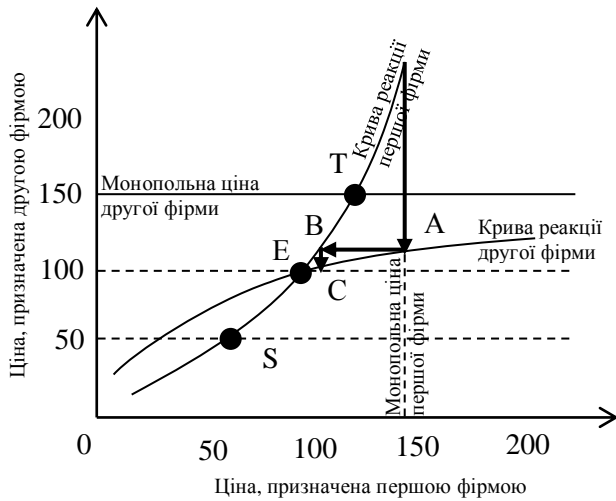


Рисунок 16.2 – Поведінки фірм на ринку олігополії

Теорія ігор у поведінці олігополії

Часто помічають, що в дійсності олігополія – це гра, в якій кожний гравець повинен передбачити дію конкурента настільки, наскільки це можливо. Уявимо ринок, де працює дві фірми: «Альфа» і «Zet». Витрати на одиницю продукції – 1 долар. Обсяг продажу для кожної фірми – 100 одиниць. Для кожної фірми існує чотири можливості поведінки.

Цінова стратегія фірми «Zet»

Цінова стратегія «Альфа»

	\$5	\$4
\$5	\$400	\$240
\$4	\$450	\$360

1. Якщо обидві фірми встановлять ціну за одиницю 5 доларів та реалізують 100 одиниць, то, маючи 4 долари прибутку за одиницю, кожна отримає місячний дохід 400 доларів.

2. Якщо обидві фірми встановлять ціну за одиницю 4 долари та продадуть по 120 одиниць, то, маючи 3 долари прибутку за одиницю, кожна отримає дохід розміром 360 доларів.

3. Фірма «Альфа» знижує ціну до 4 доларів у той час як фірма «Zet» буде тримати ціну 5 доларів. У цьому разі «Альфа» забере в «Zet» 50 споживачів та отримає 450 доларів доходу.

4. Фірма «Альфа» тримає ціну 5 доларів, у той час як фірма «Zet» знижує ціну до 4 доларів. У цьому разі «Альфа» втратить 40 споживачів продукції та отримає дохід 240 доларів.

Що ж відбудеться насправді?

Якщо «Альфа» передбачить, що «Zet» буде тримати ціну 5 доларів, кращим варіантом для «Альфи» буде знизити ціну до 4 доларів.

Якщо «Альфа» передбачить, що «Zet» буде продавати свій товар по 4 долари за одиницю, знову-таки кращим для неї буде тримати таку саму ціну. Тобто в будь-якому разі «Альфі» краще за все тримати ціну 4 долари незалежно від того, що буде робити фірма «Zet». Погляд на ціну з боку фірми «Zet» буде аналогічним.

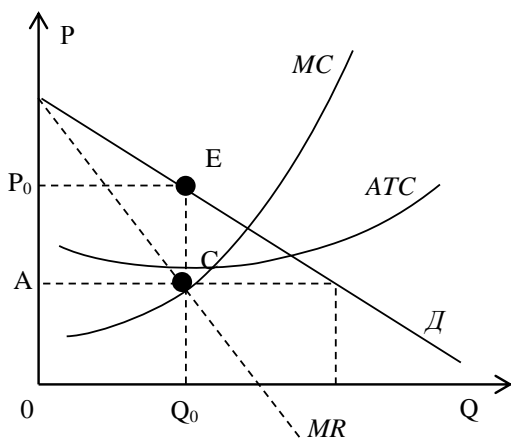
Висновки: кожна фірма зрозуміє, що найбільш доцільним буде тримати ціну однаковою.

16.2. Теорія монополістичної конкуренції

Теорія монополістичної конкуренції описує ситуацію, в якій існує різноманітність товарів за умови, що кожна фірма виготовляє товар, що є близьким замінником інших товарів. Крім того, кожна фірма на ринку настільки мала, що жодна з них не залежить від дії інших.

В умовах монополістичної конкуренції крива попиту спадає, тому що продукт кожної фірми дещо відрізняється від товару конкурентів.

Унаслідок того, що крива попиту на продукцію монополістичного конкурента має нахил, як і для монополії, він сам може вибирати ціну для максимізації прибутку. Механізм такий самий, як і в монополіста в короткотерміновому періоді.



Обсяг випуску (Q), що забезпечить максимальний прибуток. Економічний прибуток фірми — площа прямокутника $PECA$.

Рисунок 16.3 – Функціонування фірми в умовах монополістичної конкуренції в короткотерміновому періоді

У довготерміновому періоді ситуація істотно відрізняється від розглянутої вище, оскільки має місце вхід нових фірм. У міру того як нові фірми з'являться на ринку, збільшиться й кількість товарів-замінників, і крива попиту на продукцію переміститься вліво (рис. 16.4).

Це буде продовжуватися до того часу, поки фірми будуть отримувати прибутки. Рух кривих попиту та середніх сукупних витрат буде продовжуватися до того часу, поки всі фірми на цьому ринку будуть отримувати прибутки, тобто поки ціна буде дорівнювати середнім сукупним витратам.

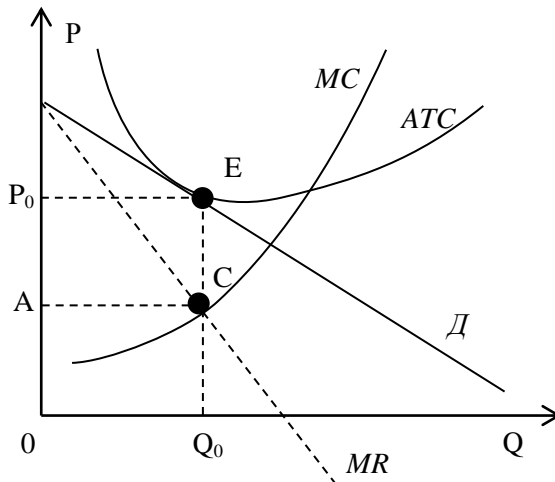


Рисунок 16.4 – Функціонування фірми в умовах монополістичної конкуренції в довготерміновому періоді

**Питання для самоперевірки та контролю засвоєння
знань до розділу 5 з теми 16 «Олігополія
та монополістична конкуренція»**

1. Олігополія та проблеми функціонування її на ринку.
2. Сутність олігополістичного взаємозв'язку на ринку.
3. Поняття картелю та особливості його функціонування на різних ринках.
4. Теорія Курно.
5. Теорія ігор у поведінці олігополії.
6. Теорія монополістичної конкуренції та її особливості.
7. Функціонування фірми в умовах монополістичної конкуренції в короткотерміновому періоді.
8. Функціонування фірми в умовах монополістичної конкуренції в довготерміновому періоді.

Список рекомендованої літератури

1. Закон України «Про власність» // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 20.
2. Закон України «Про господарські товариства» // ДІБП. – 1992. – № 2.
3. Закон України «Про підприємства в Україні» // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 24.
4. Экономика машиностроительного производства : учебник / Ю. А. Абрамов, И. Э. Берзинь, Н. Н. Застрожнова и др. ; под. ред. И. Э. Берзиня, В. П. Калинина. – Москва : Высш. школа, 1998. – 304 с.
5. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. Г. Мельника. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2012. – 864 с.
6. Економіка виробничого підприємства : навч. посіб. / за ред. И. М. Петровича. – 2-ге вид., пер. та допов. – Київ, 2002.
7. Економіка підприємства : підручник / за ред. С. Ф. Покропивного. – Київ, 2002.
8. Економіка підприємства : збірник тестів і задач (Авторизований доступ) : навч. посіб. / А. В. Шегда, Т. Б. Харченко, Ю. А. Сагайдак, Л. О. Пашнюк. – Київ : ЦУЛ, 2010. – 240 с.
9. Гетьман О. О. Економіка підприємства : навч. посіб. / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – 2-ге вид. – Київ : ЦУЛ, 2010. – 488 с.
10. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства : навч. посіб. / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погрішук. – 2-ге вид, переробл. та допов. – Київ : ЦУЛ, 2010. – 304 с.
11. Грэхем Х. Т. Управление человеческими ресурсами : учеб. пособ. / Х. Т. Грэхем. – Москва, 2003.
12. Кэмпбелл Р. Макконелл. Экономикс: принципы,

проблемы и политика : в 2 т. / Кэмпбелл Р. Макконелл, Стенли Л. Брю ; пер. с англ. – Москва : Республика, 1992. – Т. 1. – 339 с. ; Т. 2. – 400 с.

13. Маслак О. І. Економіка промислового підприємства / О. І. Маслак. – Київ : ЦУЛ, 2011. – 172 с.

14. Крылов А. А. Управление персоналом предприятия : учеб. пособ. / А. А. Крылов. – Москва, 2002.

15. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. Г. Мельника. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2012. – 864.

16. Организация и оплата труда на предприятиях в условиях перехода к рыночной экономики / С. И. Радомский и др. – Луганск, 2004.

17. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. / Г. В. Савицька. – Київ, 2004.

18. Тарасюк Т. М. Планування комерційної діяльності / Т. М. Тарасюк. – Київ, 2005.

19. Тарасевич В. М. Ценовая политика предприятия / В. М. Тарасевич. – 2-е изд. – Санкт-Петербург, 2003.

20. Економіка підприємства : збірник тестів і задач : навч. посіб. / А. В. Шегда, Т. Б. Харченко, Ю. А. Сагайдак, Л. О. Пашнюк. – Київ : ЦУЛ, 2010. – 240 с.

21. Шваб Л. І. Економіка підприємства : підручник / Л. І. Шваб. – Київ : Каравела, 2011. – 416 с.

ГЛОСАРІЙ

Амортизація – це поступове перенесення вартості основних фондів на вироблену продукцію з метою накопичення коштів для їх повного відтворення.

Виручка – грошові кошти, отримані підприємством від продажу товарів або послуг.

Витрати виробництва – це вартість факторів виробництва, використовуваних для створення певного обсягу продукції.

Граничні витрати – додаткові витрати виробника на виробництво додаткової одиниці продукції.

Граничний дохід – це приріст валового доходу, що є результатом продажу ще однієї одиниці продукції:

Дохід – надходження коштів або матеріальних цінностей, що мають грошову форму.

Економічна ефективність – це відносна величина, що характеризує результативність використання будь-яких витрат.

Еластичність – здатність однієї змінної реагувати на зміну іншої.

Економічний ефект – виражений у вартісній формі результат будь-яких дій, зокрема господарських заходів.

Засоби виробництва – сукупність елементів, що беруть участь у процесі виробництва продукції.

Змінні витрати – витрати, що пропорційно змінюються зі зміною обсягів виробництва.

Інвестиції – усі види грошових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької діяльності з метою одержання прибутку.

Калькуляція – поданий у відповідній формі розрахунок витрат на виробництво і реалізацію продукції.

Класифікація статей калькуляції – групування статей калькуляції за різними ознаками.

Методи оцінювання основних фондів – облік і оцінювання засобів праці, що здійснюються в натуральній і вартісній формах.

Монополістична конкуренція – ринкова структура, в якій кожна фірма виготовляє товар, що є близьким заміником інших товарів.

Норма амортизаційних відрахувань – частка вартості основних фондів, що повинна бути перенесена на готову продукцію впродовж року.

Обігові кошти – предмети праці, що беруть участь лише в одному виробничому циклі і повністю переносять свою вартість на вартість готової продукції.

Оборотні фонди – частина обігових коштів, що циркулюють у сфері виробництва продукції, споживаються повністю, переносячи свою вартість на продукцію.

Обсяг попиту – кількість товару, який споживачі готові купити за деякий час.

Обсяг пропозиції – це кількість товару, яку продавці бажають продати за певний період.

Олігополія – це галузь, в якій більша частина продажів здійснюється декількома фірмами, кожна з яких може впливати на ринкову ціну своїми діями.

Основні фонди – засоби праці, що зберігають свою речову форму, беруть участь у багатьох виробничих процесах і переносять свою вартість на вартість готової продукції поступово у міру зношування.

Підприємство – форма організації виробництва, що є економічно відособленим суб'єктом господарювання.

Показники економічної ефективності – показники, що характеризують співвідношення ефекту і витрат, які спричинили цей ефект.

Постійні витрати – витрати, які в короткотерміновому періоді не змінюються зі зміною

обсягів випуску продукції.

Поточні витрати – витрати, які мають місце постійно в процесі виробництва продукції.

Прибуток – перевищення доходів від продажу товарів і послуг над витратами на виробництво і продаж цих товарів.

Ринок досконалої конкуренції – ринкова структура, в якій постачальником на ринок одного і того продукту є велика кількість малих фірм, кожна з яких не може впливати на ринкову ціну своїми діями.

Ринок монополії – ринкова структура, в якій одна фірма є постачальником на ринок продукту, що не має подібного аналогу.

Середні витрати – витрати виробництва з розрахунку на одиницю продукції.

Собівартість продукції – виражені в грошовій формі поточні витрати підприємства на її виробництво і збут.

Фонди обігу – засоби, пов'язані з обслуговуванням процесу обігу товарів.

Ціна – сума грошей, за яку продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар.

Навчальне видання

Дегтяренко Олександр Григорович

ЕКОНОМІКА

Навчальний посібник

Художнє оформлення обкладинки Є. В. Нікітюка
Редактор Н. З. Ключко
Комп'ютерне верстання О. Г. Дегтяренка

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 10,0. Обл.-вид. арк. 9,89. Тираж 300 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач
Сумський державний університет,
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3062 від 17.12.2007.