Відокремлений структурний підрозділ
«Харківський торговельно-економічний коледж
Державного торговельно-економічного університету»

Циклова комісія економіки, управління та адміністрування

СУЧАСНА ЕКОНОМІКА ТА БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ ОРГАНІЗАЦІЇ (ТЕХНОЛОГІЇ*)

Конспект лекцій
для здобувачів освітньо-професійного ступеня
«фаховий молодший бакалавр»
спеціальностей D1 Облік і оподаткування, D2 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, D3 Менеджмент, D5 Маркетинг, G13 Харчові технології, J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг, J3 Туризм та рекреація

Харків, 2026

Укладачка: Клепікова Ольга Володимирівна, викладачка циклової комісії економіки, управління та адміністрування, спеціалістка вищої категорії, викладач-методист

Конспект лекцій обговорено та схвалено на засіданні циклової комісії економіки, управління та адміністрування, протокол від 28.08.2026 р. № 1.

Конспект лекцій розглянуто та затверджено на засіданні методичної комісії, протокол від 28.08.2026 р. № 1.

Зміст

Вступ 4
Тема 1. Основи економічних знань 6
Лекція 1.1. Основи економічних знань 6
Питання для самоконтролю 20
Тема 2. Товарно-грошові відносини та ринок 22
Лекція 2.1. Товар та гроші 22
Лекція 2.2. Ринок: сутність та механізм 30
Питання для самоконтролю 41
Тема 3. Економічне зростання та циклічність 42
Лекція 3.1. Основні аспекти функціонування економіки: результати, відтворення та зростання, циклічність 42
Лекція 3.2. Макроекономічна рівновага та нестабільність 50
Питання для самоконтролю 59
Тема 4. Організації в системі ринкових відносин 60
Лекція 4.1. Організації: сутність та види 60
Лекція 4.2. Діяльність та бізнес-середовище організації 70
Питання для самоконтролю 85
Тема 5. Активи (майнові ресурси) організації 86
Лекція 5.1. Поняття та склад активів організації 86
Лекція 5.2. Основні аспекти використання активів організації 94
Питання для самоконтролю 101
Тема 6. Персонал та оплата праці в організації 103
Лекція 6.1. Персонал організації 103
Лекція 6.2. Оплата праці в організації 111
Питання для самоконтролю 121
Тема 7. Результати та ефективність діяльності організації. Основи бізнес-планування 123
Лекція 7.1. Витрати та доходи організації 123
Лекція 7.2. Прибуток та ефективність діяльності організації 133
Лекція 7.3. Основи бізнес-планування 142
Питання для самоконтролю 152
Рекомендовані джерела інформації 153

Вступ

Сучасні організації функціонують у середовищі, яке характеризується динамічністю, глобальними викликами та економічною нестабільністю. За таких умов підвищується потреба у фахівцях, здатних приймати творчі та економічно обґрунтовані рішення в умовах обмежених ресурсів, швидко адаптуватися до змінюваного середовища, ефективно реагувати на непередбачувані ситуації та забезпечувати результативність діяльності організацій.

Знання економічних механізмів необхідні не лише майбутнім економістам, а й здобувачам освіти за іншими спеціальностями, оскільки вони формують уміння орієнтуватися в реальному бізнес-середовищі, розуміти закономірності його функціонування та приймати практичні рішення у професійній діяльності. Разом з тим економіка не обмежується лише сферою бізнесу чи виробництва, вона є невід’ємною частиною життя та важливою складовою світогляду кожної сучасної людини: вона впливає на побутові фінансові рішення, поведінку на споживчому ринку, а також на усвідомлення суспільних і державних процесів. Це обумовлює актуальність вивчення дисципліни «Сучасна економіка та бізнес-середовище організації».

Дана дисципліна є обов'язковим освітнім компонентом освітньо-професійних програм підготовки фахового молодшого бакалавра, що реалізуються у ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету». Для здобувачів освіти, що навчаються на підставі базової середньої освіти (з одночасним виконанням освітньої програми профільної середньої освіти), діючими навчальними планами передбачена її інтеграція з навчальним предметом профільної середньої освіти «Технології» (модуль «Основи підприємницької діяльності).

Дисципліна «Сучасна економіка та бізнес-середовище організації» виступає підгрунтям підготовки фахівців, які відповідають вимогам часу та здатні реалізовувати себе у динамічному економічному середовищі. Вона є ключовою у набутті базових економічних знань майбутніми фахівцями, покликана сприяти розвитку економічної культури і свідомості здобувачів освіти, критичного мислення, формуванню гармонійної, різнобічно розвиненої особистості, для якої знання, уміння, навички і їх постійне оновлення становлять основу самореалізації в економічній сфері суспільства. Вивчення дисципліни поглиблює економічні знання, підвищує конкурентоспроможність здобувачів освіти на сучасному ринку праці та створює умови для розвитку компетентностей, що необхідні для успішного професійного зростання й активної участі у розвитку сучасних організацій.

Предметом навчальної дисципліни «Сучасна економіка та бізнес-середовище організації» є економічні категорії, закономірності та механізми

економічних процесів в сучасних умовах на різних рівнях господарювання.

Метою данної навчальної дисципліни є формування у майбутніх фахівців сучасного економічного мислення, системи економічних знань та практичних навичок, необхідних для здійснення професійної діяльності.

Мета навчальної дисципліни визначає такі її завдання:

– сформувати розуміння основ економічного життя суспільства, основних категорій економічної науки;

– з'ясувати закономірності ринкової економіки, механізм функціонування ринку та формування ринкової рівноваги;

– розкрити сутність економічного зростання та циклічності, а також економічних явищ та процесів, безпосередньо пов'язаних з ними;

– схарактеризувати поняття, види, економічні характеристики організацій та бізнес-середовища їх функціонування;

– визначити поняття, види, особливості господарської та підприємницької діяльності організацій;

– розкрити поняття, види та економічні характеристики ресурсів організації;

– з'ясувати економічну сутність результатів та ефективності діяльності організацій, розкрити шляхи їх покращення;

– сформувати розуміння основ бізнес-планування.

На вивчення курсу відводиться 135 годин (4,5 кредити ЄКТС), на лекційні заняття – 28 годин.

Навчальний матеріал розподілений за сімома темами: «Основи економічних знань», «Товарно-грошові відносини та ринок», «Економічне зростання та циклічність», «Організації в системі ринкових відносин», «Активи (майнові ресурси) організації», «Персонал та оплата праці в організації», «Результати та ефективність діяльності організації. Основи бізнес-планування».

Тема 1. Основи економічних знань

Лекція 1.1. Основи економічних знань

1. Сутність і структура поняття «економіка».
2. Економічні потреби та економічні інтереси.
3. Суспільне виробництво: сутність та стадії.
4. Економічні ресурси та чинники виробництва.

1. Сутність і структура поняття «економіка»

Слово «економіка» знайоме кожній людині з раннього віку. Проте наше первинне уявлення про економіку найчастіше спробне, емпіричне. З окремими сторонами економіки людина стикається повсякденно. Життя кожного з нас пов'язане із задоволенням потреб у продуктах харчування, предметах побуту, одязі та взутті, житлі, засобах транспорту та зв'язку, а також у найрізноманітніших послугах. Товари для споживання виготовляються різними організаціями (підприємствами, фірмами, заводами, фабриками тощо), перевозяться транспортом на ринки та до об'єктів торгівлі. Засоби масової інформації щодня сповіщають про процеси, що відбуваються в господарствах міста чи села, області та держави. Вони висвітлюють також проблеми бюджету, цін, податків, заробітної плати тощо. За цією інформацією створюється уявлення, що саме це і є економіка.

Для того щоб розкрити сутність поняття «економіка», розглянемо походження цього слова. З'явилось воно понад два тисячоліття тому і набуло міжнародного значення. Давньогрецький філософ, історик і письменник Ксенофонт не тільки ввів його у вжиток, а й написав перший трактат про економіку. Два грецьких слова «екос» (домашнє господарство) й «номос» (закон) були об'єднані в одне слово – «економікос», яке пізніше трансформувалося в слово «економіка». Стародавні греки вже розуміли, що вести господарство треба економно, раціонально, дотримуючись певних законів і правил. Водночас наука про господарство ще тільки зароджувалася, і принципи економного ведення господарства були вироблені дослідно, на основі узагальнення практичних дій. І вже згодом, упродовж сотень років закладалися і втілювалися у реальне життя наукові принципи господарської діяльності. Поступово сформувалася економічна наука як складова загальнолюдських знань про засоби створення, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ.

За багатовікову історію існування людства господарство та способи його ведення, закони і правила економічного життя зазнали кардинальних змін. Проте якщо в давнину під економікою розуміли ведення господарства у власному домі, то для сучасної людини таким домом є вся країна.

Господарювати у великому домі досить складно. Що ж таке економіка в сучасному розумінні?

Термін «економіка» сьогодні має різноманітні значення, але якщо їх узагальнити, то тоді: *економіка* – це господарська система, яка забезпечує потреби людей і суспільства шляхом створення і використання необхідних життєвих благ.

Сучасну економіку слід розглядати з трьох аспектів:

– *економіка* – це сфера діяльності людей та суспільних відносин;

– *економіка* – це комплекс народного господарства;

– *економіка* – це наука щодо створення і розподілу споживчих і виробничих благ.

Економіка є багаторівневою. Розрізняють два основні рівні:

– *макрорівень* (від грецького «макрос» – великий);

– *мікрорівень* (від грецького «мікрос» – малий).

Відповідно розрізняють поняття «макроекономіка» і «мікроекономіка».

Предметом *макроекономіки* є загальні закономірності і механізм функціонування національної економіки як єдиного цілого.

Мікроекономіка вивчає закономірності і механізм функціонування економічних процесів на рівні первинних ланок економіки: домогосподарств, організацій (підприємств). В вузькому розумінні – це економіка організації, обґрунтування її економічної поведінки (діяльності) в умовах ринку.

Також виділяють інші рівні економіки і, відповідно, поняття:

– *мезоекономіка,* яка вивчає механізм функціонування економічних процесів на рівні окремих галузей і підсистем національної економіки (агропромисловий, військово-промисловий, територіальні комплекси тощо);

– *мегаекономіка,* яка вивчає закономірності розвитку і функціонування світової економіки, тобто економічні процеси на глобальному рівні.

Економіка – складна система, що складається з різних рівнів, ринків, економічних відносин тощо. Як будь-яке складне явище економіка має структуру. Під *структурою* в загальному сенсі прийнято розуміти склад елементів системи та зв'язки й співвідношення між ними. Відповідно в економічній науці *структуру економіки* розглядають як співвідношення різних елементів економічної системи, що показує, як різні частини економіки працюють разом як єдине ціле.

Залежно від характеру та змісту елементів національної економічної системи на макроекономічному рівні розрізняють такі *види структури економіки*:

– *відтворювальна*. Характеризує використання національного доходу (внутрішнього валового продукту) на відновлення капіталу, споживання та нагромадження; співвідношення між виробничим та особистим споживанням;

– *галузева*. Виражає пропорції розвитку окремих галузей, підгалузей,

видів діяльності, сфер національної економіки;

– *територіальна*. Відображає розміщення виробництва в окремих економічних районах, що визначаються певними умовами;

– *соціальна*. Характеризує співвідношення між організаційно-правовими формами підприємництва, групами населення за рівнем доходів (наявність середнього класу, рівень бідності);

– *зовнішньоекономічна*. Відображає пропорцію між експортом та імпортом товарів, послуг, капіталів тощо;

– *секторальна.* Відбиває співвідношення між ринковим та неринковим секторами економіки;

– *легальна*. Відображає співвідношення між легальною та тіньовою економікою.

Структура національної економіки, її зміна значно впливає на соціально-економічний розвиток країни. Зокрема, внаслідок різноманітних структурних зрушень може відбуватися швидке зростання виробництва, зайнятості і добробуту населення.

2. Економічні потреби та економічні інтереси

Основною проблемою сучасної економіки є безмежність людських потреб за обмеженості ресурсів, що можуть бути використані для їх задоволення.

Потреба – це нужда в чому-небудь, об’єктивно необхідному для підтримки життєдіяльності і розвитку людини, колективу, нації, суспільства в цілому.

Потреба – це відчуття нестачі чого-небудь, або бажання отримання речі чи послуги, за допомогою яких можна позбутися цього відчуття.

Потреби виступають як внутрішній збудник активності. Вони відбивають внутрішні спонукальні мотиви діяльності людей і утворюють складну систему, яку можна структурувати за різними критеріями.

Залежно від характеру виникнення потреби поділяють на:

– *фізіологічні* – потреби в повітрі, воді, їжі, теплі, безпеці;

– *суспільні* – бажання належати до певного кола людей, бути визнаним, користуватися повагою;

– *потреби, породжені розвитком цивілізації* – сучасне медичне обслуговування, транспортні послуги, мобільний зв’язок, розваги тощо.

Існують й інші способи класифікації потреб. Однією з найбільш поширених в економічній літературі є класифікація потреб за системою відомого американського вченого А. Маслоу.

В піраміді Маслоу потреби розташовані за ступенем необхідності (нагальності) їх задоволення. В основі піраміди – фізіологічні потреби. Далі потреби у безпеці та захисті. Наступний рівень – соціальні потреби. Четвертий

рівень – потреби у повазі (самоповага, визнання з боку оточуючих, суспільно значимий статус). Пік піраміди– саморозвиток, самореалізація у творчій праці, мистецтві тощо (рисунок 1.1).

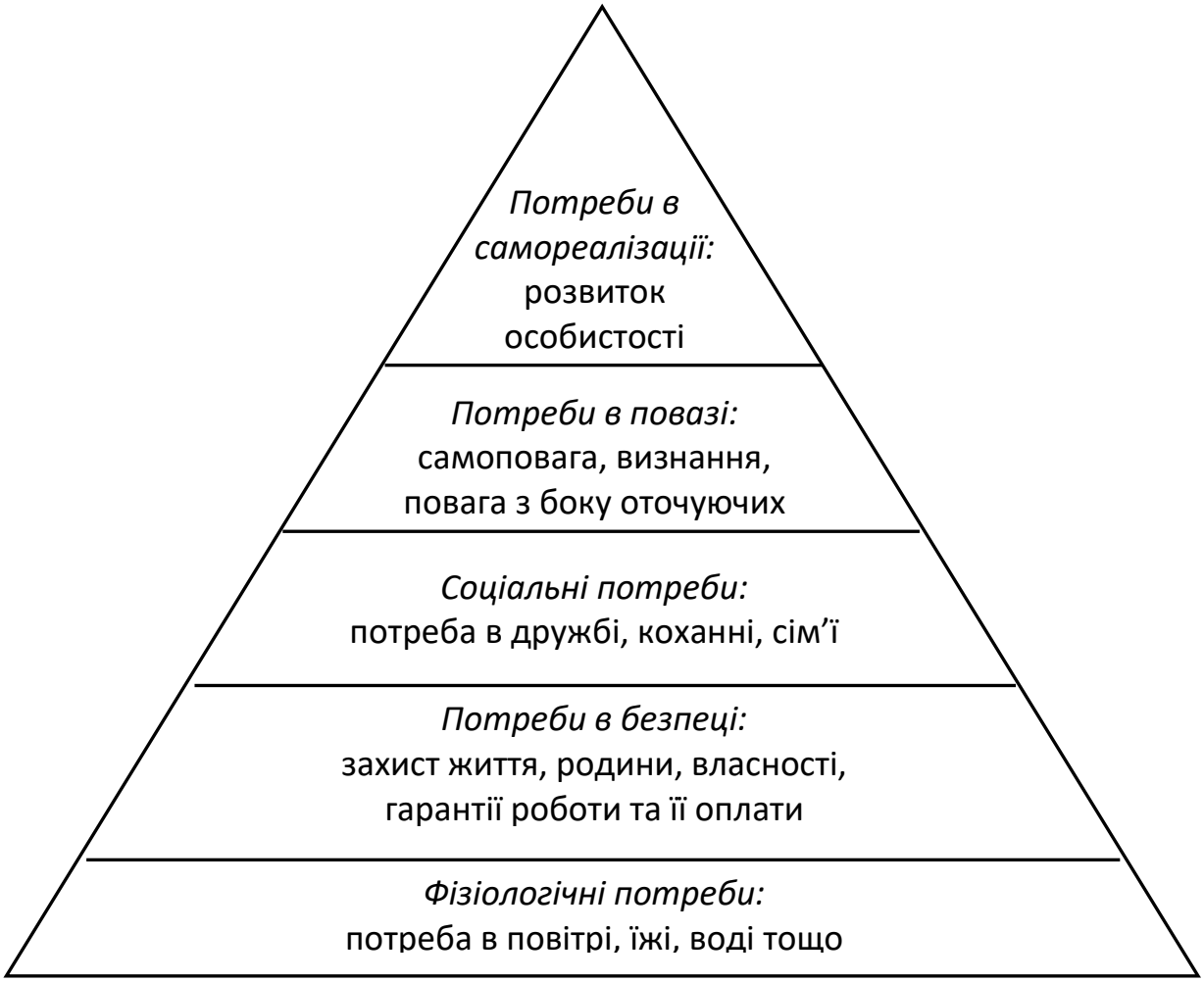


Рисунок 1.1 – Піраміда потреб Маслоу

Основа піраміди Маслоу широка – це найголовніші потреби (фізіологічні та безпеки), без їх задоволення людина не може нормально існувати. Тому їх мають усі, і вони наймасовіші. Вгору – менше людей досягають вищих рівнів (повага, самореалізація), тому піраміда звужується. Поки нижчі потреби задоволені слабо, вищі проявляються менше. Наприклад, якщо людина голодна й не має житла, їй буде важко думати про самореалізацію. Вершина піраміди – самореалізація. До неї доходять ті, хто вже забезпечив базові умови життя і може зосередитися на розвитку та творчості. Тобто піраміда Маслоу показує які потреби першочергові, а які потреби з'являються лише після задоволення базових.

Потреби задовольняються у процесі споживання. Засоби задоволення людських потреб називаються *благами*.

Благо – це будь-яка корисність (предмет, явище, процес), яка

задовольняє людську потребу.

Розрізняють такі блага:

– *неуречевлені* (сонячне світло, спілкування, знання) й *уречевлені* (дари природи, а також продукти праці: їжа, одяг, житло тощо);

– *неекономічні* (необмежені, надані природою без зусиль людини; їхні обсяги перевищують наявні людські потреби) та *економічні* (обмежені; такі, що є результатом чи об'єктом економічної діяльності; їхні обсяги обмежені порівняно з існуючими потребами).

Економічні потреби – це потреби в економічних благах.

Носіями економічних благ є найрізноманітніші товари та послуги. В їх сукупності розрізняють:

1. *За часом доступності*:

– *теперішні блага* – ті, що вже перебувають у користуванні економічних суб'єктів (наприклад, одяг, яким користуємося зараз, або їжа, яку вже маємо);

– *майбутні блага* – товари й послуги, які можна буде використати у майбутньому (наприклад, врожай на полі, що дозріває; квартира, яка ще будується).

2. *За сферою використання*:

– *споживчі блага* – товари й послуги, які безпосередньо задовольняють потреби людей (їжа, одяг, освіта, транспортні послуги);

– *виробничі блага* – ті, що використовуються не прямо для споживання, а для виробництва інших благ (верстати, сировина, обладнання, електроенергія у виробництві).

3. *За фізичною формою існування*:

– *матеріальні блага* – мають речову, відчутну форму (продукти харчування, будинок, автомобіль);

– *нематеріальні блага* – не мають матеріальної форми, але задовольняють потреби людей (знання, інформація, послуги (наприклад, лікаря, перукаря, викладача), авторське право).

Різноманіття економічних потреб зумовлює необхідність їхньої класифікації за наступними критеріями.

1. *За характером виникнення*:

– *первинні (базові)*, пов'язані із самим існуванням людини: їжа, одяг, безпека, житло тощо;

– *вторинні*, виникнення та зміна яких зумовлені розвитком цивілізації: модний одяг, комфортне житло, інформація та інші.

2. *За засобами задоволення*:

– *матеріальні* (потреби в матеріальних благах);

– *нематеріальні* (потреби в нематеріальних благах).

3. *За нагальністю задоволення*:

– *першочергові* (потреби в предметах першої необхідності);

– *другорядні* (потреби в предметах розкоші).

4. *За можливостями задоволення*:

– *насичені, вгамовні* (мають чітку межу і можливість повного задоволення);

– *ненасичені, невгамовні* (не можуть бути задоволені повністю, не мають меж насичення).

5. *За сферою задоволення потреб*:

– *виробничі* (потреби у виробничих благах (засобах виробництва));

– *невиробничі* (потреби у споживчих благах).

6. *За суб'єктами вияву*:

– *особисті* (потреби, що виникають і розвиваються у процесі життєдіяльності індивіда);

– *колективні, групові* (потреби групи людей, колективу);

– *суспільні* (потреби функціонування та розвитку суспільства в цілому).

Система економічних потреб є складною і постійно змінюється. З часом зростає їх кількість, з'являються нові способи та рівні задоволення потреб. У процесі розвитку суспільства вони змінюються й ускладнюються.

Один із основних економічних законів – це закон зростання потреб. Він означає, що коли люди задовольняють одні потреби завдяки розвитку виробництва, у них одразу виникають нові потреби.

Таким чином, існує постійний зв'язок: розвиток виробництва – кращі можливості для задоволення потреб, нові потреби – стимул для подальшого розвитку економіки. Тому зростання потреб є рушійною силою економічного розвитку суспільства.

Економічні потреби тісно пов'язані з економічніми інтересами: потреба – це необхідність у певних благах, а інтерес – це усвідомлений шлях задоволення цієї потреби. Наприклад, якщо є потреба у житлі, то інтересом може бути бажання придбати або орендувати квартиру.

Економічний інтерес – це вигода чи користь, яку люди, групи чи держава прагнуть отримати у процесі економічної діяльності. Він є мотивом економічних дій.

Інтереси не збігаються з потребами:

– потреба – це «що треба»,

– інтерес – це «як і з якою метою задовольнити потребу».

Інтереси завжди пов'язані з рівнем життя, культурою, звичаями і свідомістю людей. Без інтересів економіка не може розвиватися, бо саме вони визначають цілі й мотиви дій.

Соціальним *суб'єктом* вираження економічного інтересу є індивід, сім'я, колектив, суспільство в цілому. *Об'єктом* економічного інтересу є результат суспільного виробництва (продукт, послуга тощо), який іде на задоволення цієї потреби, з приводу якої і складаються конкретні відносини між людьми.

Кожний суб'єкт економічних відносин є носієм конкретного інтересу. Скільки суб'єктів економічних відносин, стільки й економічних інтересів.

Структура економічних інтересів досить різноманітна. Передусім виділяють виробничі інтереси, що пов'язані з організацією виробництва, та невиробничі – пов'язані із задоволенням особистих потреб виробника та його потреб як члена суспільства.

За суб'єктами реалізації економічні інтереси класифікують на:

– державні;

– групові;

– особисті.

До *державних інтересів* відносять:

– інтереси господарювання, пов'язані з виконанням державного бюджету, системою оподаткування, забезпеченням інвестицій в економіку, тарифним стимулюванням експорту тощо;

– забезпечення інтересів управлінської системи як у галузевому, так і територіальному аспекті;

– здійснення інтересів самоконтролю та оптимізації суспільства.

Носіями *групових економічних інтересів* є певні колективи людей. Вияви групового інтересу різноманітні: корпоративний інтерес підприємств, фірм, компаній, асоціацій суб'єктів господарської діяльності, трудових колективів. При цьому економічний інтерес трудового колективу залежить від форми власності, оскільки на державних і приватних підприємствах він має різний зміст.

Особистий економічний інтерес охоплює потреби, пов'язані з реалізацією певної форми власності, правом володіння та користування нею, управління, отримання доходів.

Економічне та суспільне життя характеризується наявністю різноманітних взаємопов'язаних та взаємодіючих інтересів, які утворюють єдину систему. Проте система економічних інтересів у кожному суспільстві суперечлива. Інтереси конкретних індивідів (підприємця і найманого працівника, продавця і покупця) або підприємств і фірм, що конкурують за випуск та реалізацію продукції, або підприємства і держави щодо величини податку, не завжди збігаються. Досягти взаємодії (єдності) інтересів дуже складно, але можливо. Наприклад, у сфері виробництва підприємці та наймані працівники виступають як протилежні сторони економічних відносин (перші зацікавлені в економії заробітної плати, другі – в збільшенні її). Однак вони мають спільний інтерес щодо ефективної роботи цього підприємства (збуту продукції, отримання більшого прибутку), адже від кінцевого результату функціонування підприємства залежать як прибутки підприємців, так і соціальні вигоди працюючих (збереження місця роботи, надбавки і премії до зарплати тощо). Механізм узгодження інтересів у суспільстві визначається передусім сутністю існуючої економічної системи.

3. Суспільне виробництво: сутність та стадії

З метою задоволення своїх потреб людина повинна постійно взаємодіяти з природою і навколишнім середовищем. Так, вона обробляє землю, вирощує різноманітні сільськогосподарські культури, видобуває корисні копалини тощо.

Людина взаємодіє з природою, передусім, у процесі праці. Впливаючи на природу, людина видозмінює природні речовини і пристосовує їх для задоволення своїх потреб. Ця взаємодія людини з природою характеризує процес праці, який містить три основні чинника:

– безпосередньо праця людини;

– предмети праці;

– засоби праці.

Праця – свідома, доцільна діяльність людей, в процесі якої вони видозмінюють природу, опосередковують, регулюють і контролюють обмін речовин між людиною і природою, змінюючи водночас власну сутність. При цьому людина досягає своєї свідомої мети, яка визначає спосіб і характер її дій, підпорядковуючи цій меті свою волю. Цим праця людини відрізняється від інстинктивних дій тварин.

Предмети праці – речовини або речі, на які людина впливає у процесі праці, піддаючи їх обробці (те, на що спрямована праця людини). Вони становлять матеріальну основу продукту, що буде отриманий в результаті праці. Предмети праці поділяються на:

– дані самою природою;

– ті, що попередньо оброблені (продукти попередньої праці).

В переважній більшості предмети праці в сучасних умовах є продуктами попередньої праці: метал на машинобудівельному заводі, борошно на хлібозаводі та інше. Але, у кінцевому рахунку, усі вони черпаються з комор природи. Природа – спільний предмет людської праці. Ті предмети праці, які людина знаходить в самій природі (ліс, кам’яне вугілля в надрах землі, риба в воді та інше), правомірно називати первісними. Піддаючись переробці, з часом все більш глибокій, вони перетворюються у сировину або напівфабрикати. З розвитком науково-технічного прогресу з’являється можливість створювати якісно нові предмети праці із заздалегідь заданими властивостями, саме такі, які відсутні в самій природі. Але й при цьому первинною основою залишається природа.

Засоби праці – річ або сукупність речей, якими людина діє на предмети праці. У сучасній економіці вирішальна роль серед них належить механічним засобам (машини, устаткування тощо). З моменту виготовлення засобів праці починається власне людська праця. До засобів праці належать також усі матеріальні умови процесу праці – будівлі, дороги тощо. Загальним засобом праці є земля як просторовий базис.

Залежно від функцій в процесі праці певна річ може виступати і предметом, і засобом праці. Так, функціонуюче обладнання належить до засобів праці, а те, що перебуває у ремонті, – до предметів праці.

Процес праці є органічною єдністю трьох названих чинників, і визначальна роль у ньому належить людині.

У результаті праці в об'єктивному світі відбувається зміна речей: предмет праці перетворюється на *продукт праці*. Розглянута з точки зору результатів (продуктів) праця виступає як продуктивна праця, як виробництво (у вузькому сенсі слова), а предмети та засоби праці як засоби виробництва.

Виробництво у широкому сенсі можна визначити як процес створення продуктів для існування і розвитку людського суспільства в цілому. Будь-якому виробництву, незалежно від його соціальної форми, притаманні певні загальні ознаки. Основні ознаки виробництва:

1. В процесі виробництва між людьми виникають виробничі відносини, соціально-економічний зміст яких визначається формою власності на засоби виробництва.

2. Виробництво завжди виступає як суспільне виробництво. В будь-якому суспільстві індивідуальні виробники тільки ззовні виступають незалежними та ізольованими один від одного. Реально ж суб'єкти господарювання об'єднані взаємними зв'язками як виробники і споживачі щодо отримання предметів та засобів праці, реалізації готової продукції. Вся ця система господарських зв'язків відображає єдиний економічний організм під назвою суспільне виробництво.

3. Суспільне виробництво має безперервний характер, тобто воно постійно повторюється, відновлюється. Суспільство не може припинити виробляти, оскільки не може перестати споживати. А будь-який процес виробництва, що розглядається в неперервному потоці його відновлення, є в той же час процесом відтворення.

Суспільне виробництво – це сукупна організована діяльність людей із перетворення речовин і сил природи з метою створення матеріальних і нематеріальних благ, необхідних для їх існування та розвитку. Також під ним можна розуміти сукупність індивідуальних виробництв (організацій, підприємств тощо) у їхньому взаємозв'язку, взаємодії, взаємообумовленості та взаємозалежності.

Суспільне виробництво завжди пов'язане із *суспільним поділом праці*, який означає відокремлення і співіснування різних видів трудової діяльності. Розрізняють такі основні форми суспільного поділу праці:

– *загальний*, який виникає в результаті поділу суспільного виробництва на окремі великі сфери (промисловість, сільське господарство, торгівля тощо);

– *частковий*, що є результатом поділу сфер виробництва на галузі

(наприклад, промисловість – на видобувну, енергетичну, харчову промисловість, машинобудування тощо; сільське господарство – на рослинництво і тваринництво; транспорт – на залізничний, автомобільний, морський, повітряний та інші);

– *одиничний* – форма поділу праці, яка характеризує цей процес всередині окремої організації (між цехами, бригадами, працівниками різних спеціальностей).

З розвитком виробництва поглиблювався поділ праці, який, у свою чергу, потребував створення все нових видів виробництва. Сучасне виробництво охоплює сотні різних галузей і видів спеціалізованої праці.

Сучасне суспільне виробництво поділяється на дві великі сфери: матеріальне і нематеріальне виробництво.

До сфери *матеріального виробництва* належать галузі, які створюють, відновлюють або знаходять матеріальні блага (продукцію, енергію, природні ресурси), а також продовжують виробництво у сфері обігу (реалізації) шляхом переміщення, зберігання, сортування, пакування продукції чи інших видів діяльності. Усі інші види діяльності у своїй сукупності становлять сферу *нематеріального виробництва (невиробничу сферу, соціальну інфраструктуру)*.

До галузей сфери матеріального виробництва віднесено: промисловість; сільське господарство; лісове господарство; рибне господарство; транспорт і зв’язок; будівництво; торгівлю і громадське харчування; матеріально-технічне постачання і збут; заготівлю; інформаційно-обчислювальне обслуговування; операції з нерухомим майном; загальну комерційну діяльність по забезпеченню функціонування ринку; геологію і розвідку надр, геодезичну і гідрометеорологічну служби; виробничі види побутового обслуговування населення; інші види діяльності сфери матеріального виробництва.

Усю сукупність галузей матеріального виробництва, в свою чергу, поділяють на основне виробництво та виробничу інфраструктуру. До *основного виробництва* належать ті галуззі, що безпосередньо виробляють матеріальні економічні блага (наприклад, промисловість); до *виробничої інфраструктури* – ті, що створюються умови для належного функціонування основного виробництва (наприклад, транспорт, торгівля).

Нематеріальне виробництво або соціальна інфраструктура має важливе значення у всебічному розвитку особистості, наданні їй можливостей для розумового та фізичного розвитку, отримання професійних знань, підвищення освітнього і культурного рівня. Вона охоплює такі сфери: освіту, включаючи підвищення кваліфікації, охорону здоров’я і фізичну культуру, житлово-комунальне господарство, пасажирський транспорт і зв’язок, невиробниче побутове обслуговування, сферу культури і мистецтва.

Згідно з прийнятою у статистиці методикою обліку до соціальної

інфраструктури належить також наука як найважливіша галузь духовного розвитку людини. Однак, прикладна наука входить також до процесу матеріального виробництва як чинник науково-технічного, а отже, продуктивного розвитку. Така «подвійна» місія властива також і транспорту, зв'язку, торгівлі. Вони належать як до матеріального виробництва (тією мірою, якою в них продовжується процес виробництва), так і до нематеріального (оскільки пов'язані з обслуговуванням людей). Охороні навколишнього природного середовища також властива подвійність. З одного боку, вона належить до матеріального виробництва, оскільки забезпечує чистоту його функціонування, а з іншого – до соціальної сфери, адже створює умови для здорового існування людини.

У результаті суспільного виробництва створюється *суспільний продукт*. У своєму русі він проходить ряд взаємопов'язаних стадій суспільного виробництва (рисунок 1.2): виробництво, розподіл, обмін, споживання.

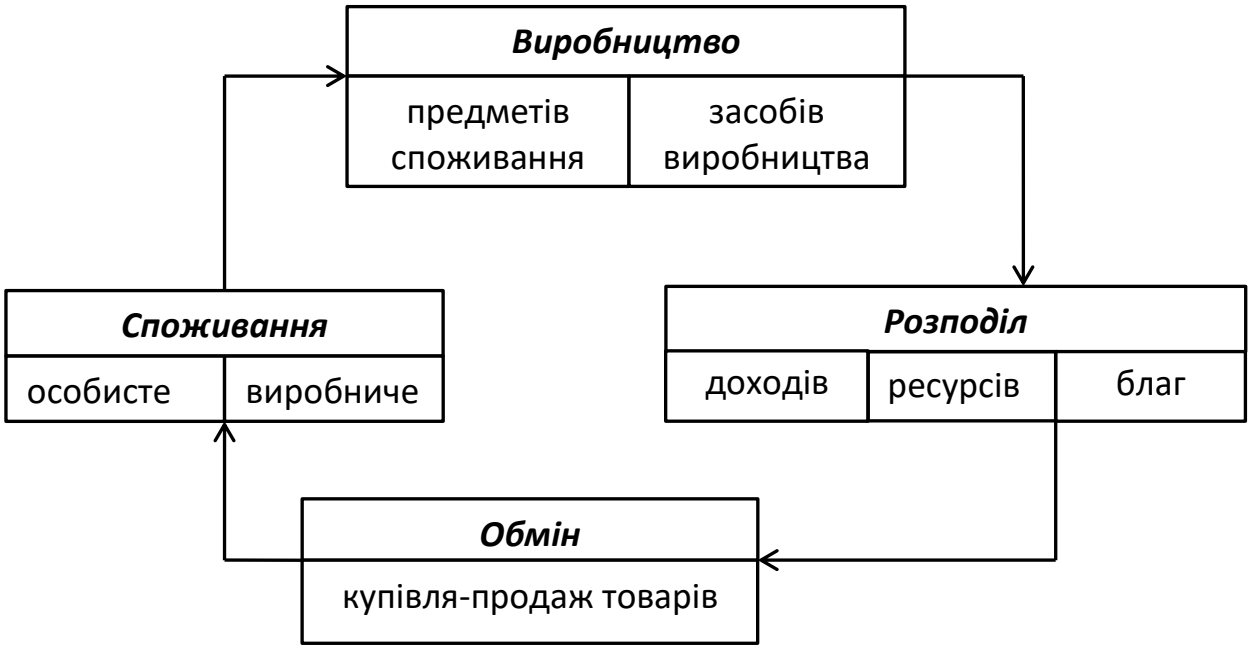


Рисунок 1.2 – Стадії суспільного виробництва

Виробництво – це сфера економічної діяльності, в якій створюється продукт, а точніше – матеріальні блага та послуги, призначені для задоволення індивідуальних і колективних потреб.

Розподіл визначає частку індивідів, організацій (підприємств) та держави у створеному суспільному продукті. В результаті розподілу утворюються доходи громадян і організацій (заробітна плата, рента, процент, прибуток). Ці доходи вважаються первинними. Доходи держави є вторинними, оскільки вони формуються за рахунок оподаткування первинних доходів. У процесі розподілу відбувається і розподіл економічних ресурсів з метою їх подальшого використання в процесі виробництва.

Обмін – це процес, коли в результаті розподілу доходи обмінюються на

товари і послуги. В умовах сучасного товарного виробництва обмін відбувається на ринку і через ринок. Тому відносини обміну в широкому розумінні – це вся система ринкових відносин. Обмін є об'єктивним наслідком суспільного поділу праці. Він здійснює безперервний зв'язок між виробництвом і споживанням. З одного боку, він забезпечує відтворення у натурально-речовій формі засобів виробництва і предметів споживання, з іншого – передбачає взаємне відчуження продуктів праці на основі вартісного еквіваленту.

Споживання – це використання отриманих в результаті розподілу і обміну матеріальних благ для задоволення потреб. Розрізняють:

– *виробниче споживання* – використання ресурсів у процесі виробництва;

– *невиробниче (особисте) споживання* – задоволення людиною, населенням особистих та суспільних потреб.

Виробництво, розподіл, обмін і споживання пов'язані між собою і утворюють одне ціле. Через те що споживання не може перестати існувати, неминучим є постійне повторення виробництва, розподілу і обміну, тобто відбувається процес відтворення. Головним чинником у процесі відтворення є виробництво.

4. Економічні ресурси та чинники виробництва

Одним із найважливіших чинників розвитку виробництва в сучасних умовах є забезпеченість ресурсами.

Ресурси – це запаси чого-небудь, які можна використати в разі потреби; засоби, джерела, можливості, якими можна скористатися в разі необхідності.

До *економічних ресурсів* зараховують усі природні, людські та створені працею людини ресурси, які використовують у виробництві товарів і послуг. На цій підставі їх ще називають *виробничими ресурсами*, оскільки природні, трудові ресурси та ресурси у межах економіки необхідні для процесу виробництва.

В економічній літературі зустрічаються різні підходи до класифікації виробничих ресурсів.

За джерелами походження виділяють:

1. *Виробничі ресурси, що можуть бути відтворені*:

– *природно відтворювані* – частина природних ресурсів (ґрунт, водні басейни, флора, фауна);

– *трудові ресурси* (люди з їхньою робочою силою), що формуються у сфері життєдіяльності;

– *економічно відтворювані* – предмети праці, які підлягали попередній обробці (сировина), засоби праці.

2. *Невідтворювані виробничі ресурси* – корисні копалини, які належать

до предметів праці.

За формою прояву виробничі ресурси поділяють на:

– *об'єктивні* – матеріально-речовинні ресурси (засоби виробництва);

– *суб'єктивні* – трудові ресурси (особисті, людські).

З позицій форми та тривалості участі у виробництві виробничі ресурси підприємств поділяють на:

– *ті, що забезпечують виробництво* – функціонують протягом багатьох циклів і в готовому продукті у буквальному значенні матеріально не втілюються (засоби праці, тобто основні засоби);

– *втілені ресурси* – функціонують протягом одного циклу і є матеріально-енергетичною основою виробленого продукту (предмети праці).

В економічній науці поряд з поняттям «економічні ресурси» («виробничі ресурси») використовується термін «чинники виробництва», («фактори виробництва»). Їх відмінність полягає у тому, що ресурси означають економічний потенціал, а *чинники виробництва* – це ті ресурси, які вже залучені в процес виробництва. Отже, виробничі ресурси є лише потенційним джерелом випуску продукції. Щоб бути представленими саме як сила, тобто як дещо діюче, виробляюче та організоване у створювальний процес, вони повинні об'єднатися, бути задіяними, стаючи у своїй єдності чинниками виробництва. Іншими словами, виробничі ресурси лише тоді є чинниками виробництва, якщо вони знаходяться в органічній єдності та здатні забезпечити виробництво економічних благ.

Виробництво завжди передбачає існування двох чинників:

– *особистий чинник виробництва* – це робоча сила, носіями якої є трудові колективи, люди, зайняті суспільно корисною працею;

– *речовий чинник виробництва* – засоби виробництва (предмети і засоби праці).

Самі по собі засоби виробництва, не охоплені функціонуванням робочої сили, нічого виробити не можуть. Тільки робоча сила як творчий елемент виробництва приводить в рух предмети і засоби праці, примушує слугувати задоволенню своїх потреб. *Робоча сила* – це властивість людини, завдяки якій вона стає людським компонентом продуктивних сил, доцільно витрачаючи свою робочу силу в процесі праці. Інакше кажучи, *робоча сила* – здатність людини до праці, сукупність її фізичних і набутих інтелектуальних знань і досвіду, які використовуються нею у процесі виробництва матеріальних благ та послуг.

Особисті та речові фактори виробництва у сукупності та взаємодії становлять продуктивні сили суспільства. *Продуктивні сили* – засоби виробництва і люди, які їх застосовують та які мають виробничий досвід, навички праці та відповідні науково-технічні знання. Рівень розвитку продуктивних сил є головним критерієм і найзагальнішим показником суспільного прогресу. За сучасних умов до складу продуктивних сил

включаються також наука (специфічна продуктивна сила), освіта, форми і методи організації виробництва.

У сучасній економічній науці, як правило, виділяють такі види економічних ресурсів та чинників виробництва: земля, капітал, праця, підприємницькі здібності та інформацію. Кожен із них має власну, відмінну від інших характеристику, що ґрунтується на узагальненні й спрощенні конкретних спостережень.

Земля дана самою природою й традиційно розглядається як продуктивна сила, що не руйнується. Земля, у даному випадку, – це не лише земельні ділянки, що придатні для використання у сільськогосподарському виробництві. Цю категорію слід тлумачити ширше і розуміти як усі природні ресурси (даровані природою блага). Сюди відносять ліси, родовища мінералів, нафти та газу, водні та інші ресурси, нестворені людською працею.

Капітал – усі виготовлені засоби виробництва, тобто усі види інструментів, машин, устаткування, фабрично-заводські, складські, транспортні засоби і збутова мережа, що використовується у виробництві продукції та просуванні її до споживача. Капітал поділяють на виробничий і грошовий. Виробничий капітал називають інвестиційним ресурсом через те, що його виникнення пов'язане з інвестиціями – перетворенням грошового капіталу у реально діючі матеріальні засоби виробництва. Грошовий (фінансовий) капітал, сам по собі, не є економічним ресурсом. Гроші не беруть безпосередньої участі у виробництві матеріальних благ та послуг, але їх наявність є необхідною передумовою зростання виробничого капіталу в умовах сучасної економіки.

Безпосереднім чинником процесу виробництва виступають людські ресурси: праця та підприємницькі здібності.

Праця є одним з найважливіших економічних ресурсів, без якого земля і капітал залишаються не придатними для задоволення суспільних потреб, перебуваючи у ролі необхідних, але недостатніх чинників процесу суспільного виробництва. В даному випадку праця розуміється не лише як процес використання робочої сили, а й як сама робоча сила, тобто усі фізичні та розумові здібності людей, які застосовуються у виробництві товарів і послуг (за винятком підприємницьких здібностей).

Підприємницькі здібності – це особливий людський ресурс, що є необхідним в умовах ринкової економіки для з'єднання усіх інших ресурсів (землі, капіталу і праці) у єдиному процесі виробництва товарів і послуг. Підприємці організовують процес виробництва благ і послуг на свій страх і ризик займаючись поєднанням матеріальних та людських ресурсів для створення необхідної суспільству продукції. Підприємець як суб’єкт підприємницької діяльності виконує чотири функції:

– по-перше, організовує єднання ресурсів землі, праці, капіталу в єдиний процес виробництва товарів і послуг;

– по-друге, ухвалює рішення у процесі ведення бізнесу;

– по-третє, є новатором, який намагається запровадити у виробництво нові продукти чи нові виробничі технології;

– по-четверте, є людиною, яка ризикує.

Одним з ключових ресурсів на сучасному етапі розвитку суспільства є інформація.

Інформація як чинник виробництва – це дані та відомості, представлені у різних видах та необхідні для виробництва економічних благ, ведення бізнесу. Особливим видом інформації є знання.

Знання – це сукупність відомостей у різних галузях, дані про новітні прийоми та способи використання ресурсів. Вони формуються через освіту, виховання, досвід, купівлю ліцензій або патентів. Носіями даного ресурсу виступають кваліфіковані кадри у сфері управління, продажу та обслуговування покупців, технічного обслуговування товару. Саме цей ресурс дає найбільшу віддачу в бізнесі. При цьому на відміну від інших ресурсів інформація, знання можуть тиражуватися і існувати цілком самостійно (наприклад, торгівля патентами, ноу-хау тощо).

Зараз жодна зі сторін життя людини не може обійтися без знань. Тому багато країн витрачають значні кошти на розвиток освіти, науки, розширення інформаційних систем. Володіння достовірною інформацією – необхідна умова для вирішення поставлених перед економічним суб'єктом проблем. Разом з тим навіть повна інформація не гарантує успіх.

В умовах ринкової економіки всі перераховані вище економічні ресурси вільно купуються і продаються і приносять своїм власникам особливий (факторний) дохід: земля – ренту; капітал – відсоток; праця – заробітну плату; підприємницькі здібності – прибуток.

Key words: economy, economics, macroeconomics, microeconomics, mesoeconomics, megaeconomics, economic needs, economic goods, consumer goods, capital goods, tangible goods, intangible goods, law of increasing needs, economic interests, labor, objects of labor, means of labor, product of labor, social production, social division of labor, production, distribution, exchange, consumption, productive consumption, personal consumption, economic resources, factors of production, labor force, productive forces, Land or Natural Resources, Capital, Labor, Entrepreneurship, Information

Питання для самоконтролю

1. Поясніть сутність поняття «економіка».
2. Визначте рівні економіки, поясніть їх сутність.
3. Розкрийте зміст поняття «структура економіки».
4. Визначте та поясність основні види структури економіки.
5. Розкрийте сутність понять «потреба», «благо».

6. Схарактеризуйте економічні потреби та їх основні види.

7. Поясність сутність економічних благ та їх основних видів.

8. Розкрийте закон зростання потреб.

9. Визначте сутність економічних інтересів.

10. Розкрийте класифікацію економічних інтересів.

11. Визначте елементи процесу праці. Поясність їх сутність та взаємозв’язок.

12. Розкрийте поняття та основні ознаки виробництва, суспільного виробництва.

13. Поясніть сутність та види суспільного поділу праці.

14. Схарактеризуйте матеріальне та нематеріальне виробництво.

15. Визначте та поясніть стадії суспільного виробництва.

16. Поясність сутність понять «ресурси», «економічні ресурси». Схарактеризуйте класифікацію економічних ресурсів.

17. Визначте поняття «чинники виробництва». Поясність його відмінності від поняття «економічні ресурси».

18. Визначте та схарактеризуйте основні види чинників виробництва.

Тема 2. Товарно-грошові відносини та ринок

Лекція 2.1. Товар та гроші

1. Форми суспільного виробництва.
2. Товар та його властивості.
3. Гроші та їх функції.

1. Форми суспільного виробництва

Існують дві основні форми суспільного виробництва – натуральне господарство та товарне виробництво.

Історично першим виникло *натуральне господарство* – така форма організації виробництва, при якій процес створення матеріальних благ спрямований безпосередньо на задоволення власних потреб виробника. В таких умовах створений продукт (його називають натуральний продукт) не набуває товарної форми, а утворює фонд життєвих коштів самого виробника. Натуральне виробництво можливе за умови незначних за обсягом і одноманітних за складом потреб. Натуральне виробництво існувало у первісних народів, у рабовласницьких державах, у феодальну епоху. Ця форма господарювання характерна для традиційної економічної системи. В сучасних умовах натуральне господарство існує у слаборозвинених державах, де переважає доіндустріальна економіка. На індустріальній стадії розвитку на заміну натуральному господарству приходить товарне виробництво.

Товарне виробництво – це така форма організації виробництва, при якій продукт виробляється не для власного споживання, а для обміну (продажу). В умовах товарного виробництва економічні відносини між людьми проявляються через ринок, через купівлю-продаж продуктів їхньої праці, а сам продукт праці стає товаром.

Основні риси натурального та товарного виробництва та їх порівняння представлені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Риси натурального господарства та товарного виробництва

Натуральне господарство	Товарне виробництво
Замкненість господарства, оскільки продукт не виходить за його межі, а споживається самим виробником	Відкритість господарства, оскільки товар призначений для продажу на ринку
Слабко розвинутий суспільний поділ праці (праця має універсальний характер, працівники взаємозамінні)	Сильно розвинутий суспільний поділ праці (виробники спеціалізуються на виготовленні певного виду продукції)

Продовження таблиці 2.1

Натуральне господарство	Товарне виробництво
Традиційність форм і методів виробництва (використання ручної праці, сталий асортимент продукції, технології змінюються повільно, оскільки виробник орієнтується на свої обмежені і заздалегідь відомі потреби)	Інноваційність форм і методів виробництва (постійний пошук нових технологій виробництва, розширення асортименту товарів стимулюється попитом споживачів)
Прямі господарські зв'язки між виробником і споживачем (оскільки це одна і та сама особа)	Опосередковані господарські зв'язки між виробником і споживачем (виробника і споживача пов'язує ринок)

Розрізняють два типи товарного виробництва:

– просте товарне виробництво;

– розвинуте товарне виробництво.

Просте товарне виробництво – це дрібне виробництво індивідуальних самостійних ремісників і селян, що працюють на ринок. Воно було притаманне докапіталістичним суспільствам.

Розвинуте товарне виробництво – це вищий і ефективніший ступінь товарної організації господарства, заснований на великій приватній власності, найманій праці й машинній індустрії. Притаманна капіталістичному суспільству.

До спільних рис простого та розвинутого товарного виробництва належать наступні:

– товар як основа виробництва. В обох типах виробництва основною метою є створення товарів для обміну. Виробники виробляють продукти не для власного споживання, а для продажу на ринку;

– обмін через ринок. І в простому, і в розвиненому товарному виробництві товари обмінюються на ринку за допомогою грошового еквівалента (або іноді за бартером). Ринок є основним механізмом, через який виробники отримують ресурси чи блага, яких вони потребують;

– приватна власність. В обох формах присутня приватна власність на засоби виробництва і товари. Виробники володіють своїми засобами виробництва (інструментами, землею тощо) і результатами своєї праці;

– конкуренція. На ринку в обох системах відбувається конкуренція між виробниками, що стимулює підвищення ефективності виробництва і покращення якості товарів.

Відмінні риси простого та розвиненого товарного виробництва представлені в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Відмінні риси типів товарного виробництва

Просте товарне виробництво	Розвинуте товарне виробництво
Масштаб виробництва	
Дрібні виробники (ремісники, фермери), які працюють для задоволення власних потреб і обміну надлишків на ринку. Виробництво орієнтоване на місцевий ринок, обсяги виробництва невеликі	Великі виробничі підприємства, спеціалізація праці і широкий ринок збуту. Обсяги виробництва великі, часто має місце міжнародний масштаб
Мета виробництва	
Задоволення особистих або сімейних потреб з мінімальним залишком для продажу	Отримання прибутку через максимізацію виробництва і продаж товарів на ринку
Організація праці	
Праця здебільшого індивідуальна. Виробник сам володіє засобами виробництва і сам виробляє товар	Поділ праці, наймана праця і спеціалізація. Власники засобів виробництва не завжди беруть участь у процесі праці
Роль капіталу	
Основний капітал (засоби виробництва) має простий характер (інструменти, обладнання, земля тощо). Виробництво не пов'язане з великими фінансовими інвестиціями	Капітал має ключову роль. Великі інвестиції в обладнання, технології, маркетинг, робочу силу і розширення виробництва
Технологічний рівень	
Традиційні технології, часто ручна праця. Виробництво менш ефективне з точки зору технологій і витрат	Високий рівень технологій, автоматизація, науково-технічний прогрес, що забезпечує масове виробництво з мінімальними витратами

Умовами виникнення товарного виробництва є:

1) розвинений суспільний поділ праці, який створює об’єктивну необхідність обміну між людьми продуктами різних видів праці: внаслідок спеціалізації виробника на виготовленні певного виду продукції він змушений відмовитися від виготовлення інших потрібних йому товарів і купує їх на ринку у інших виробників;

2) індивідуальне привласнення результатів праці: приватна власність виокремлює товаровиробників у самостійні господарські одиниці, і єдиною формою економічного зв’язку між ними стає обмін через ринок.

Життєздатність товарного виробництва пояснюється тим, що:

– йому притаманний ефективний механізм економічного змагання

виробників, який забезпечує стимули до економічного зростання;

– товарне виробництво має унікальну здатність адаптуватися до різноманітних форм власності;

– в умовах товарного виробництва виробники достатньо гнучко реагують на швидкозмінні потреби споживачів, забезпечують більш повне їх задоволення і цим реалізують стратегічну мету суспільного розвитку.

2. Товар та його властивості

Найважливішою категорією товарного виробництва є товар. Історично та логічно цій категорії передувала категорія «благо».

Товар – це продукт праці, призначений для обміну шляхом купівлі-продажу.

Обмінюватися може лише те, що потрібно людям, що має певну корисність. Ця властивість товару задовольняти певну потребу людини називається *споживча вартість товару*. Споживчу вартість має будь-який товар, але він може її втратити, якщо втратить свої корисні властивості або зникне сама потреба у цьому товарі.

Для того, щоб стати товаром, продукт повинен мати ще одну властивість – спроможність обмінюватися на інші товари. Ця властивість товару обмінюватися на інші товари у певних кількісних пропорціях називається *мінова вартість товару.*

Отже, товар має подвійну природу: одночасно є як корисною річчю, так і носієм вартості. Відповідно він має дві властивості – споживчу вартість і мінову вартість. Це є результатом двоїстого характеру людської праці, що міститься в товарі.

З одного боку – праця завжди є конкретною, тобто являє собою цілеспрямовану специфічну виробничу діяльність людини (наприклад, пекаря, столяра, будівельника), результатом якої є певна споживча вартість (наприклад, хліб, меблі, дім відповідно).

З іншого боку, праця є абстрактною, тобто будь-який її вид вимагає затрат людської енергії (фізичної або інтелектуальної). Результатом абстрактної праці є вартість – втілений в товарі суспільний труд, необхідний для його виготовлення. Саме вартість є тим спільним, що є в кожному товарі і дає можливість порівнювати різні за споживчою вартістю товари і визначати пропорцію обміну. Вартість в процесі обміну набуває форми мінової вартості.

Чим же визначається вартість товару?

Одним з фундаментальних економічних законів є *закон вартості*. Він визначає, що обмін товарів на ринку відбувається відповідно до кількості суспільно необхідної праці, вкладеної у їх виробництво. Іншими словами, вартість товару визначається тим, скільки часу та зусиль було затрачено на його виготовлення за середніх умов виробництва в суспільстві.

Основні положення закону вартості:

– вартість товару визначається кількістю праці, необхідної для його виробництва. Це означає, що товари обмінюються між собою на основі того, скільки праці витрачено на їх виготовлення. Чим більше праці вкладено в товар, тим вища його вартість;

– не будь-яка праця визначає вартість товару, а лише та, яка є суспільно необхідною. Це праця, виконана за середнього рівня технологій та продуктивності праці, які характерні для певного часу і місця. Якщо виробник витратив більше часу на виробництво через низьку продуктивність або застаріле обладнання, це не збільшить вартість товару, адже споживачі не готові платити більше.

Закон вартості виконує роль регулятора у системі товарного виробництва. Він впливає на пропозицію і попит: якщо товар продається за ціною вище його вартості, це приваблює нових виробників, збільшується пропозиція, а ціна знижується. І навпаки, якщо товар продається нижче своєї вартості, то виробництво стає невигідним, пропозиція зменшується, а ціна зростає.

Закон вартості стимулює поділ праці та спеціалізацію виробництва. Виробники, щоб отримати більше прибутку, змушені збільшувати продуктивність, знижувати витрати і спеціалізуватися на виробництві певних товарів, що покращує ефективність економіки в цілому.

Наслідки дії закону вартості:

– закон вартості забезпечує певний баланс на ринку: виробництво тих товарів, які продаються за вищою ціною, ніж їхня вартість, збільшується, а тих, що продаються нижче вартості – зменшується.

– закон вартості є основою для формування цін у товарному виробництві. Ціна товару може відхилятися від його вартості через коливання попиту і пропозиції, але, завдяки дії закону вартості, в довгостроковій перспективі ціни на товари прагнуть до рівня їх вартості, визначеної суспільно необхідними витратами праці.

– щоб залишатися конкурентоспроможними і знижувати витрати виробництва, підприємці змушені впроваджувати нові технології, що підвищують продуктивність праці. Це призводить до розвитку виробництва та економіки загалом.

Вартість та споживча вартість є об’єктивними категоріями. Одночасно з ними товар характеризують такі суб’єктивні категорії як корисність і цінність.

Корисність – це суб’єктивне сприйняття споживачем здатності товару задовольнити певну людську потребу. Один і той самий товар з однаковою споживчою вартістю може мати зовсім різний ступінь корисності для окремих споживачів. Люди, купуючи ті чи інші товари, тим самим ніби оцінюють ступінь їхньої корисності конкретно для себе.

Ступінь корисності товару для конкретного індивіда називається

цінністю. Цінність має лише те, що є цінним в очах покупця.

Отже, споживча вартість і вартість є об'єктивними характеристиками товару, а корисність і цінність – суб'єктивними характеристиками. З іншого боку, споживча вартість і корисність відображають якісну сторону властивостей товару, а мінова вартість та цінність – кількісну сторону.

3. Гроші та їх функції

Процес поступового еволюційного розвитку обміну сприяв появі особливого товару, який виділяється з поміж усіх інших товарів, для виконання функції загального еквіваленту обміну. Цей товар отримав назву гроші. Отже, *гроші* – це особливий товар, який виконує роль загального еквіваленту обміну. З появою грошей виникла й *ціна* – грошовий вираз вартості товару.

Функціонування ринкової економіки неможливо без руху грошей. За допомогою грошей встановлюються економічні зв'язки між всіма суб'єктами економіки, відбувається розподіл ресурсів, здійснюється обмін товарів. Будь-яка ринкова інформація сприймається тільки тоді, коли вона надається у грошовій формі: обсяги виробництва, ціни, інфляція, фінанси, бюджет, кредит, витрати виробництва, прибуток та інші. Саме тому існує вислів, що ринкова економіка «розмовляє мовою грошей».

У своїй еволюції гроші пройшли три етапи:

1) товарний, на якому роль грошей виконували різноманітні товари: зерно, худоба, хутро, прикраси тощо;

2) металевий, на якому функція грошей закріпилася за благородними металами – золотом та сріблом;

3) паперово-кредитний, на якому з'явилися паперові (казначейський білет) та кредитні гроші (вексель, банкнота, чек, депозитні та електронні гроші).

Еволюція форм грошей відбувалася від повноцінних грошей до неповноцінних, якими є сучасні гроші.

Повноцінними були гроші, що мали внутрішню реальну вартість, адекватну вартості товару, який виконував функції грошей, чи вартості того матеріалу, з якого гроші були виготовлені, наприклад золоті чи срібні монети.

Неповноцінними є гроші, які набувають своєї вартості виключно в обігу. При цьому вона може істотно відхилятися від вартості того матеріалу, з якого вони виготовлені (банкноти, білонна монета, депозитні та електронні гроші). У сучасний період усі країни світу користуються виключно неповноцінними грошима.

Сутність грошей, їх роль в сучасній економіці проявляється в їх функціях.

1. *Міра вартості* – це функція, в якій гроші забезпечують вираження і

вимірювання вартості товарів, надаючи їй форму ціни. Особливість цієї функції полягає ще й у тому, що гроші її виконують ідеально (тобто без обов'язкової їх наявності). Виконання грошима функції міри вартості передбачає визначення грошової одиниці, яка була б основою для порівняння цін різних товарів. Такою грошовою одиницею, наприклад, у США є долар, в Україні – гривня, які прирівнюються до різної вагової кількості золота.

Встановлена державою вагова кількість золота, що має виконувати роль грошової одиниці, називається *масштабом цін*.

Для зручності вираження цін різних товарів мінімальна вагова грошова одиниця поділяється на рівні, кратні частини: наприклад, долар – на 100 центів, українська гривня – на 100 копійок тощо.

Отже, через міру вартості гроші виражають кількість втіленої в товарах суспільної праці, а через масштаб цін – вагову кількість золота, яка міститься в грошовій одиниці та її складових частинах. Тому міра вартості – суспільна функція, а масштаб цін – розрахункова міра, яку може змінювати держава. Зменшення вагового вмісту золота в грошовій одиниці означає девальвацію, підвищення – ревальвацію.

Девальвація – зниження курсу національної валюти по відношенню до інших валют (насамперед, до так званих «твердих валют») або до золота.

Ревальвація – це протилежний девальвації процес підвищення золотого вмісту чи валютного курсу грошової одиниці країни.

2. *Засіб обігу* – це функція, в якій гроші є посередником в обміні товарів і забезпечують їх обіг. Вартість товару оцінюється не заради спортивного інтересу, а для того, щоб відбулася реалізація: товар повинен перейти від продавця до покупця. І тут гроші виступають у ролі посередника в своїй реальній формі. Тобто, вони повинні бути в наявності. В цій якості гроші виконують функцію засобу обігу, опосередковуючи мінові відносини між людьми з приводу купівлі-продажу необхідних їм товарів. Виконання грішми цієї функції, з одного боку, розв'язує суперечності безпосереднього товарообміну, бо не потребує збігу актів купівлі-продажу ні в часі, ні в просторі. З іншого боку, поява грошей поглиблює суперечності ринкової економіки, оскільки купівля-продаж товарів може розриватися в просторі і в часі. Продавши свій товар, товаровиробник не зобов'язаний одразу купувати інший. Це створює формальну затримку в процесі збуту товарів, тому що коли за продажем не настає купівля, то в іншого виробника товар не буде реалізованим. Отже, він не зможе купити товар у третього виробника і т. д. Цим створюється формальна можливість криз надвиробництва товарів.

Функція грошей як засобу обігу невіддільна від функції міри вартості. У своїй взаємодії вони органічно доповнюють одна одну, реалізують подвійну природу грошей – їхнє призначення виконувати у товарному світі роль загального вартісного еквівалента і водночас бути матеріальним

інструментом обміну товарів.

Між цими функціями існує й протилежність – гроші у зазначених функціях відображують різні аспекти грошових відносин. Ідеться про те, що для номінальної оцінки товару гроші у функції міри вартості можуть реалізувати себе ідеально (ціну на товар можна встановити, не маючи в кишені жодної гривні), але для здійснення кругообігу Г – Т – Г (гроші – товар – гроші) мають бути реальні гроші. Отже, йдеться про ідеальне і реальне, адже функція засобу обігу передбачає готівкову чи безготівкову наявність відповідної кількості грошей.

3. *Засіб платежу* – це функція, в якій гроші обслуговують погашення різноманітних боргових зобов'язань між суб'єктами економічних відносин. З розвитком товарного обігу час реалізації товарів все частіше відривається від часу їх оплати. Це означає, що перехід товарів від продавця до покупця не супроводжується одночасною передачею грошей за цей товар покупцями продавцю. Товари продаються в кредит, тобто з оплатою в майбутньому. Продавець у таких відносинах стає кредитором, покупець – боржником, а гроші починають виконувати функцію засобу платежу.

Необхідність такої функції грошей породжена як відмінностями в часі виробництва й умовах реалізації окремих товарів, так і сезонністю виробничих затрат або заготівель сировини в деяких галузях виробництва (в сільському господарстві, лісозаготівельній промисловості, на підприємствах, що переробляють сільськогосподарську сировину тощо). З часом гроші починають виконувати цю функцію й поза сферою товарного обігу: при сплаті ренти, податків, комунальних послуг, тобто скрізь, де вони переходять з рук у руки, не опосередковуючи рух товарів. У сучасних умовах, особливо в розвинутих країнах світу, функція грошей як засобу платежу набула особливого значення. Вона все більше й більше витісняє функцію грошей як засобу обігу. Гроші як засіб обігу, як правило, обслуговують лише дрібний роздрібний оборот, тоді як у оптовій торгівлі, й тим більше в міжнародній, вони функціонують переважно в якості засобу платежу. Це пов'язано з широким розвитком кредитних відносин і банківської справи, а також появою на цій основі нового засобу обігу – кредитних грошей.

4. *Засіб нагромадження*. У цій своїй функції гроші виступають як засіб утворення скарбів або нагромадження. В деяких випадках гроші вилучаться з обігу. Об'єктивно це зумовлено потребами ринкової економіки:

– по-перше, щоб застрахувати себе від різних випадковостей ринку, кожен товаровиробник повинен мати можливість купувати інші товари незалежно від того, коли й за яких умов будуть реалізовані його власні товари. Для цього необхідно мати грошовий резерв, що передбачає його тимчасове вилучення з обігу;

– по-друге, придбання предметів споживання значної цінності (житло, меблі, транспортні засоби, побутова техніка та інше) теж передбачає

попереднє нагромадження грошей, а отже, й вилучення їх з обігу.

Функцію грошей як засобу утворення й нагромадження скарбів може виконувати лише наявне золото. В умовах паперово-грошового обігу також має місце нагромадження (збереження) поруч із золотом і паперових грошей. Проте в результаті інфляційних процесів вони швидко знецінюються.

5. *Світові гроші* – це функція, в якій гроші обслуговують рух вартості в міжнародному економічному обороті і забезпечують реалізацію взаємовідносин між країнами. З розвитком міжнародного поділу праці товарний обіг виходить за рамки національних кордонів. Відповідно й гроші починають обслуговувати міжнародну торгівлю, виходять на світовий ринок. У цій функції вони виступають як світові гроші.

У світовому обороті гроші функціонують, насамперед, як засіб платежу. Це зумовлюється тим, що розрахунки між країнами здійснюються, як правило, не за кожною угодою (торговельною чи фінансовою), а шляхом заліку боргових зобов'язань через банки.

Необхідність перевозки золота з'являється лише у випадку виникнення заборгованості, яка не покривається шляхом взаємних розрахунків. Незважаючи на те, що природі світових грошей відповідає їх функціонування в формі золотих зливків, у практиці міжнародних розрахунків застосовуються й грошові знаки окремих держав. Причому роль замінників світових грошей виконується валютою тієї країни, яка в певний період посідає провідне місце в світових економічних зв'язках. Так, до першої світової війни в ролі світової валюти функціонував переважно англійський фунт стерлінгів. Згодом ця роль перейшла до американського долара.

Лекція 2.2. Ринок: сутність та механізм

1. Ринок: сутність, функції, структура, інфраструктура.
2. Ринковий механізм та його основні елементи.
3. Конкуренція як елемент ринкового механізму.

1. Ринок: сутність, функції, структура, інфраструктура

Ринок – це найбільш розповсюджена категорія в економічній теорії і часто застосовується як щось усім відоме, що не потребує будь-яких пояснень. Спочатку ринок вважався місцем обміну товарів, базаром, ринковою площею. Ринок в такому вигляді з'явився, коли обмін між общинами став порівняно регулярним, набуваючи форми товарного обміну, який здійснювався у визначеному місці і у визначений час. З появою міст торгівля помітно розширюється, за ринками закріплюються певні території, ринкові площі.

На сьогодні *ринок* – це механізм поєднання виробників і споживачів або сукупність економічних відносин, що складаються між продавцями і покупцями з приводу обміну (купівлі-продажу) товарів і послуг, організованого за законами товарного обігу (закон вартості, закон попиту, закон пропозиції).

Ринок функціонує на основі товарно-грошових відносин, що відображають як прямі (виробництво – ринок – споживач), так і зворотні господарські зв'язки.

Виділяють суттєві умови функціонування ринку, серед них:

– *економічна свобода*, під якою розуміють вільність вибору економічними суб'єктами товарів, які вони будуть виробляти, ресурсів, видів та способів господарської діяльності. Економічна свобода захищає господарюючих суб'єктів від примусу з боку інших суб'єктів господарювання. Економічна свобода реалізується в рамках єдиних правил, що формуються державою;

– *конкуренція економічних суб'єктів*, яка передбачає розосередження економічної влади між учасниками обміну таким чином, щоб ніхто з них не мав можливості суттєво впливати на ринкову ситуацію, змінюючи її для своєї вигоди;

– *вільне ціноутворення*, яке виступає як базовий координуючий механізм ринку. Ціни, що виникають у результаті угод між покупцями та продавцями, координують дії мільйонів людей, кожен з яких переслідує виключно свої інтереси. В результаті цінової координації зі стихійних та непланових дій виростає узгоджена економічна структура;

– *багатоманітність форм власності і видів господарювання*, серед яких, як показує світовий досвід, чільне місце займає приватна власність.

Значення ринку найкраще розкривається через його основні функції:

1. Функція регулювання. Ринок регулює всі економічні процеси – виробництво, обмін, розподіл, споживання, визначаючи пропорції і напрями розподілу економічних ресурсів на мікро- та макрорівні за рахунок розширення або звуження попиту і пропозиції.

2. Функція стимулювання. Ринок спонукає виробників товарів до зниження витрат, підвищення якості та споживчих властивостей товарів.

3. Розподільча функція. Доходи виробників і споживачів у ринковій економіці диференціюються через ціни, зумовлюючи соціальне розшарування суспільства за доходами.

4. Функція санації. Ринок через конкуренцію очищає економічне середовище від неконкурентоспроможних господарств і підтримує найсильніші.

5. Інформативна функція. Ринок через ціни інформує виробника, торговця, споживача про те, що вигідно виробляти і купувати, а що ні, скільки чого треба запропонувати, на які верстви населення варто орієнтуватися у

своїй господарській діяльності.

6. Функція інтеграції. Ринок об’єднує суб’єктів економічної системи в одне ціле, сприяючи формуванню єдиного економічного простору як у межах окремої держави, так і в межах світової економіки.

Всі ці функції ринок в ідеалі виконує автоматично, без будь-якого втручання зовні. Однак, у реальному житті ринкова система постійно проявляє деякі істотні недоліки та внутрішні обмеження, які не дозволяють цілком самостійно виконувати поставлені вище завдання. Звідси виникає потреба у державному регулюванні економіки.

Структура ринку – це сукупність елементів, з яких він складається і які взаємодіють між собою. Структура ринку визначається його суб'єктами та об'єктами.

Суб'єктами ринку є продавці та покупці. В ролі продавців і покупців виступають домогосподарства (одна особа або кілька осіб), підприємства (організації), держава. Більшість суб'єктів ринку діють одночасно і як покупці, і як продавці.

Об'єктами ринку є товари. Товарами виступає не тільки вироблена продукція та чинники виробництва (земля, праця, засоби виробництва, капітал), а й послуги, ноу-хау, інформація, гроші.

Ринки можна класифікувати за різними ознаками.

1. За економічним призначенням:

1.1. *Фінансовий ринок* – це певна сукупність економічних відносин з приводу організації і купівлі-продажу вільних грошових коштів і перетворення їх на грошовий капітал. Фінансовий ринок складається із ринків:

а) *ринок капіталів* – здійснює інвестиції у розвиток виробничої і невиробничої сфери економіки;

б) *кредитний ринок* є сукупністю відносин між надавачами і одержувачами позики в товарній або грошовій формі;

в) *ринок цінних паперів*, який поділяється на первинний (емісія цінних паперів, випуск їх в обіг) та вторинний (забезпечує перепродаж раніше випущених цінних паперів через фондову біржу);

г) *валютний ринок* є сукупністю економічних відносин з приводу купівлі-продажу іноземних валют і платіжних документів (чеків, векселів).

1.2. *Ринок робочої сили* – це сукупність економічних відносин між найманими працівниками, підприємцями і біржами праці з приводу організації, використання і купівлі-продажу робочої сили.

1.3. *Ринок засобів виробництва* складається з ринку засобів праці (машин, обладнання, устаткування тощо) і ринку предметів праці (матеріалів, сировини, енергоресурсів).

1.4. *Ринок інформації* – це сукупність економічних відносин з приводу збирання, обробки, систематизації інформації та її продажу кінцевому

споживачу.

1.5. *Ринок інтелектуальної власності* має своїми об'єктами патенти, ліцензії, проекти, «ноу-хау», наукові прогнози тощо. Цей ринок є сукупністю відносин, які виникають і розвиваються між людьми з приводу створення і привласнення названих об'єктів власності.

2. За територіальною ознакою:

2.1. *Місцевий ринок* у вигляді селищного, міського, районного, обласного, регіонального ринків;

2.2. *Національний (внутрішній) ринок* – сукупність ринків всередині країни;

2.3. *Світовий (зовнішній) ринок* – це сукупність і взаємодія національних ринків різних країн.

3. За нормами чинного законодавства:

3.1. *Легальний (офіційний) ринок* – це ринок, що офіційно дозволений та відкритий для оподаткування;

3.2. *Нелегальний (тіньовий) ринок* – це незареєстрований ринок, на якому відбувається ухиляння від оподаткування.

4.За умовами дії:

4.1. *Вільний ринок* – це ринок, на якому велика кількість продавців та покупців здійснюють акти купівлі-продажу в умовах вільного ціноутворення. Усі продавці та покупці мають однакову інформацію про стан ринку (ціни, товари, попит, пропозицію); вони можуть вільно входити в ринок і виходити з нього.

4.2. *Монополізований ринок* – це ринок, на якому діє один (або декілька) продавців, що встановлюють завищену ціну, а також перешкоджають входженню на ринок новим учасникам. Доступ до інформації на такому ринку обмежений.

4.3. *Регульований ринок* – це ринок, на якому держава законодавчо обмежує економічну свободу його окремих учасників, захищаючи конкуренцію, ціни тощо.

5. Залежно від мети учасників ринку та видів торгівлі:

5.1. *Оптовий ринок* – це ринок, на якому держава, підприємства (організації) та громадяни закуповують товари у великій кількості для подальшої їх переробки або для перепродажу;

5.2. *Роздрібний ринок* – це ринок, на якому покупці купують товари і послуги в роздріб, тобто поштучно, переважно для особистого споживання.

Для раціонального функціонування ринків потрібна *ринкова інфраструктура* – сукупність організацій, установ, посередників, що забезпечують функціонування певного виду ринку та системи ринків у цілому.

Елементи ринкової інфраструктури:

1. Організаційно-технічна інфраструктура, яка включає товарні біржі,

аукціони, торгові доми, торгові палати, ярмарки, оптові ринки, брокерські фірми, транспортні компанії.

2. Фінансово-кредитна інфраструктура, до якої належать банки, фондові і валютні біржі, страхові компанії, інвестиційні, пенсійні та інші фонди тощо.

3. Науково-дослідницька інфраструктура, яка включає науково-дослідні установи, консалтингові компанії, інформаційні центри, рекламні агентства.

4. Державно-регулятивна інфраструктура: біржі праці, органи ліцензування, служби оподаткування, митні служби тощо.

Функції інфраструктури ринку:

1) правове та економічне консультування підприємств, захист їхніх інтересів у державних та інших структурах;

2) страховий захист підприємницької діяльності;

3) забезпечення фінансової підтримки і кредитування;

4) підвищення ефективності роботи суб'єктів ринку;

5) створення умов для ділових контактів підприємців;

6) сприяння матеріально-технічному забезпеченню і реалізації товарів;

7) регулювання руху робочої сили;

8) здійснення маркетингового, інформаційного та рекламного обслуговування.

2. Ринковий механізм та його основні елементи

Ринок є саморегульованою системою. Механізм ринкового саморегулювання включає: взаємодію попиту і пропозиції, ринкову ціну, конкуренцію.

Попит – це представлена на ринку платоспроможна потреба в товарах і послугах. *Величина попиту* – конкретна кількість блага, яку споживач хоче купити за конкретною ціною.

Пропозиція – це обсяг товарів, який виробники хочуть і можуть поставити на ринок за різною ціною за певний проміжок часу. *Величина пропозиції* – це певна кількість товару, який виробник реалізує за певною ціною.

Ціна – грошовий вираз вартості товару. На ринку, як правило, розрізняють три види ціни:

а) *ціна попиту* – це гранична максимальна ціна, яку покупці ще згідні заплатити за товар;

б) *ціна пропозиції* – гранична мінімальна ціна, яку продавці ще згідні взяти за свій товар.

в) *ціна рівноваги* – це ціна, яка встановлюється при врівноваженні попиту та пропозиції.

Конкуренція – це економічна боротьба між відокремленими

виробниками продукції, робіт, послуг щодо задоволення інтересів, пов'язаних з продажем продукції одним й тим самим споживачам.

Ринковий механізм ґрунтується на дії важливих економічних законів, серед яких закони попиту та пропозиції.

Попит залежить від ціни, причиною зміни попиту є зміна ціни. Причинно-наслідковий зв'язок між ціною товару і величиною попиту є *законом попиту*: чим вища ціна на товар, тим менший на нього попит з боку покупців, і навпаки, чим нижча ціна, тим більшим буде попит.

Графічно залежність між ціною та величиною попиту відбиває крива попиту (рисунок 2.1).

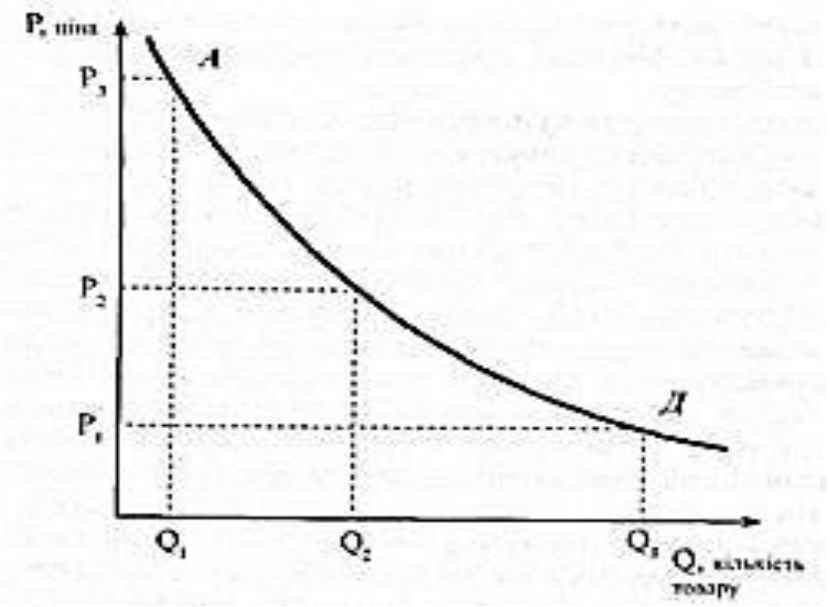


Рисунок 2.1 – Крива попиту

Крива попиту має нахил, який свідчить про зворотну залежність між двома змінними: ціною за одиницю товару (Р) і обсягом його продажу (Q).

Закон попиту відображає найбільш типову ситуацію взаємозв'язку «попит–ціна». Але можливий ряд винятків, коли попит реагує на зміну ціни незвично:

1. Ефект снобізму (ефект Веблена). Деякі люди (багаті або які бажають здаватися такими) збільшують покупки в міру зростання цін, прагнучи купувати найбільш дорогі речі з міркувань престижу.

2. Ефект заміщення. Збільшення ціни на товар Х змушує споживача шукати йому заміну в інших товарах, що задовольняють ту ж потреба, і якщо існує такий товар У, попит на цей замінник (*субститут*) зростає.

3. Парадокс Гіффена. Така ситуація іноді складається на ринку ряду продовольчих товарів – таких, наприклад, як хліб чи картопля. Якщо рівень економічного розвитку країни є низьким, то основна маса населення витрачає на їх купівлю значну частину своїх доходів. У випадку підвищення цін на ці продукти люди почнуть збільшувати попит на них, відмовляючись

від придбання інших товарів.

Крім ціни, на попит впливають також нецінові чинники:

– кліматичні та погодні умови – попит на певні товари коливається залежно від клімату, а також сприятливої чи несприятливої погоди;

– доходи споживачів – збільшення доходів населення призводить до зростання попиту;

– очікування споживачів – очікування зростання цін у майбутньому збільшує поточний попит і навпаки;

– ціна на взаємопов’язані товари**,** тобто товари, споживання яких певним чином пов'язане зі споживанням даного товару. В цій ситуації напрямок зміни попиту залежить від того, якими є ці товари: взаємозамінними (*товари-субститути*) чи взаємодоповнюваними (*товари-комплементи*). Наприклад, яловичина і свинина є товарами-субститутами. Коли ціна на яловичину зростає, покупці куплятимуть її в меншій кількості, але в той же час зросте їхній попит на свинину. Якщо зростає ціна на товар-комплемент, то зменшується попит на цей товар і на доповнюючий (зростання цін на бензин змушує власника авто менше ним користуватися, а відтак знижується попит на бензин);

– зміна особистих смаків та уподобань споживачів (наприклад, через тенденції моди).

Внаслідок зміни попиту під дією нецінових чинників змінюється й крива попиту АД (рисунок 2.2). Якщо попит зростає, то, за інших рівних умов, крива попиту переміщується праворуч вгору ($А_1Д_1$), що означає збільшення обсягу продажів товару за незмінною ціною, а коли зменшується – ліворуч вниз ($А_2Д_2$).

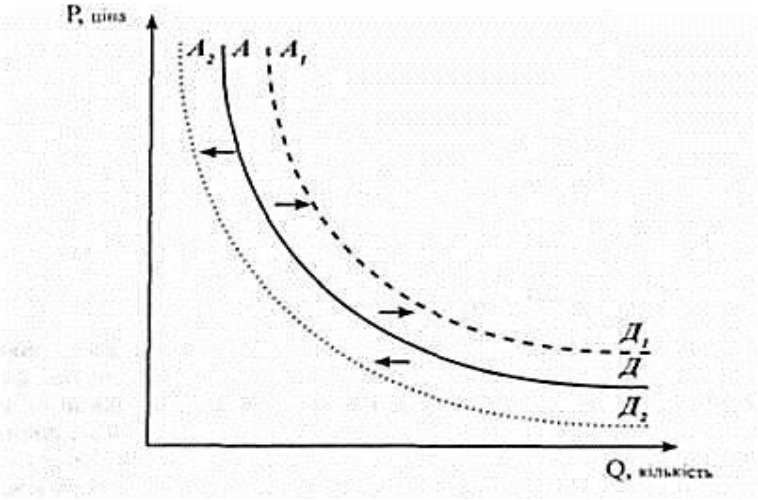


Рисунок 2.2 – Зміни попиту під впливом нецінових чинників

Сталий причинно-наслідковий зв’язок між ціною та обсягом товарів (послуг), який товаровиробник здатний поставити на ринок, виражається *законом пропозиції*: з підвищенням цін зростає величина пропозиції, і

навпаки, із зниженням цін скорочується також і пропозиція.

Це пояснюється тим, що виробництво товарів ведеться задля прибутку. Чим вища ціна, тим більший прибуток, отже, вигідніше виробництво товару.

Графічно, залежність величини пропозиції від ціни відбиває крива пропозиції (рисунок 2.3). Вона має зростаючий нахил, тому що з підвищенням ціни товару збільшується величина його пропозиції.

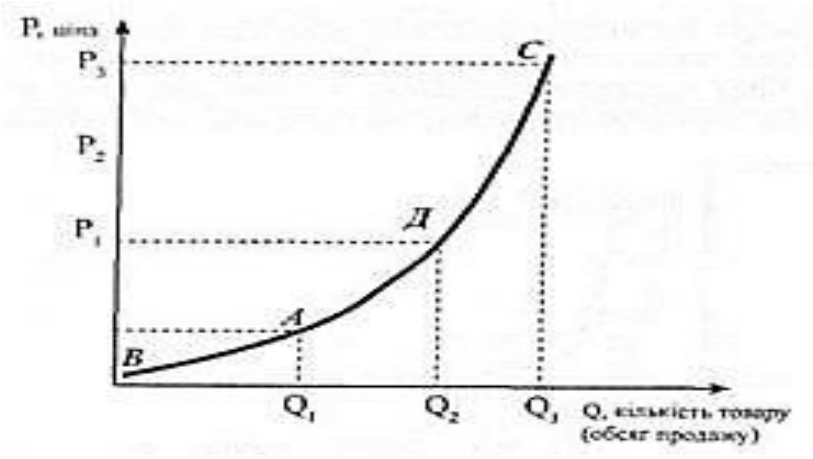


Рисунок 2.3 – Крива пропозиції

Крім ціни на пропозицію впливають також нецінові чинники:

– технології виробництва (застосування нових технологій дає змогу зменшити собівартість продукції і веде до збільшення пропозиції);

– зміна цін на ресурси (зростання цін на ресурси призводить до збільшення витрат виробництва, зростання собівартості продукції, що змушує підприємця скорочувати пропозицію свого товару);

– зміна цін на споріднені товари. Якщо ціна на товар А зростає, а на товар Б залишається незмінною, то вигідніше вигідно виробляти товар А, зменшивши тим самим виробництво товару Б;

– податкове навантаження (виробники розглядають податки як витрати виробництва, тому збільшення податків збільшує витрати виробництва і скорочує пропозицію);

– наявність або відсутність конкурентів на ринку (зростання кількості конкурентів зумовлює збільшення пропозиції незалежно від цін товарів);

– очікування виробників (величина пропозиції залежить від оптимістичних чи песимістичних очікувань виробників).

Коли будь-який із наведених вище факторів змінюється, то крива пропозиції переміщується праворуч або ліворуч від початкового положення. Зміна пропозиції виражається переміщенням усієї кривої пропозиції або праворуч (збільшення пропозиції), або ліворуч (зменшення пропозиції).

Ситуація на ринку, коли виробники пропонують за певною ціною стільки товару, скільки споживачі готові купити, називають *ринковою рівновагою* (рисунок 2.4).

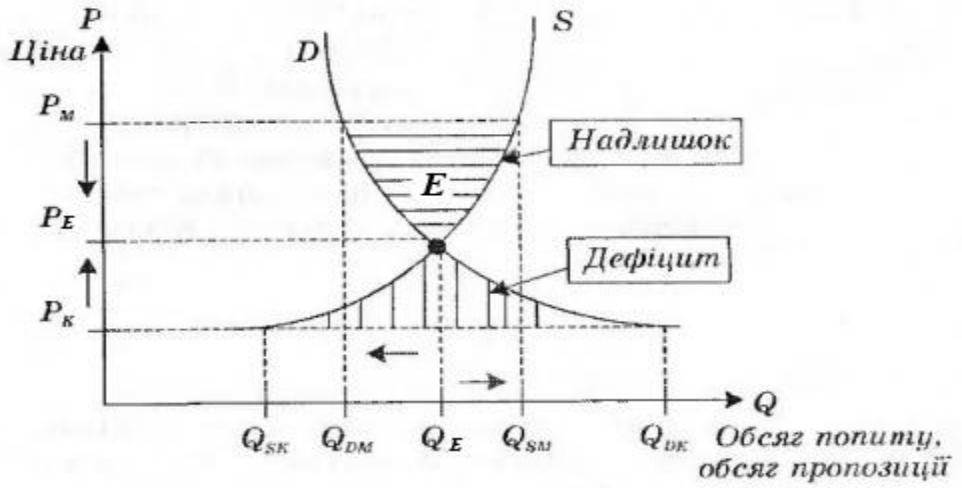


Рисунок 2.4 – Взаємодія попиту та пропозиції

Рівновага на графіку зображена точкою Е, де перетинаються крива попиту та пропозиції. Цій точці рівноваги відповідає рівноважна ціна P_E та рівноважний обсяг попиту і пропозиції Q_E.

Рівноважна ціна – це ціна, за якою в наслідок дії конкурентних сил продавці пропонують стільки товару, скільки покупці готові купити.

Якщо ціна зростає вище рівноважного рівня, то утвориться надлишок запропонованих товарів. Якщо ціна знижується нижче рівноважного рівня, то попит зростає, а пропозиція знижується, тому утворюється дефіцит товару.

3. Конкуренція як елемент ринкового механізму

Ринкова економіка та економічна конкуренція – синоніми. Ринок без конкуренції існувати не може – це його «пружина», «рушійна сила». Приватна власність, вільне ціноутворення та конкуренція є стовпами ринкової економіки.

Конкуренція – це зіткнення інтересів, суперництво, боротьба між виробниками товарів за кращі, економічно вигідні умови виробництва та реалізації продукту.

Економічна конкуренція – це суперництво ринкових суб'єктів щодо реалізації їхніх економічних інтересів, боротьба за вигоду для себе.

Виокремлюють такі основні умови виникнення конкуренції:

– наявність на ринку великої кількості виробників будь-якого конкретного продукту;

– свобода вибору господарської діяльності виробників;

– відповідність між тим, що визначає попит, і тим, що визначає пропозицію.

Конкуренція має як негативні, так і позитивні риси.

Позитивні риси конкуренції:

– спонукає господарників до розширення й раціоналізації виробництва;

– сприяє впровадженню прогресивних інновацій (принципово нових матеріалів, техніки і технології, форм організації і оплати праці, зовсім нових виробів і сервісу для споживачів);

– стимулює економію витрат матеріальних, трудових і фінансових ресурсів;

– зацікавлює найманих працівників підвищувати свій професійний рівень, освоювати нові професії, підтримувати фізичну форму, бути дисциплінованими й відповідальними;

– сприяє урівноваженню та зниженню цін;

– витісняє неефективних господарників та зайвих торгових посередників, зацікавлених у накручуванні цін;

– сприяє оптимальному задоволенню попиту (усуває дефіцити й марнотратство);

– слугує «барометром» ефективності та меж державного втручання в економіку.

Конкуренція не є ідеальною формою економічних відносин людей. Вона чудово забезпечує ефективність господарської діяльності, але водночас має своїм наслідком ряд гострих суспільних проблем.

Негативні риси конкуренції:

– дрібні виробники витісняються великими;

– конкуренція посилює соціальне і майнове розшарувань населення;

– робить хронічним безробіття;

– конкурентний розподіл економічних ресурсів слабо реагує на вимоги соціальної справедливості й гуманізму.

Конкуренція також породжує прагнення економічних суб’єктів до монополізму, до захоплення економічної влади. Усі розглянуті аспекти конкуренції взаємопов’язані і у своїй сукупності формують конкурентне середовище, яке виконує важливі функції в ринковій економіці, зокрема:

– функція регулювання вимагає виготовляти ті товари чи послуги, які необхідні споживачеві. Тому чинники виробництва під впливом цін прямують в ті галузі, де формуються більш сприятливі умови для одержання прибутку;

– розподільча функція дає змогу розподіляти доходи серед організацій залежно від результатів їхньої діяльності;

– функція мотивування – підприємець повинен розраховувати не тільки на отримання прибутку, але й передбачати ризик своєї діяльності;

– стимулююча функція примушує виробників розширяти вигідні сфери виробництва, збільшувати накопичення капіталу тощо.

В залежності від сфери суперництва існує три основних види економічної конкуренції:

1) *Внутрішньогалузева конкуренція* – це конкуренція між окремими підприємцями всередині певної галузі.

2) *Міжгалузева конкуренція* – це конкуренція між виробниками різних галузей. Результатом цієї конкуренції є переливання капіталу (ресурсів) з менш прибуткових видів діяльності до більш прибуткових.

3) *Міжнародна конкуренція* – це конкуренція виробників на світовому ринку, яка поєднує внутрігалузеву й міжгалузеву конкуренцію.

Залежно від способів, якими ведеться конкурентна боротьба конкуренція буває:

1) *Цивілізована (добросовісна, чесна) конкуренція*, яка поділяється на:

– *цінову конкуренцію*. Визначає активну роль ціни для досягнення кращих економічних умов виробництва, реалізації та завоювання ринку;

– *нецінову конкуренцію*. Передбачає використання технічних переваг, надійності, дизайну та інших характеристик продукту, реклами, різноманітних послуг для споживача, надання йому позики для придбання необхідних товарів.

2) *Нецивілізована (недобросовісна, нечесна) конкуренція*. Побудована на застосуванні жорстоких, руйнівних методів, які націлені на знищення конкурентів. Основними методами нецивілізованої конкуренції є:

– дезінформація (обман) споживачів щодо властивостей свого товару, умов продажу тощо;

– дискредитація конкурентів (поширення неправдивої інформації, що підриває їхню ділову репутацію);

– використання без дозволу чужого товарного знаку або марки товару, чужих рекламних матеріалів, упаковки тощо;

– копіювання зовнішнього вигляду виробів конкурентів;

– змова з постачальниками ресурсів на шкоду інтересам конкурентів;

– переманювання провідних спеціалістів від конкурентів;

– демпінг – продаж товарів на зовнішніх ринках за цінами, нижчими ніж на внутрішньому ринку (інколи навіть нижче витрат виробництва), з метою усунення конкурентів і захоплення ринку. Тому таку конкуренцію називають «ціновою війною»;

– промисловий шпіонаж (викрадення документації, технічних розробок тощо);

– підкуп чиновників, шантаж, застосування сили тощо.

Key words: subsistence economy, commodity production, simple commodity production, developed commodity production, commodity, use value of a commodity, exchange value of a commodity, law of value, utility, perceived value, money, price, measure of value, medium of exchange, means of payment, store of value, world money, money circulation, banking system, national monetary system, market, market objects, market participants, market infrastructure, market mechanism, demand, supply, elasticity of demand and supply, market equilibrium, equilibrium price, competition, intra-industry

competition, inter-industry competition, international competition, fair competition, unfair competition, price competition, non-price competition.

Питання для самоконтролю

1. Схарактеризуйте основні форми суспільного виробництва.
2. Поясність спільні та відмінні риси простого та розвиненого товарного виробництва.
3. Розкрийте сутність та основні властивості товару.
4. Поясніть сутність та основні положення закону вартості.
5. Визначте функції грошей та розкрийте їх сутність.
6. Розкрийте сутність та структуру ринку.
7. Визначте та поясність функції ринку.
8. Розкрийте класифікацію ринків за основними ознаками.
9. Поясність сутність, елементи та функції інфраструктури ринку.
10. Визначте та розкрийте основні елементи ринкового механізму.
11. Схарактеризуйте сутність та дію закону попиту.
12. Схарактеризуйте сутність та дію закону пропозиції.
13. Поясніть ситуацію ринкової рівноваги.
14. Розкрийте сутність, негативні та позитивні риси конкуренції.
15. Визначте та поясність види конкуренції.

Тема 3. Економічне зростання та циклічність

Лекція 3.1. Основні аспекти функціонування економіки: результати, відтворення та зростання, циклічність

1. Національна економіка та результати її функціонування.
2. Відтворення та економічне зростання.
3. Циклічність ринкової економіки.

1. Національна економіка та результати її функціонування

Національна економіка – це економічно та організаційно єдина система взаємозалежних галузей і сфер суспільного виробництва, яким властиві пропорційність, взаємообумовлене розміщення на території, що обмежена державними кордонами.

Ознаки національної економіки:

− загальне економічне середовище, тобто загальне законодавство, єдина грошова одиниця, грошово-кредитна і фінансова системи;

− тісні економічні зв'язки між господарюючими суб'єктами, обумовлені суспільним поділом праці;

− територіальна визначеність із загальним політичним та економічним центром (державою);

− спільна система національного захисту, що передбачає наявність економічних кордонів у вигляді експортно-імпортних податків, квот тощо.

Одним із найкращих і найдоступніших вимірників, які свідчать про здоров'я економіки будь-якої країни, є обсяг суспільного виробництва товарів і послуг за певний проміжок часу.

Для виміру суспільного продукту, а також для аналізу процесів, що відбуваються в рамках національної економіки, використовують сукупність агрегованих макроекономічних показників, які утворюють систему національних рахунків (СНР). Показники, що входять до СНР дають комплексну картину загального стану національної економіки і характеризують виробництво, розподіл та використання створеного суспільного продукту.

Система національних рахунків (СНР) – це система взаємопов'язаних макроекономічних показників, класифікацій та групувань, які характеризують всі основні економічні процеси, умови, результати відтворення економіки, орієнтованої на ринкові відносини.

До цілей СНР відносять:

– інформаційне забезпечення комплексного та всебічного аналізу процесу створення, розподілу й використання національного продукту та національного доходу;

– інформаційне забезпечення прогнозування довгострокового розвитку економіки;

– інформаційне забезпечення формування й реалізації заходів економічної політики.

Національні рахунки розробляє Державна служба статистики України згідно зі стандартами системи національних рахунків. Базовою одиницею обліку в СНР є господарська одиниця, тобто юридично, економічно та фінансово самостійний суб'єкт. У СНР господарські одиниці поділяються на п'ять секторів:

1. Сектор нефінансових корпорацій, що займаються ринковим виробництвом товарів і послуг для продажу за цінами, що покривають витрати виробництва та забезпечують прибуток.

2. Сектор фінансових корпорацій, що спеціалізуються на фінансово-посередницькій діяльності (банки, страхові компанії та ін.).

3. Сектор загального державного управління, до якого належать органи управління центрального та місцевого рівнів, некомерційні бюджетні організації, державні цільові й позабюджетні фонди.

4. Сектор домашніх господарств, що об'єднує фізичних осіб як споживачів і як суб'єктів некорпоративної виробничої діяльності.

5. Сектор некомерційних організацій, що обслуговують домашні господарства та забезпечують їхні політичні, релігійні й професійні інтереси.

До основних показників СНР належать наступні.

1. *Валовий внутрішній продукт (ВВП)* – це ринкова вартість усієї сукупності кінцевих товарів і послуг, вироблених у країні за певний проміжок часу, як правило за рік.

Термін «внутрішній» означає, що при вимірюванні ВВП враховуються результати виробництва підприємств, організацій, установ незалежно від того, чи вітчизняними є ці підприємства, чи вони контролюються іноземним капіталом, наприклад є дочірніми відділеннями іноземних корпорацій.

Кінцеві товари – це ті товари, що призначені для кінцевого споживання, а не для подальшої переробки. Включення до ВВП вартості виключно кінцевих товарів дозволяє уникнути проблеми подвійного рахунку – багаторазового включення вартості сировини і матеріалів на кожній наступній стадії їх переробки.

Зростання ВВП з урахуванням інфляції найчастіше означає і зростання економіки, збільшення обсягу виробництва і сфери послуг. Тому більшість країн світу прагнуть до збільшення його значення.

Рівень та динаміка ВВП залежить не лише від зміни обсягів національного виробництва, але і від зміни цін. Для того, щоб розмежувати вплив цих факторів розрізняють номінальний і реальний ВВП.

Номінальний ВВП – річний обсяг кінцевих товарів і послуг, виражений у поточних цінах. Поточні ціни – це фактичні ціни того року, який є предметом

обліку або аналізу.

Реальний ВВП – річний обсяг кінцевих товарів і послуг виражений у постійних (незмінних) цінах, тобто в цінах базового року. Наприклад, при аналізі динаміки ВВП за 2019-2024 рр., в якості базового року приймається 2019 р., тоді ВВП за 2020-2024 рр. перераховуються на підставі цін 2019 р.

Таким чином, у реальному ВВП враховується в якій мірі зростання ВВП визначається реальним зростанням виробництва, а не зростанням цін. Через це реальний ВВП є точнішим (у порівнянні з номінальним ВВП) показником функціонування національної економіки.

2. *Валовий внутрішній продукт на душу населення*. Вираховується за допомогою ділення загальної вартості всіх товарів (валового внутрішнього продукту) на кількість людей, що живуть в країні. Цей показник потрібен, насамперед, для того, щоб адекватно порівнювати економічний розвиток різних країн з урахуванням чисельності населення. Вищий реальний ВВП на душу населення є показником вищого рівня життя.

3. *Валовий національний продукт (ВНП)* – це ринкова вартість усієї сукупності кінцевих товарів і послуг, виробленої за допомогою чинників виробництва, що належать представникам України, незалежно від того, де ці чинники (ресурси) розміщені – в Україні чи за кордоном. Наприклад, частку продукції (заробітну плату), яку створив українець, який проживає в Польщі, ураховують у нашому ВНП, тобто у ВНП України. І навпаки, ту частку продукції (доходу), що вироблена в Україні за допомогою чинників виробництва, які належать іноземцям, вираховують із ВНП України.

4. *Національне багатство* – це сукупність матеріальних та нематеріальних благ, що нагромаджена у країні на даний момент часу. Основними елементами національного багатства є засоби виробництва, майно населення, матеріальні і культурні цінності (музеї, надра, ліс, водоймища), нематеріальні духовні цінності (людський капітал, науково-технічні досягнення, інформаційні ресурси).

5. *Чистий внутрішній продукт (ЧВП)* – вартість кінцевих товарів і послуг, що залишилася для споживання після вирахування з неї амортизаційних відрахувань (валовий внутрішній продукт мінус загальна сума амортизаційних відрахувань).

Амортизація – це, в загальному сенсі, відшкодування вартості використовуваних засобів праці (наприклад, обладнання).

6. *Чистий національний продукт (ЧНП)* – вартість кінцевих товарів і послуг, що залишилася для споживання, після вирахування з неї амортизаційних відрахувань (валовий національний продукт мінус загальна сума амортизаційних відрахувань).

7. *Національний дохід (НД)* – весь дохід, зароблений упродовж року власниками ресурсів, що є резидентами даної держави, незалежно від того, де ці ресурси використовуються – у власній країні чи за кордоном (чистий

національний продукт мінус відповідні податки).

8. *Особистий дохід (ОД)* – усі грошові доходи, отримані домогосподарствами впродовж звітного періоду.

9. *Використовуваний дохід (ВД)* – частина грошового доходу, якою домогосподарства остаточно володіють і можуть розпоряджатися на свій розсуд (особистий дохід мінус особисті податки).

Усі показники СНР є вартісними і можуть розраховуватися як у поточних ринкових цінах, так і у постійних цінах (як й валовий внутрішній продукт). Також кожен з них може бути розрахований на душу населення.

Достовірність розрахованих показників СНР має велике значення при плануванні всіх аспектів діяльності держави. Проте до офіційних величин показників не потрапляють обсяги тіньової економіки. Вимірювання масштабів тіньової економіки є складним завданням. Це пов'язано з тим, що тіньова економіка носить прихований характер і прагне уникнути вимірювання. Оцінка розмірів тіньової діяльності важлива для аналізу економічного розвитку і формування державної економічної політики. Сучасними економістами розроблені численні непрямі методи вимірювання обсягів тіньової економіки, засновані переважно на макроекономічних показниках офіційної статистики, даних податкових і фінансових органів.

2. Відтворення та економічне зростання

Щоб жити треба споживати матеріальні блага, а щоб споживати їх, треба виробляти суспільний продукт. Отже, якщо споживання є безперервним, то й виробництво в постійному зв'язку повинно безперервно відновлюватись.

Постійне повторення та відновлення суспільного виробництва прийнято називати *відтворенням*.

Відтворення суспільного виробництва передбачає постійне відновлення системи відносин виробництва, розподілу, обміну і споживання, а також продуктивних сил в складі матеріально-речового (засоби виробництва) і особистого (робоча сила) чинників виробництва. Отже, обов'язковою складовою процесу суспільного відтворення є відновлення чинників виробництва.

Прийнято розрізняти наступні типи відтворення:

− *просте відтворення* (виробництво здійснюється у незмінних масштабах);

− *розширене відтворення* (в кожному наступному циклі створюється більша кількість продукції);

− *звужене відтворення* (в кожному наступному циклі створюється продукт у зменшеному масштабі).

На основі підвищення ефективності суспільного відтворення можливо

забезпечити економічне зростання.

Економічне зростання – це найважливіша макроекономічна категорія, яка є показником не лише абсолютного збільшення обсягів суспільного виробництва, але і здатності економічної системи задовольняти зростаючі потреби, підвищувати якість життя.

Головна мета економічного зростання – це зростання та збільшення національного добробуту.

Під *економічним зростанням* розуміють такий економічний розвиток, коли протягом певного періоду кількісно і якісно зростає суспільне виробництво.

Виділяють такі характеристики економічного зростання, властиві майже усім розвинутим країнам:

1. Високі темпи зростання доходу (ВВП, ВНП) на душу населення і кількості населення.

2. Високі темпи зростання продуктивності чинників виробництва. За різними оцінками від 50 до 75 % зростання доходу на душу населення у розвинутих країнах в індустріальну епоху були результатом зростання продуктивності чинників виробництва. Основна частина приросту ВНП на душу населення була досягнута за рахунок технічного прогресу.

3. Високі темпи структурної трансформації економіки. Вона включала в себе переміщення робочої сили і сільського господарства у промисловість, а в останній час – у сферу послуг.

4. Високі темпи соціальної, політичної та ідеологічної трансформації. Серйозна структурна перебудова завжди супроводжується змінами в суспільних інститутах, поведінці людей та ідеології.

5. Міжнародні масштаби економічного зростання зумовлені здатністю розвинутих країн у минулому і сьогодні знаходити за кордоном ринки збуту, джерела сировини і дешевої робочої сили, що призводить до політичного і економічного поневолення бідних країн.

Економічне зростання має свою систему показників, за допомогою яких характеризується його кількісний чи якісний стан. Основні показники такі: річні темпи зростання ВНП (ВВП) або національного доходу у відсотках; абсолютний приріст національного доходу або ВНП (ВВП) за рік; приріст національного доходу на душу населення за відповідний період.

Виділяють два типи економічного зростання:

1) *екстенсивний тип економічного зростання* – це економічне зростання, зумовлене збільшенням кількості ресурсів, простим додаванням чинників виробництва;

2) *інтенсивний тип економічного зростання* – це економічне зростання, пов’язане із вдосконаленням якості ресурсів, використанням досягнень науково-технічного прогресу.

Основними чинниками економічного зростання за будь-яких умов є:

1) чинники пропозиції. До них відносять такі чинники, які роблять економічне зростання фізично можливим, а саме: кількість і якість природних ресурсів; кількість і якість трудових ресурсів; обсяг основного капіталу, зайнятого у суспільному виробництві; технологія і організація суспільного виробництва.

2) чинники попиту (важливо забезпечити такий рівень сукупних видатків, за якого буде реалізовано увесь створений ВВП): зростання споживчих видатків; зростання інвестиційних та державних видатків; розширення експорту.

3) чинники ефективності (ресурси мають використовуватися найбільш економно і вироблятися з них мають найбільш цінні для суспільства товари і послуги): розподіл економічних ресурсів по галузям, підприємствам і регіонам; розподіл доходів між суб'єктами господарювання.

4) соціокультурні та інституційні чинники: сприятлива соціальна, культурна, політична атмосфера; позитивне ставлення населення до праці; політична організація суспільства; криміналізація економіки тощо.

Сьогодні склався і протилежний погляд на економічне зростання. Деякі дослідники економічного зростання стверджують, що воно дається надмірно високою ціною, оскільки:

− світова система використовує ресурси і нагромаджує відходи темпами, які планета не може витримати. В результаті забруднюється навколишнє середовище, вичерпується озоновий шар, змінюється клімат планети;

− вичерпуються невідновлювані природні ресурси (нафта, мідь, вугілля);

− відбувається виснаження орних земель, перетворення їх на пустелі;

− надмірний вилов риби зі світового океану загрожує зникненням деяких її видів.

Подальше економічне зростання у розвинутих країнах означає задоволення щораз менш значущих потреб шляхом посилення загрози майбутньому розвитку світової економічної системи. Тому, на думку супротивників економічного зростання, його темпи необхідно уповільнити і перейти до «нульового зростання».

3. Циклічність ринкової економіки

Ринкова економіка розвивається циклічно. Економічне зростання змінюється занепадом виробництва, процвітання – кризою і депресією. Циклічність – засіб розвитку економіки, загальна форма руху, яка відображає нерівномірність економічної динаміки.

Економічний цикл – це повторення протягом декількох років піднесень і занепадів рівнів економічної активності, які відрізняються один від одного

тривалістю та інтенсивністю при наявності довгострокової тенденції до економічного зростання.

Виділяють чотири фази економічного циклу (рисунок 3.1):

– спад;

– дно;

– пожвавлення;

– пік.

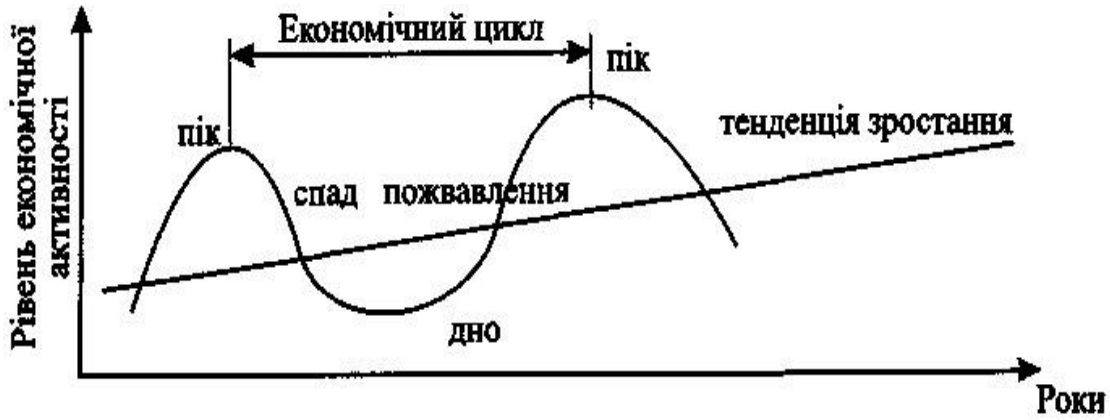


Рисунок 3.1 – Фази економічного циклу

Спад (рецесія) – це фаза економічного (ділового) циклу, що супроводжується скороченням обсягу національного виробництва, зменшенням валового національного продукту, зниженням обсягів купівлі товарів/послуг населенням.

Насамперед, зменшується купівля товарів тривалого користування, в наслідок чого зростають запаси цих товарів на складах в торгівельній мережі. На скорочення закупівель і збільшення запасів на складах бізнес реагує скороченням виробництва. Тому реальний валовий внутрішній продукт починає зменшуватись. Зменшуються інвестиції в будівництво, машини і устаткування. Водночас скорочується попит на робочу силу. Спочатку скорочується середня тривалість робочого тижня, частина робітників відправляється у примусові відпустки, а далі звільняється з роботи, що призводить до безробіття. У період рецесії заробітна плата також може знижуватись, різко зменшуються прибутки виробників.

Падіння веде економіку до кризи або стагнації. Економіка знаходиться у стані рецесійного розриву, тому що фактичний валовий внутрішній продукт менший за потенційний.

Спад (рецесія) – найбільш складна фаза економічного циклу. Вона викликає скорочення виробництва, банкрутство, безробіття, зниження життєвого рівня, політичну напруженість, згортання соціальних програм, створює загрозу для демократії. Але рецесія також конструктивна, бо прискорює відмирання застарілих технологічних систем, активізує структурну

перебудову економіки, технічне і технологічне оновлення виробництва, підвищує ділову активність.

Дно (депресія, стагнація) – це найнижча точка спаду, глибока та тривала. Це період недовикористання економічних ресурсів і високого безробіття. Виникає максимальне падіння виробництва і торгівлі, різко зменшуються доходи та попит.

Пожвавлення – фаза поступового виходу із кризи та депресії, ознаками якої є заміна основного капіталу (засобів праці), модернізація виробництва, залучення інвестицій, збільшення зайнятості, а відповідно й доходів та попиту.

У період пожвавлення відбувається зростання валового внутрішнього продукту та прибутків, зменшується чисельність безробітних та інше. Підприємці купують або більш продуктивне обладнання (продовжують виробництво старого товару з меншими витратами), або розпочинають здійснювати переозброєння виробництва (відбувається перехід на виробництво нової продукції). В цих випадках збільшується попит на інвестиційні товари, що стимулює виробництво.

Пожвавлення триває доти, доки в економіці не буде досягнуто рівня, з якого почався спад. Подальший розвиток носить назву піднесення.

Пік (піднесення, бум) – це найвища фаза циклу. Її ознаками є:

– швидке збільшення кількості суб’єктів господарювання;

– наближення до стану повного використання обмежених ресурсів;

– зростання сукупних доходів і заощаджень;

– зниження кредитних ставок;

– зростання рівня попиту, що спричиняє зростання цін.

Під час буму доходи в суспільстві зростають, попит випереджає пропозицію, що викликає зростання цін. В економіці спостерігається повна зайнятість, а виробництво працює на повну потужність. Але саме тут закладаються підвалини наступної кризи перевиробництва.

Розглядаючи циклічність на теоретичному рівні, економісти погоджуються, що кризовий стан в економіці виникає внаслідок серйозних порушень у співвідношенні між споживчим попитом і пропозицією товарів, або між потребами і споживанням суспільства, з одного боку, і виробництвом – з іншого.

Позитивні наслідки економічного циклу: оновлення виробничого процесу, виведення виробництва на новий технологічний рівень, оздоровлення економіки за рахунок знищення «економічно нежиттєздатних» підприємств.

Негативні наслідки економічного циклу: банкрутство, безробіття, зниження життєвого рівня громадян.

Лекція 3.2. Макроекономічна рівновага та нестабільність

1. Макроекономічна рівновага.
2. Інфляція: сутність, види, наслідки.
3. Безробіття: сутність, види, наслідки.

1. Макроекономічна рівновага

Найважливішою характеристикою стану національної економіки є *макроекономічна рівновага* – збалансованість і пропорційність економічних процесів у масштабах всього національного господарства. Об'єктивну основу макроекономічної рівноваги становить збалансованість суспільних потреб і виробничих можливостей. Основними рисами макроекономічної рівноваги є стабільність національної економіки і оптимальне використання обмежених ресурсів.

Структуру макроекономічної рівноваги складають:

– збалансованість між сферами і галузями національного господарства;

– відповідність товарних і грошових мас;

– пропорційність між виробництвом і споживанням;

– пропорційність доходів і витрат;

– пропорційність наявних і залучених у виробничий процес чинників виробництва;

– рівність сукупного попиту і сукупної пропозиції на всіх типах ринків (товарів, праці, капіталу, грошей).

Концентрованою формою прояву макроекономічної рівноваги є збалансованість сукупного попиту і сукупної пропозиції.

Сукупний попит – це сума всіх видатків на кінцеві товари і послуги, вироблені в економіці. Він характеризує реальний обсяг виробництва національного продукту, який спроможні купити всі споживачі: населення, підприємства, держава, а також іноземні споживачі. Відповідно сукупний попит складається з таких компонентів: споживчий попит; інвестиційний попит; державні закупівлі; чистий експорт.

Зміна обсягу сукупного попиту відбувається, перш за все, під впливом зміни рівня цін. Крім того, на кожний з компонентів сукупного попиту впливають специфічні нецінові фактори:

– на споживчий попит: рівень доходів населення, інфляційні очікування споживачів, податки на доходи фізичних осіб, заборгованість споживачів тощо;

– на інвестиційний попит: розмір процентних ставок, очікувані прибутки, технологічні зміни тощо;

– обсяг державних закупівель визначається рівнем видатків державного та місцевих бюджетів;

– на чистий експорт: стан економіки країн-торгівельних партнерів, валютні курси, конкурентоспроможність вітчизняних товарів тощо.

Сукупна пропозиція – це загальна вартість кінцевих товарів і послуг, вироблених в національній економіці. Вона характеризує весь реальний обсяг національного виробництва, який може бути запропонований на ринку при даному рівні цін.

Зміна обсягу сукупної пропозиції відбувається, перш за все, під впливом зміни рівня цін. Крім того, на сукупну пропозицію впливають наступні нецінові фактори:

– зміна обсягів чинників виробництва;

– ефективність використання чинників виробництва;

– рівень цін на виробничі ресурси;

– податки та субсидії;

– рівень монополізації економіки тощо.

Макроекономічна рівновага характеризує такий стан національної економіки, при якому весь вироблений національний продукт повністю споживається, тобто сукупна пропозиція дорівнює сукупному попиту.

В сучасній економіці збалансування сукупної пропозиції та сукупного попиту не може бути здійснено автоматично і за допомогою лише ринкових регуляторів. Їх треба доповнювати державним регулюванням економіки шляхом застосування інструментів бюджетно-податкової та грошово-кредитної політики, а також політики регулювання доходів і цін тощо.

У часи спаду держава, як правило, знижує податки з прибутку організацій і доходів населення, що стимулює ділову активність і попит. У той же час у період буму діють навпаки, щоб стримати ділову активність.

Інструментом державної антициклічної політики виступають також трансфертні платежі (допомога по безробіттю, матеріальна допомога соціально незахищеним верствам населення тощо), які автоматично збільшуються у часи кризи, коли безробіття сягає максимуму, стимулюючи економічне зростання. У період же буму і повної зайнятості обсяги допомоги по безробіттю зводяться до мінімуму, тим самим зменшується сукупний попит, що стримує зростання виробництва. Таким чином трансфертні платежі відіграють роль вмонтованих стабілізаторів економіки.

Макроекономічна рівновага – це економічний ідеал, мета державної політики. Досягнути макроекономічної рівноваги можливо, але тільки тимчасово, оскільки вона має динамічний характер, і для сучасної економіки більш притаманний нерівноважний стан, основними проявами якого є циклічність, інфляція і безробіття.

Макроекономічна нестабільність як порушення загальної рівноваги є відхиленням від оптимального використання виробничих ресурсів. Тому вона призводить до втрати частини потенційного обсягу ВВП. Безробіття означає пряме недовикористання робочої сили та її дискваліфікацію. Інфляція

(особливо гіперінфляція) може призвести до втрати керованості національним господарством.

Дестабілізація національної економіки стимулює розростання її тіньового сектору, який, в свою чергу, посилює макроекономічну нестабільність. Негативний вплив тіньової економіки на загальну рівновагу проявляється в:

− зменшенні надходжень податків та інших обов'язкових платежів до державного бюджету, що збільшує його дефіцит і ставить під загрозу фінансування соціальних програм та програм розвитку;

− вилученні частини грошової маси із банківського обігу, що посилює кризу неплатежів, породжує необхідність здійснення бартерних угод, що, у свою чергу, загострює економічну кризу;

− ускладненні втілення у життя заходів грошово-кредитної та бюджетно-податкової політики, оскільки вони неспроможні впливати на тіньовий сектор економіки;

− втраті керованості народним господарством, що посилює загальну економічну нестабільність і перетворюється на загрозу економічній безпеці держави;

− загальній криміналізації суспільного життя, яка уражає всі органи державного і суспільного організму.

В той же час, тіньова економіка певною мірою пом'якшує кризові явища, заміщуючи легальну економічну діяльність, що скорочується. Це і пояснює збільшення обсягів тіньової економіки підчас рецесії.

2. Інфляція: сутність, види, наслідки

Інфляція є проявом макроекономічної нестабільності, порушенням пропорції між товарною і грошовою масою.

Інфляція – процес знецінення грошей у результаті перевантаження сфери обігу грошовою масою, незабезпеченою матеріальними цінностями.

Інфляция – це процес підвищення загального рівня цін і, як наслідок, зниження купівельної спроможності грошей, або їхнє знецінення.

Не можна вважати інфляцією будь-яке зростання ціни. Якщо ціна на ті чи інші товари час від часу підвищується – це ще не інфляція. Адже таке підвищення ціни може бути викликане, наприклад, поліпшенням якості товару, зростанням його вартості. Інфляція має місце тоді, коли підвищується загальний рівень цін, що призводить до знецінення грошей.

Показниками інфляції є:

– *рівень інфляції*;

– *темп інфляції*.

У світовій практиці прийнято вимірювати *рівень інфляції* (*PI*) за допомогою *індексу споживчих цін*.

Індекс споживчих цін (*ІСЦ*) – це показник, який вимірює темп зростання цін за певний період порівняно з цінами базового періоду, що приймаються за 100 %.

Індекс споживчих цін показує наскільки відсотків більше грошей необхідно витратити на купівлю того ж самого набору товарів та послуг, порівняно з базовим періодом. Цей індекс розраховується на основі оцінки динаміки зростання цін визначеного (фіксованого) набору товарів та послуг (*споживчого кошику* – набору товарів і послуг, необхідних для задоволення першочергових потреб у середньому за рік; на сьогодні в Україні споживчий кошик містить 296 товарів та послуг).

Індекс споживчих цін прийнято визначати за наступною формулою:

$$ІСЦ\ (PI) = (Ц_{пп} / Ц_{мп}) \times 100, \%,$$

де $Ц_{пп}$ – ціни поточного періоду, грош. од.;

$Ц_{мп}$ – ціни минулого періоду, грош. од.

Показник темпу інфляції ($Т_{інф}$) характеризує не темп зростання загального рівня цін, а темп приросту загального рівня цін. Він визначається за наступною формулою:

$$Т_{інф} = PI - 100, \%.$$

В залежності від темпів інфляції розрізняють такі види інфляції:

1) *низька інфляція* (до 6 % у рік);

2) *помірна (повзуча) інфляція* (від 6 % до 10 % у рік). Вона має певний позитивний вплив на економіку, оскільки примушує підприємців не складати отриманий прибуток «в шухляду», бо він знецінiться, а вкладати його у розширення власного виробництва і, таким чином, створювати нові робочі місця і збільшувати обсяг виробництва. Однак, існує небезпека втрати контролю та підвищення рівня інфляції;

3) *висока (галопуюча) інфляція* (10–100 % у рік) свідчить про серйозні проблеми економічного розвитку країни;

4) *гіперінфляція* (рівень цін зростає на 50 та більше відсотків у місяць, на сотні та тисячі відсотків у рік). Її найголовнішими руйнівними наслідками є швидке зубожіння населення, зростання безробіття, знищення механізму нагромадження грошей та їх вкладення в розвиток виробництва.

Гіперінфляція не знищує економіку сама по собі. Країна певний час може жити в умовах гіперінфляції. Але інфляція руйнує найважливіший механізм, що забезпечує нормальний економічний розвиток в майбутньому, а саме – механізм нагромадження грошей та їх вкладання у розвиток виробництва, бо при інфляції вигідно бути боржником, але невигідно

накопичувати гроші і надавати їх в борг.

З точки зору форм прояву розрізняють два типи інфляції: відкриту і подавлену (приховану).

Відкрита інфляція характеризується довгостроковим підвищенням цін. Вона може бути спровокована як чинниками попиту, так і пропозиції, тому виділяють:

1. *Інфляцію попиту*, що викликана підвищенням цін у відповідь на зростаючий попит. Причинами інфляції попиту може стати:

− надмірна емісія (випуск в обіг) грошей;

− збільшення сукупного попиту в умовах повної зайнятості ресурсів, коли пропозицію неможливо збільшити відповідно до зростаючого попиту;

− інфляційні очікування (як реакція на очікувані бойові дії, стихійні лиха, неврожай, зміну політики уряду), що провокують ажіотажний попит і підвищення цін.

2. *Інфляцію витрат (пропозиції)*, що викликана підвищенням цін для покриття більш високих витрат виробництва. Причинами інфляції витрат може стати:

− зростання цін на сировину;

− збільшення податкового тиску;

− підвищення рівня оплати праці;

− зловживання монопольним становищем.

Вказані механізми інфляції, як правило, не існують у чистому вигляді. В реальному житті вони переплітаються і доповнюють один одного.

Подавлена (прихована) інфляція проявляється у зростанні товарного дефіциту або у штучному обмеженні споживання (купони, талони, картки). Вона виникає у випадку:

− тимчасового «заморожування» цін і доходів;

− встановлення граничних цін на товари;

− тотального адміністративного контролю за цінами.

Подавлена інфляція притаманна адміністративно-командній системі господарювання, в якій панують фіксовані ціни, хоча іноді має місце і в умовах ринкової економіки підчас спроби приборкати інфляцію адміністративними методами. Однак, для ринкової економіки більш характерна відкрита інфляція.

Економічне явище, коли інфляція супроводжується стагнацією виробництва і високим рівнем безробіття в країні (одночасне підвищення рівня цін і рівня безробіття), називається *стагфляцією*.

Інфляційні процеси мають суттєві соціально-економічні наслідки:

− зниження життєвого рівня населення внаслідок зменшення реальних доходів громадян і знецінення заощаджень;

− перерозподіл національного доходу між різними соціальними верствами і групами населення, посилення соціального розшарування і

соціальної напруги;

− перерозподіл доходів між приватним сектором і державою внаслідок сплати суб'єктами господарювання так званого «інфляційного податку» на користь емітента грошової маси, тобто держави. «Інфляційний податок» представляє собою втрату частини коштів власниками грошових капіталів під впливом інфляції;

− гальмування інвестиційного процесу внаслідок знецінення заощаджень і зниження стимулів до інвестування в умовах економічної невизначеності;

− дестабілізація економіки (в умовах гіперінфляції), що поширюється і на інші сфери суспільного життя та призводить до зростання злочинності через зниження стимулів до продуктивної праці (зростання крадіжок, шахрайств тощо);

− подавлена інфляція призводить до розгулу спекуляцій на «чорному ринку», довгих черг покупців.

Зважаючи на вказані негативні наслідки інфляції, уряд змушений проводити антиінфляційну політику, заходи якої залежать від темпів інфляції.

3. Безробіття: сутність, види, наслідки

Безробіття як один з проявів порушення макроекономічної рівноваги є центральною проблемою сучасної ринкової економіки. Наслідки безробіття відчутні у всіх сферах життєдіяльності суспільства і потребують особливих заходів державного регулювання.

Безробіття як економічне явище виникає внаслідок саморегулювання ринкової економіки, охоплює певну частину працездатного населення, яке тимчасово не має можливості працювати, але активно шукає роботу.

Для кращого розуміння поняття «безробіття», «безробітні» необхідно звернутись до основних понять, пов'язаних із населенням взагалі та його економічною активністю (рисунок 3.2).

Населення (народонаселення) – це сукупність людей, що проживають на визначеній території. Населення – це всі люди незалежно від їхніх характеристик, тобто це найширше поняття для означення людських ресурсів.

Трудові ресурси – це частина населення країни (регіону тощо), яка має необхідні для трудової діяльності освітній, професійно-кваліфікаційний рівні, фізичний розвиток та стан здоров'я. Отже, не все населення є трудовими ресурсами країни.

До трудових ресурсів відносять:

– працездатне населення у працездатному віці (16-59 років);

– працюючих підлітків у віці до 16 років;

– працюючих пенсіонерів.

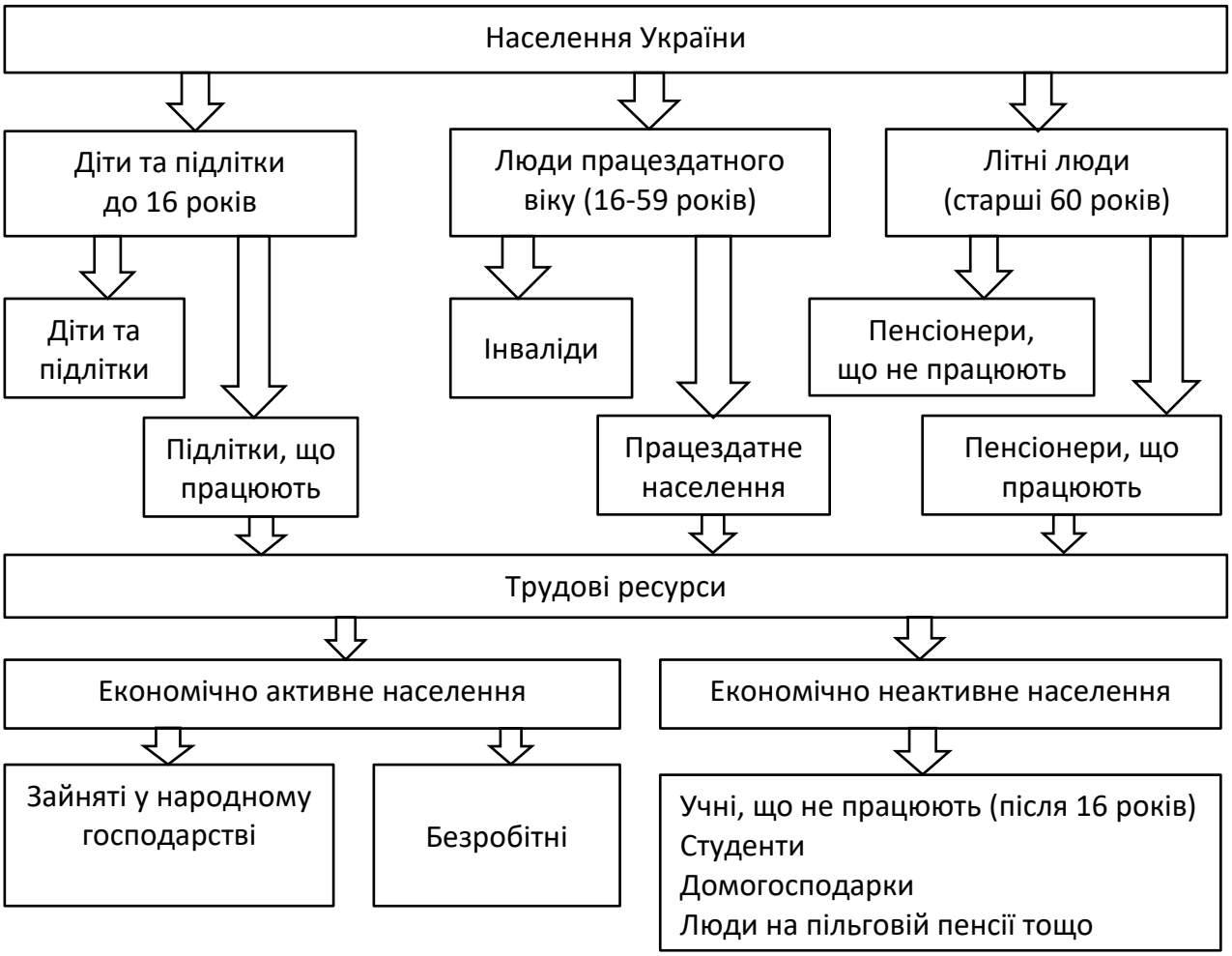


Рисунок 3.2 – Структура населення за економічною активністю

Не все населення, що належить до трудових ресурсів, зайняте в суспільному виробництві, тому трудові ресурси поділяються на:

– *економічно активне населення*. Це частина трудових ресурсів, яка пропонує свою робочу силу для виробництва товарів та послуг у народному господарстві. До цієї категорії відносять осіб, зайнятих в економіці та безробітних;

– *економічно неактивне (пасивне) населення* (учні старші за 16 років, що не працюють; студенти; домогосподарки; пільгові пенсіонери тощо).

Зайнятість – діяльність громадян, пов’язана із задоволенням особистих та суспільних потреб, яка приносить їм доход у грошовій та інших формах.

Безробіття – неможливість знайти роботу працездатним особам працездатного віку, які активно її шукають.

Безробітні – це особи працездатного віку, які не мають роботи, займаються її пошуками та готові взятися за неї.

Причинами безробіття можуть бути такі явища:

1) темпи зростання народонаселення перевершують темпи зростання виробництва;

2) циклічний розвиток економіки на стадії економічної кризи, спаду виробництва призводить до зменшення сукупного попиту на товари і послуги, до зниження рівня зайнятості працездатного населення;

3) розвиток науково-технічного прогресу обумовлює структурні зрушення в економіці, виникнення нових галузей, які потребують більш кваліфікованих робітників і більше часу на професійну підготовку та перепідготовку працівників старих галузей народного господарства;

4) сезонні зміни в рівнях виробництва знижують попит на працю в сільському господарстві, будівництві тощо;

5) зростання кількості населення працездатного віку, молоді, що збільшує пропозицію праці;

6) економічна політика уряду щодо збільшення мінімального розміру заробітної плати призводить до зростання витрат виробництва і зниження попиту на працівників.

Основними формами безробіття є:

– *фрикційне безробіття*. Це тимчасове безробіття, яке пов’язане з добровільним чи вимушеним пошуком або очікуванням роботи;

– *структурне безробіття*. Пов’язано із структурними змінами в економіці, які викликають зміни попиту на окремі професії і спеціальності. Структурне безробіття є більш тривалим, бо виникає потреба професійної перепідготовки працівників;

– *циклічне безробіття*. Зумовлено циклічним розвитком суспільного виробництва, тому воно сягає максимуму в часи депресії та кризи, зводиться до мінімуму підчас економічного зростання.

Фрикційне і структурне безробіття складають так званий «*природний рівень безробіття*», який відповідає повній зайнятості, коли попит і пропозиція робочої сили врівноважені, а виробництво забезпечує потенційний обсяг ВВП.

Природне безробіття є резервом робочої сили, здатної переміщуватися між галузями і регіонами в залежності від потреб виробництва. В кожній країні природний рівень безробіття є різним, він розраховується як середня величина фактичного безробіття за тривалий час (40–50 років).

Перевищення фактичним рівнем безробіття його природного рівня свідчить про наявність циклічного безробіття, що становить економічну і соціальну небезпеку.

Рівень безробіття розраховується як відношення чисельності безробітних до чисельності економічно активного населення (тобто безробітних і зайнятих разом).

Безробіття має суттєві соціально-економічні наслідки:

− відставання фактичного ВВП від потенційного (вироблено менше, ніж можливо за умови повного використання ресурсів);

− зменшення доходів населення;

− збільшення виплат допомоги по безробіттю;

− зменшення податкових надходжень;

− втрачання кваліфікації працівників;

− погіршення фізичного і психологічного стану безробітних;

– розпад родин, зростання алкоголізму і наркоманії, зростання психічних розладів, збільшення кількості самогубств;

− соціальна і політична нестабільність, оскільки соціальна напруга і конфлікти здатні викликати соціальні вибухи;

− зростання рівня злочинності через відсутність можливості працювати у легальному секторі економіки.

Враховуючи тяжкі соціальні і економічні наслідки безробіття регулювання цієї сфери має особливе значення. Основним завданням регулювання зайнятості є утримання безробіття на природному рівні, що і означає досягнення повної зайнятості.

Державна політика регулювання зайнятості складається з трьох основних напрямків:

1) правове забезпечення трудових відносин (регулювання найму і використання робочої сили);

2) працевлаштування незайнятого населення:

– фінансування системи громадських робіт (будівництво доріг, прибирання парків тощо);

– стимулювання створення нових робочих місць у приватному секторі;

– розвиток самозайнятості населення (малий бізнес);

– розвиток системи професійної перепідготовки працівників;

– розробка цільових програм працевлаштування молоді, жінок, інвалідів, працівників галузей, що реструктуризуються;

3) соціальний захист потерпілих від безробіття (виплата допомоги по безробіттю).

Питаннями працевлаштування, професійної перепідготовки, наданням допомоги безробітним займається Державна служба зайнятості, яка має розгалужену мережу обласних і районних центрів зайнятості.

Key words: national economy, System of National Accounts (SNA), Gross Domestic Product (GDP), GDP per capita, real GDP, nominal GDP, Gross National Product (GNP), national wealth, reproduction, simple reproduction, expanded reproduction, contracted reproduction, economic growth, extensive type of economic growth, intensive type of economic growth, economic cycle, macroeconomic equilibrium, aggregate demand (AD), aggregate supply (AS), macroeconomic instability, inflation, inflation rate, inflation pace, consumer basket, unemployment, labor resources, unemployed, economically active population, economically inactive population, employment, frictional unemployment, structural unemployment, cyclical unemployment.

Питання для самоконтролю

1. Визначте сутність та ознаки національної економіки.
2. Схарактеризуйте систему національних рахунків.
3. Визначте основні показники системи національних рахунків.
4. Поясність відмінності між реальним та номінальним валовим внутрішнім продуктом, валовим внутрішнім та валовим національним продуктом.
5. Розкрийте сутність економічного відтворення та його типів.
6. Визначте сутність економічного зростання та його типів.
7. Поясність поняття «економічний цикл».
8. Схарактеризуйте фази економічного циклу.
9. Розкрийте сутність макроекономічної рівноваги.
10. Схарактеризуйте сукупний попит та сукупну пропозицію.
11. Поясність наслідки дестабілізації економіки.
12. Розкрийте сутність поняття «інфляція».
13. Схарактеризуйте показники інфляції.
14. Визначте та поясність види інфляції.
15. Розкрийте наслідки інфляції.
16. Схарактеризуйте структуру населення за економічною активністю.
17. Визначте сутність та причини безробіття.
18. Поясність основні форми безробіття.
19. Розкрийте наслідки безробіття.

Тема 4. Організації в системі ринкових відносин

Лекція 4.1. Організації: сутність та види

1. Організація як суб’єкт та об’єкт ринкових відносин.
2. Види підприємств, їх класифікація.
3. Добровільні об’єднання підприємств.

1. Організація як суб’єкт та об’єкт ринкових відносин

Термін «*організація*» походить з грецької мови та означає поєднання, побудову, об’єднання чогось або когось у єдине ціле, приведення до системи. Звідси під «*організацією*» можна розуміти складне виробниче утворення, сформоване із виробничо-самостійних систем, але об'єднаних спільним керівництвом. У більш широкому розумінні *організація* – це група людей, діяльність яких свідомо координується для досягнення загальної мети або цілей; це група осіб (фізичних і юридичних), які взаємодіють за допомогою матеріальних, економічних, правових і інших умов для досягнення поставлених цілей.

Господарську та підприємницьку діяльність в економіці України здійснюють різноманітні організації як суб’єкти правових відносин, а саме: юридичні особи та фізичні особи-підприємці (ФОП). Вони розрізнюються за розмірами, формами власності, характером і метою діяльності, що дає можливість забезпечувати усі сфери людського життя, мають комерційну й некомерційну спрямованість, але всі вони діють на основі певних правил.

Як юридична особа організація повинна мати своє найменування, яке вказує на її організаційно-правову форму існування, бути зареєстрована у встановленому державою порядку. Вона має відокремлене майно, рахунки в установах банку, самостійний баланс (завершену систему обліку), печатку з найменуванням, ідентифікаційний код. Юридична особа виступає на ринку від власного імені, може складати всі види угод, бути позивачем і відповідачем в суді; має право створювати філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, погоджуючи питання про розміщення таких підрозділів з відповідними органами місцевого самоврядування в установленому законодавством порядку. Такі відокремлені підрозділи не мають статусу юридичної особи і діють на основі положення про них, затвердженого організацією. Вони можуть відкривати рахунки в установах банків відповідно до закону.

Організації, які мають статус юридичної особи та займаються виробництвом продукції, наданням послуг, виконанням робіт, прийнято називати підприємствами.

Підприємство − це економічно, технічно, соціально відокремлене

виробництво продукції для задоволення потреб споживачів на основі самостійних рішень і відповідальності за ризик.

Підприємство як форма господарювання являє собою самостійний суб'єкт ринку, створений компетентними органами державної влади або органами місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної та іншої господарської діяльності в порядку, визначеному чинним законодавством.

Основні ознаки підприємства:

1. Задоволення, в першу чергу, потреб споживачів шляхом представлення на ринку конкурентоспроможної продукції.

2. Здійснення господарської діяльності, спрямованої на досягнення прибутку, інших економічних та соціальних результатів. Для цього підприємство обирає предмет господарювання, відповідну йому організаційну структуру і систему управління.

3. Свобода прийняття рішень, тобто можливість підприємства в межах чинних законів обирати економічні, технічні, соціальні, економічні цілі своєї діяльності та засоби їх досягнення. Свобода прийняття рішень не тотожна повній економічній незалежності підприємства, навпаки, підприємство через ринки капіталу, праці, засобів виробництва, товарів пов'язані і залежать одне від одного, тому свобода окремого підприємства закінчується там, де починається свобода іншого.

4. Наявність власного ризику як можливої небезпеки отримання негативних наслідків (наприклад, ризик збуту готової продукції, ризик недостатності грошових коштів), так і можливості через нього отримати кращі результати у зв'язку з прийняттям підприємством неординарних рішень.

5. Спеціалізація підприємства як господарської одиниці, результатом якої є виготовлення потрібної споживачам продукції відповідного призначення, профілю, асортименту, орієнтованої на конкретного споживача.

Здійснення діяльності підприємств базується на певних принципах. До основних з них належать:

1. *Економічна самостійність підприємства*, що обумовлена чинним законодавством. Вона означає право підприємства без обмежень і незалежно обирати види та сфери діяльності, визначати перспективи цієї діяльності, приймати рішення і обирати засоби їх реалізації, залучати різноманітні ресурси, встановлювати канали і методи збуту продукції і послуг та їх ціни, вільно розпоряджатися прибутком, що залишається у підприємства після сплати податків.

Ця самостійність проявляється через:

– *економічний суверенітет підприємства як виробника* – право вибору і прийняття рішень: що саме, скільки, коли виробляти, за якою ціною і у яких обсягах продавати продукцію;

– *економічний суверенітет підприємства як споживача* – право вибору і прийняття рішень як і де, скільки, за якою ціною й іншими умовами закуповувати необхідні для господарювання ресурси, звичайно в межах наявних коштів.

Проте абсолютної свободи виробників не існує. Підприємство не є вільним від жорстких вимог ринку, тому можна говорити про економічну самостійність лише в певних межах.

2. Матеріальна зацікавленість у результатах господарювання.

3. Самоокупність, рентабельність та самофінансування.

Самоокупність передбачає не тільки використання обмежених факторів виробництва, які трансформуються підприємством у витрати на продукцію, але, насамперед, виступає як грошово-економічна гарантія повного повернення витрачених ресурсів для повторення виробничо-реалізаційного процесу у попередніх обсягах.

Рентабельність – результат (в його позитивному значенні − прибуток), співвіднесений до обмежених ресурсів (капіталу, витрат, обсягів виробництва, тощо), який задовольняє власника підприємства для отриманням ним віддачі на вкладений капітал.

В умовах ринку перед підприємствами стоїть завдання по їх подальшому розвитку, насамперед, за рахунок власних коштів, що вимагає здійснення самофінансування. Ці кошти є результатом взаємодії надходження, витрат і розподілу грошових коштів, їх накопичення та використання.

4. Додержання законів та рішень законодавчої та виконавчої влади.

5. Господарський ризик і відповідальність за результати господарювання.

В умовах ринку характер функціонування підприємства визначається вільним підприємництвом, з одного боку, і об’єктивними обмеженнями, що існують у будь-якій економічній системі, з іншого боку.

Фізична особа-підприємець (ФОП) – це громадянин, який займається підприємницькою діяльністю, зареєстрований у державних органах як підприємець без статусу юридичної особи та сплачує відповідні податки. Підприємницьку діяльність може здійснювати із залученням або без залучення найманої праці.

Фізична особа на відміну від юридичної не має назви і здійснює діяльність від свого імені (прізвище, ім’я, по батькові). Для заняття підприємництвом фізичній особі не потрібно створювати статутний фонд, передбачений для юридичних осіб, і мати будь-які установчі документи.

Статутний фонд (статутний капітал) – це сукупність внесків (у грошовому вираженні) власників у майно при створенні підприємства для забезпечення його діяльності у розмірах, визначених установчими документами.

ФОП має право займатися будь-якою підприємницькою діяльністю, якщо законом не передбачено обмежень для даної категорії суб'єктів, а в разі необхідності отримувати дозволи, ліцензії та інші документи, як і всі суб'єкти підприємницької діяльності.

Фізична особа-підприємець як організаційно-правова форма господарювання має певні переваги та недоліки. До переваг належать:

– легкість у реєстрації та веденні бухгалтерії. Деякі ФОП самостійно ведуть свою бухгалтерію. Бухгалтерія юридичної особи складніша, вона вимагає залучення спеціалістів;

– легкість у отриманні прибутку на руки. Це важлива перевага, тому що всі кошти, які надходять на рахунок ФОП, він може знімати, і не потрібно за них звітувати. Головне – своєчасно сплачувати податки та подавати звітність;

– легкість у закритті ФОП. Зробити це набагато простіше, ніж у випадку з юридичною особою;

– офіс необов’язковий, тому що ФОП реєструють за місцем реєстрації фізичної особи.

Недоліки ФОП:

– ризик власним майном. Це основний недолік. Якщо виникають суперечні ситуації із заборгованостями або починається судовий процес, коли ФОП винен комусь кошти, ФОП несе відповідальність майном, яке на нього зареєстроване. Але якщо вести діяльність у правовому полі, на такі ситуації можна ніколи не натрапити;

– не всі підприємства хочуть працювати з ФОП. Особливо якщо це великі компанії. Хтось внаслідок недовіри, хтось – зі своїх внутрішніх корпоративних причин.

Діяльність ФОП, з економічної точки зору, значною мірою відповідає характеристикам підприємства, а саме економічна самостійність, яка передбачає певні ризики та відповідальність щодо прийняття рішень, спрямованість на задоволення зовнішніх потреб шляхом виробництва продукції (надання послуг, виконання робіт) тощо. Наявність в економіці України юридичних та фізичних осіб пояснюється особливостями створення та оподаткування суб’єктів підприємницької діяльності. Вони відрізняються обсягами діяльності, рівнем господарської самостійності та відповідальності, певними ідентифікаційними ознаками, системами обліку та фінансової звітності.

Як юридичні особи, так й фізичні особи-підприємці, з економічної точки зору, являють собою господарську систему, в якій у ході виробничо-торгівельного процесу здійснюється перетворення ресурсів на готову продукцію, є економічно доцільними, відокремленими частинами суспільного виробництва та несуть певні інтереси власників. Отже, надалі під терміном «організація» розуміємо як підприємства, так й фізичних осіб-підприємців.

Організація як об'єкт ринкових відносин – це специфічний товар, що має вартість і споживчу вартість. Вартість організації складають її майнові активи у ціновій формі. Споживча вартість полягає у здатності організації приносити її власнику прибуток.

2. Види підприємств, їх класифікація

Підприємство характеризується комплексом технічних, організаційних, соціальних і економічних аспектів. Це обумовлює різноманіття підходів та критеріїв до класифікації підприємств.

Класифікація підприємств за основними ознаками:

1. За метою та характером діяльності:

– *комерційні підприємства*. Їх діяльність спрямована на отримання прибутку, вони функціонують за умов повної економічної самостійності та самоокупності;

– *некомерційні підприємства*. Їх діяльність спрямована на виконання соціальних функцій без мети отримання прибутку.

2. За формою власності:

– *приватні підприємства*, що діють на основі приватної власності одного або кількох громадян та його (їх) праці чи з використанням найманої праці. Приватним є також підприємство, що діє на основі приватної власності юридичної особи. До приватних відносять також індивідуальні та сімейні підприємства, які базуються тільки на особистій праці;

– *колективні підприємства*, що засновані на власності трудового колективу, кооперативу, а також іншого статутного товариства або громадської організації;

– *комунальні підприємства*, що засновані на власності певної територіальної громади;

– *державні підприємства*, що засновані на державній власності;

– *змішані підприємства*. До них належать підприємства, створені на базі об'єднання майна різних форм власності.

3. За національною належністю капіталу:

– *національні підприємства*, капітал яких повністю належить суб'єктам господарювання даної країни;

– *іноземні підприємства*, якщо 100 % капіталу підприємства є власністю суб'єктів господарювання іноземних країн;

– *спільні підприємства*, що створені як вітчизняними, так і іноземними суб'єктами господарювання для здійснення спільної діяльності.

4. За розміром підприємства:

– *мікропідприємства* (середня чисельність працівників до 10 осіб; чистий дохід від реалізації продукції – до 700 тис. євро; балансова вартість активів – до 350 тис. євро);

– *малі підприємства* (середня чисельність працівників до 50 осіб; чистий дохід від реалізації продукції – до 8 млн. євро; балансова вартість активів – до 4 млн. євро);

– *середні підприємства*. (середня чисельність працівників до 250 осіб; чистий дохід від реалізації продукції – до 40 млн. євро; балансова вартість активів – до 20 млн. євро);

– *великі підприємства* (середня чисельність працівників понад 250 осіб; чистий дохід від реалізації продукції – понад 40 млн. євро; балансова вартість активів – понад 20 млн. євро).

Якщо підприємство за трьома критеріями потрапляє в три різні категорії? Наприклад, за кількістю найманих працівників є мікропідприємством, за вартістю активів – малим, а за сумою доходу – середнім (або великим). У цьому випадку підприємство вважатиметься малим (тобто обираємо середину).

5. За способом утворення (заснування) та формування статутного фонду (капіталу):

– *унітарне підприємство* створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний фонд (капітал), неподілений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який ним призначається, керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства;

– *корпоративне підприємство* утворюється, зазвичай, двома та більше засновниками за їхнім спільним рішенням (договором). Воно діє на основі об’єднання майна та (або) підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства.

6. За правовим статусом і формою господарювання:

– *одноосібні підприємства*, які є власністю однієї особи або родини. За своїми зобов’язаннями вони несуть відповідальність усім майном (капіталом) власника;

– *кооперативні підприємства*. Вони являють собою добровільні об’єднання громадян з метою спільного ведення господарської або іншої діяльності. При цьому кожен член кооперативу особисто бере участь у спільній діяльності, яка передбачає використання власного або орендованого майна;

– *орендні підприємства*, підприємницька діяльність яких пов’язана з тимчасовим (на договірній основі) володінням та користуванням необхідним для цього майном;

– *господарські товариства*, які створюються на принципах угоди між юридичними особами або громадянами шляхом об’єднання їх майна та

підприємницької діяльності з метою отримання прибутку.

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

Акціонерним товариством визнається господарське товариство, статутний фонд (капітал) якого розподілений на певну кількість акцій однакової номінальної вартості. Загальна номінальна вартість випущених акцій становить статутний фонд (капітал) акціонерного товариства. Власники акціонерного товариства називаються акціонерами.

Розрізняють:

– *приватні акціонерні товариства*. Кількісний склад акціонерів приватного акціонерного товариства не може перевищувати 100 акціонерів. Таке товариство може здійснювати тільки приватне розміщення акцій;

– *публічні акціонерні товариства*. Кількісний склад акціонерів публічного акціонерного товариства перевищує 100 акціонерів. Таке товариство може здійснювати публічне та приватне розміщення акцій.

Товариством з обмеженою відповідальністю є господарське товариство, що має статутний фонд (капітал), поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, і несе відповідальність за своїми зобов’язаннями тільки своїм майном. Учасники (тобто власники) товариства несуть відповідальність тільки в межах їх внесків до статутного фонду (капіталу).

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

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

Командитним товариством є господарське товариство, в якому поряд з учасниками (учасником), які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за його зобов'язаннями усім своїм майном, є учасники (учасник), відповідальність яких обмежується тільки їхніми внесками у майно товариства.

7. Залежно від галузевої приналежності виділяють: промислові, сільськогосподарські, будівельні, транспортні, торговельні, науково-дослідні, банківські, туристичні підприємства, підприємства зв'язку, підприємства побутового обслуговування та інші. Підприємства у різних галузях народного

господарства, в свою чергу, класифікуються за певними специфічними ознаками, що притаманні лише цій сфері.

3. Добровільні об’єднання підприємств

Підприємства мають право на добровільних засадах об’єднувати свою науково-технічну, виробничу, комерційну та інші види діяльності, якщо це не суперечить чинному антимонопольному законодавству. Мотиви об'єднання можуть бути різні, зокрема: необхідність освоєння нових видів діяльності, розгалуження та розширення обсягів діючого виробництва; уникнення сезонної або циклічної нестабільності виробництва продукції; доцільність комплексного використання сировини, матеріалів, відходів виробництва; підвищення ефективності маркетингу та логістики; скорочення інвестицій і ризиків при створенні сучасних виробничих потужностей; освоєння нових каналів реалізації товарів або надання послуг; просування на світові ринки збуту продукції; впровадження високовартісних інвестиційних і інноваційних проєктів; зниження елементів собівартості продукції та витрат виробництва в цілому тощо.

Об’єднання має притаманні йому властивості:

– створюється і реєструється як суб’єкт права;

– діє на основі договору або статуту;

– володіє майном, яке юридично відособлене від майна членів об’єднання; має самостійний (власний) і зведений (спільний для членів) баланси, розрахунковий та інші рахунки в установах банків, печатку зі своєю назвою, і є юридичною особою.

Підприємства можуть утворювати об’єднання двох видів:

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

– *господарське об'єднання* – об'єднання підприємств, утворене за ініціативою підприємств, незалежно від їх виду, які на добровільних засадах об'єднали свою господарську діяльність.

Господарське об’єднання − це один із видів організаційної структури бізнесу. Підприємства, які ввійшли до об’єднання, є його членами або учасниками. Господарські об’єднання слід відрізняти від господарських товариств, що є підприємствами.

Отже, *господарське об’єднання* − це складна господарська організація, яка створена на основі поєднання матеріальних інтересів підприємств-учасників, діє на підставі установчого договору або статуту і реєструється як

юридична особа.

Господарські об'єднання утворюються як асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, інші об'єднання підприємств, передбачені законом.

Асоціація – це договірне об'єднання, що створюється для здійснення постійної координації господарської діяльності всіх її учасників, але при цьому асоціація не має права втручатися у виробничу й комерційну діяльність своїх учасників.

Асоціації створюються, перш за все, за галузевою, територіальною або іншими ознаками з метою забезпечення спільних інтересів учасників на регіональному, національному або міжнародному ринку. Асоціація представляє інтереси своїх членів у відносинах з державними та недержавними організаціями. Вона розробляє економічні та юридичні прогнози, узагальнює та розповсюджує передовий досвід підприємств, виборює право своїх членів, надає їм інформацію, скликає конференції, веде видавничу діяльність в інтересах асоціації тощо. Але головними в діяльності асоціації є функції виробничого характеру. До числа останніх відносяться функції координації виробничої діяльності між членами асоціації, поглиблення між ними кооперації, науково-технічного співробітництва, здійснення спільних підприємницьких проектів тощо.

Асоціація являє собою «м'яку» форму централізації зусиль її учасників, для неї характерні:

– менша централізація управлінських зв'язків порівняно з іншими видами об'єднань;

– можливість одночасно бути членом кількох асоціацій;

– централізує лише одну чи декілька із кількох виробничо-господарських та управлінських функцій.

Корпорація − договірне об’єднання суб’єктів господарювання на засаді інтеграції їхніх науково-технічних, виробничих та комерційних інтересів з делегуванням окремих повноважень для централізованого регулювання діяльності кожного з учасників.

Корпорації є досить розвинутою формою об'єднання, оскільки їх діяльність ґрунтується на створенні системи управління, що відрізняється тісними фінансовими, організаційними, маркетинговими зв'язками між учасниками, функціонуванням розвитку управлінських структур на рівні об'єднання в цілому. Порівняно з асоціацією корпорація має більш жорстку організаційну структуру. Для централізації управління члени корпорації делегують правлінню частину своїх повноважень. В корпорації, так само як і в асоціації, зберігається принцип добровільного членства. Підприємства, які добровільно входять до складу господарського об'єднання, так само мають і право добровільного виходу з нього.

Консорціум − тимчасове статутне об’єднання промислового й банківського капіталу для досягнення загальної мети. Як правило,

консорціуми створюються для реалізації певних фінансово-промислових проєктів, коли проєкт перевищує фінансові можливості одного банку. Створюються консорціуми на строк виконання проєктів, замовлень. Після досягнення поставленої мети вони або ліквідуються, або реорганізуються в постійні господарські об'єднання.

В консорціум можуть об'єднуватись також промислові підприємства без безпосередньої участі банківського капіталу, якщо вони разом створюють достатні фінансові можливості для реалізації проєкту. Діяльність консорціуму охоплює, як правило, стикові проблеми кількох галузей. Учасники консорціуму можуть бути членами кількох консорціумів одночасно. Консорціуму делегується право представляти інтереси своїх учасників в державних органах, для чого в його структурі управління створюються відповідні функціональні органи.

Учасниками консорціуму можуть бути державні та приватні фірми, а також окремі держави (наприклад Міжнародний консорціум супутникового зв’язку).

Концерн – це статутне об'єднання підприємств промисловості, наукових організацій, транспорту, банків, торгівлі тощо на основі повної фінансової залежності від одного або групи підприємств.

Першою характерною ознакою концернів є те, що їх засновниками є власники або уповноважені ними органи, а не самі підприємства. Наприклад, концерни загальнодержавної власності створюються, реорганізуються і ліквідуються рішенням Кабінету Міністрів України, Склад членів і статути цих об'єднань затверджують відповідні галузеві міністерства.

Другою ознакою концернів є те, що вони діють на підставі статутів, затверджених власниками або уповноваженими ними органами, і не мають установчих договорів. Отже, предмет і цілі їх діяльності визначають власники або уповноважені ними органи, а не самі члени об'єднань. Підставою для об'єднання підприємств саме на основі статуту, а не установчого договору є повна фінансова залежність підприємств-членів концерну від одного або групи підприємств.

Ще однією характерною рисою є те, що фінансова залежність породжує адміністративну. Тобто підприємство-засновник стає вищим органом щодо підприємств-членів об'єднання, а оскільки до складу концерну часто входять підприємства з різними сферами діяльності, то успішно концерн функціонуватиме лише тоді, коли буде забезпечено постійний потік інформації від дочірніх фірм до материнської компанії. Таким чином, об'єднання капіталу і зосередження адміністративних функцій в руках центрального органу управління надасть змогу більш ефективно реалізовувати значні фінансові проекти і оперативно реагувати на зміну ринкової кон'юнктури.

На відміну від асоціацій і консорціумів учасники концерну не мають права бути одночасно учасниками інших об'єднань без згоди концерну.

На сучасному етапі розвитку економічних відносин концерни здійснюють значний вплив на розвиток економіки високорозвинених країн Північної Америки і Західної Європи. Під словом «концерн» тут розуміють об'єднання групи підприємств (дочірніх фірм) навколо одного підприємства (материнської компанії), яка володіє контрольним пакетом акцій цих підприємств.

Серед інших форм об’єднання підприємства можна виділити наступні.

Холдинг – добровільне об'єднання підприємств з метою управління іншими компаніями за допомогою володіння контрольними пакетами їх акцій. Особливості холдингу: здійснюється централізована інвестиційна політика та централізоване управління, яке впливає на підконтрольні (дочірні) підприємства; забезпечується технологічна та коопераційна єдність підприємств-членів холдингу; суттєво розширюється сфера та масштаби господарської діяльності та ринків збуту.

Промислово-фінансова група (ПФГ) – об'єднання, до якого можуть входити промислові та сільськогосподарські підприємства, банки, наукові і проєктні установи, інші установи і організації всіх форм власності, що мають на меті отримання прибутку. ПФГ створюється за рішенням Уряду України на певний термін з метою реалізації державних програм розвитку пріоритетних галузей народного господарства і структурної перебудови економіки України, включаючи програми згідно з міждержавними договорами.

Лекція 4.2. Діяльність та бізнес-середовище організації

1. Господарська діяльність організації.
2. Підприємницька діяльність організації.
3. Бізнес-середовище організації.
4. Загальна характеристика продукції організації.

1. Господарська діяльність організації

Правове регулювання відносин у сфері господарської діяльності забезпечується Конституцією України, Законами України, Указами Президента України, Постановами Кабінету Міністрів України, нормативно-правовими актами інших органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а також іншими нормативними актами.

Під *господарською діяльністю* розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг

вартісного характеру, що мають цінову визначеність.

Напрями господарської діяльності організації охоплюють різні аспекти її функціонування, що сприяють досягненню цілей організації та забезпеченню її ефективної роботи. Основні напрями господарської діяльності можна виділити за наступними критеріями:

1. *Виробнича діяльність* – головний напрям для організацій, що займаються виготовленням продукції. Сюди входить організація виробничого процесу, управління виробничими потужностями, контроль за якістю продукції, впровадження нових технологій та раціоналізація використання ресурсів.

2. *Фінансова діяльність* включає управління фінансовими потоками організації, пошук джерел фінансування, інвестування, управління дебіторською і кредиторською заборгованістю, формування бюджету, контроль за витратами організації. Цей напрям також охоплює фінансове планування, аналіз і контроль.

3. *Інвестиційна діяльність* – напрям, що стосується розвитку організації шляхом вкладення коштів у придбання основних засобів, нематеріальних активів, реалізацію інноваційних проєктів, розширення виробничих потужностей та участь у капіталі інших підприємств. Інвестиційна діяльність сприяє довгостроковому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності.

4. *Збутова діяльність* – організація та управління продажами продукції. Вона включає маркетингові дослідження, розробку збутової стратегії, рекламні кампанії, організацію каналів збуту, роботу з клієнтами та дистрибуторами. Збутова діяльність є напрямом діяльності організації, що займається виробництвом і продажем власної продукції. Ефективна збутова діяльність забезпечує стабільні доходи та розширення ринкових позицій організації.

5. *Торговельна діяльність* – напрям, що стосується процесів купівлі–продажу товарів. Торгівля передбачає обмін товарами між виробниками та споживачами, включаючи як оптові, так і роздрібні операції. Торговельна діяльність може охоплювати не тільки збут власної продукції, але й перепродаж товарів інших виробників. Вона має свою специфіку і методи управління, які відрізняються від виробничої, логістичної або збутової діяльності. Є важливою складовою багатьох організацій, особливо тих, що спеціалізуються на посередництві між виробниками і споживачами, або тих, що займаються перепродажем товарів.

6. *Маркетингова діяльність* – цей напрям охоплює аналіз ринку, вивчення потреб споживачів, конкурентне середовище, розробку та реалізацію стратегії просування товарів і послуг. Завдання маркетингу – виявлення нових ринкових можливостей, збільшення частки ринку та підвищення лояльності споживачів.

7. *Логістична діяльність* – напрям, що пов'язаний з організацією ефективного переміщення сировини, матеріалів і готової продукції, управління запасами, транспортними потоками, складуванням і постачанням. Логістика впливає на зниження витрат і покращення сервісного обслуговування.

8. *Інноваційна діяльність* – розробка та впровадження нових технологій, продуктів і процесів для підвищення конкурентоспроможності організації та її продукції. Може включати як технічні інновації, так і інновації у сфері управління, маркетингу чи організації бізнесу.

9. *Соціальна діяльність* – включає заходи, спрямовані на покращення умов праці, розвиток персоналу, створення сприятливого клімату в колективі, забезпечення корпоративної соціальної відповідальності, а також підтримку соціальних ініціатив.

10. *Екологічна діяльність* – направлена на зниження впливу організації на навколишнє середовище. Це може включати впровадження екологічних стандартів, переробку відходів, зменшення викидів шкідливих речовин, використання екологічно чистих технологій і ресурсів, підтримку екологічних ініціатив.

Відповідно до Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку та Міжнародних стандартів фінансової звітності, господарську діяльність організацій класифікують на три основні види:

1. *Операційна діяльність* – головний вид діяльності організації, з метою здійснення якого вона створена. Операційна діяльність охоплює всі основні операції, пов'язані з веденням господарської діяльності організації, які забезпечують її функціонування та досягнення економічних результатів.

Операційна діяльність поділяється на основну та іншу операційну діяльність. *Основна операційна діяльність* – це виробництво та реалізація продукції. *Інша операційна діяльність* включає надання майна в оренду, реалізацію іноземної валюти та інших оборотних активів, операції з курсовими різницями тощо.

2. *Інвестиційна діяльність* – це діяльність, пов’язана з придбанням і продажем нерухомості, обладнання, інших довгострокових інвестицій, а також із здійсненням довгострокових фінансових вкладень (інвестицій в акції, облігації). Інвестиційна діяльність включає такі операції, як купівля-продаж основних засобів, нематеріальних активів, операції з фінансовими інструментами.

3. *Фінансова діяльність* – це діяльність, яка спрямована на залучення фінансових ресурсів організацією, зокрема шляхом отримання кредитів, випуску акцій або облігацій, а також виплати дивідендів. Цей вид діяльності стосується змін у складі та структурі власного капіталу і позик організації. Сюди належать надходження від емісії акцій, виплата відсотків по кредитах, погашення боргових зобов’язань тощо.

Ця класифікація використовується для складання фінансової звітності та аналізу фінансових результатів діяльності організації, щоб відокремити операційні процеси від інвестиційних і фінансових, що дозволяє краще розуміти структуру доходів і витрат організації.

Залежно від мети діяльності господарську діяльність організації можна поділити на два основні види:

– *підприємницька діяльність (комерційна господарська діяльність, підприємництво)* – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку;

– *некомерційне господарювання (некомерційна господарська діяльність)* – це самостійна систематична господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання, спрямована на досягнення економічних, соціальних та інших результатів без мети одержання прибутку.

Некомерційна господарська діяльність здійснюється суб'єктами господарювання державного або комунального секторів економіки у галузях (видах діяльності), в яких відповідно до чинного законодавства забороняється підприємництво, на основі рішення відповідного органу державної влади чи органу місцевого самоврядування. Некомерційна господарська діяльність може здійснюватися також іншими суб'єктами господарювання, яким здійснення господарської діяльності у формі підприємництва забороняється законом.

2. Підприємницька діяльність організації

Як вже було зазначено, підприємницька діяльність (підприємництво) – це господарська діяльність з метою досягнення економічних і соціальних результатів та отримання прибутку.

Доволі часто поняття «підприємницька діяльність» та «бізнес» використовують взаємозамінно, але між ними є суттєві відмінності:

1. Підприємницька діяльність є діяльністю, спрямованою на створення та управління організацією з метою досягнення прибутку, включаючи ризики та інновації. Підприємництво передбачає активний пошук можливостей для ведення діяльності та створення нових ідей. Бізнес – це більш широке поняття, яке охоплює будь-яку комерційну діяльність, яка здійснюється з метою отримання прибутку. Бізнес може включати як підприємницькі, так і непідприємницькі аспекти.

2. Підприємництво зосереджене на інноваціях, творчості та розвитку нових продуктів або послуг. Воно має на меті вирішення проблем або задоволення потреб ринку. Бізнес фокусується на управлінні існуючими операціями, забезпеченні стабільного прибутку та оптимізації процесів.

3. Підприємницька діяльність пов'язана з високими ризиками через невизначеність ринку, інновації та нові ідеї. Підприємці часто інвестують значні ресурси, наражаючи себе на можливість збитків. Бізнес може мати менший рівень ризику, особливо якщо він заснований на вже перевірених моделях та методах.

Отже, підприємництво є важливою складовою бізнесу, але не кожен бізнес є підприємництвом.

Принципи підприємництва – правила, через які реалізується свобода підприємницької діяльності. До основних з них можна віднести наступні:

– вільний вибір підприємцем видів підприємницької діяльності;

– самостійне формування підприємцем стратегії та тактики своєї діяльності, переліку постачальників і споживачів своєї продукції, джерел залучення ресурсів тощо;

– самостійне встановлення цін на продукцію відповідно до законодавства країни;

– вільний найм підприємцем працівників;

– комерційний розрахунок та власний комерційний ризик;

– вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом.

Сутність підприємництва повніше розкривається через його функції (роль у суспільстві), до яких належать такі:

– *творча (інноваційна, новаторська) функція* полягає в тому, що підприємці реалізовують нові ідеї, упроваджують наукові розробки, пов’язані з господарським ризиком;

– *ресурсна функція*, полягає в ефективному використанні та управлінні різними ресурсами, необхідними для ведення діяльності;

– *організаційна функція* полягає в створенні, управлінні та оптимізації бізнес-процесів для досягнення цілей організації;

– *стимулююча функція* полягає у формуванні механізму, що мотивує і ефективно використовувати ресурси, і максимально задовольняти потреби споживачів;

– *соціальна функція* полягає у впливі підприємництва на суспільство, його потреби та інтереси. Ця функція охоплює кілька важливих аспектів, які сприяють покращенню соціального становища та розвитку населення: створення робочих місць, соціальна відповідальність (дотримання етичних норм, захист прав працівників, зменшення негативного впливу на навколишнє середовище тощо), сприяння економічному розвитку регіону, вирішенню соціальних проблем, покращенню якості життя, розвитку підприємницької культури тощо;

– *особистісна функція* охоплює розвиток індивідуальних якостей підприємця, які сприяють успішному веденню бізнесу. Ця функція зосереджена на формуванні особистості підприємця та її впливі на бізнес-

процеси. Основні аспекти особистісної функції підприємництва пов’язані з такими особистісними якостями та навичками, як лідерство, ініціативність, креативність, емоційний інтелект, витривалість, навички спілкування, організаційні навички, адаптивність, самоосвіта, етичні цінності.

Суб’єкт, що здійснює підприємницьку діяльність, називається *підприємцем*.

Суб’єкти підприємницької діяльності визначені чинним законодавством України, зокрема Законом України «Про підприємництво».

До основних суб’єктів підприємницької діяльності в Україні належать:

– громадяни України, інших держав, особи без громадянства, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності;

– юридичні особи всіх форм власності, встановлених Законом України «Про власність».

Не допускається заняття підприємницькою діяльністю таких категорій громадян: військовослужбовців, службових осіб органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного нотаріату, а також органів державної влади і управління, які покликані здійснювати контроль за діяльністю підприємств.

Особи, яким суд заборонив займатися певною діяльністю, не можуть бути зареєстровані як підприємці з правом здійснення відповідного виду діяльності до закінчення терміну, встановленого вироком суду.

Особи, які мають непогашену судимість за крадіжки, хабарництво та інші корисливі злочини, не можуть бути зареєстровані як підприємці, не можуть виступати співзасновниками підприємницької організації, а також займати в підприємницьких організаціях керівні посади і посади, пов'язані з матеріальною відповідальністю.

Іноземці та особи без громадянства при здійсненні господарської діяльності в Україні користуються такими самими правами та мають такі самі обов’язки, як і громадяни України.

Усе різноманіття проявів підприємницької діяльності можна сгрупувати та виділити наступні види підприємництва:

– виробниче підприємництво;

– торговельне (комерційне) підприємництво;

– фінансове підприємництво;

– страхове підприємництво;

– посередницьке підприємництво.

Виробниче підприємництво – це вид підприємницької діяльності, пов’язаний із виробництвом товарів, виконанням робіт чи наданням послуг, спрямованих на створення матеріальних та нематеріальних благ. Воно охоплює всі етапи процесу створення продукту: від отримання сировини до постачання готової продукції на ринок. Основна мета виробничого підприємництва – задоволення потреб споживачів та отримання прибутку за

рахунок ефективного використання виробничих ресурсів.

Торговельне (комерційне) підприємництво – це вид підприємницької діяльності, що передбачає купівлю та продаж товарів і послуг з метою отримання прибутку. Його основна функція полягає в посередництві між виробниками та споживачами, що забезпечує рух товарів від виробництва до кінцевого споживання. Торговельні підприємці заробляють на різниці між ціною придбання товару та ціною його продажу, отримуючи прибуток через реалізацію товарів та надання супутніх послуг.

Посередницьке підприємництво – це форма підприємницької діяльності, в якій суб'єкт підприємництва виступає посередником між виробником товарів або надавачем послуг і кінцевим споживачем або іншими бізнесами. Основна мета посередницького підприємництва полягає в полегшенні укладання угод між різними сторонами та оптимізації руху товарів і послуг на ринку. Посередницьке підприємництво охоплює широкий спектр діяльності, включаючи надання послуг зі збуту, маркетингу, транспортування, логістики, а також операції з нерухомістю.

Фінансове підприємництво – це вид підприємницької діяльності, спрямований на надання фінансових послуг, таких як кредитування, інвестиційні операції, обмін валюти, управління активами, фінансове консультування та інші операції з грошовими коштами та цінними паперами. Основною метою фінансового підприємництва є отримання прибутку через ефективне використання і перерозподіл фінансових ресурсів.

Страхове підприємництво – це вид підприємницької діяльності, основною метою якого є надання страхових послуг, тобто захист майнових інтересів фізичних та юридичних осіб від різноманітних ризиків через створення страхових резервів і здійснення страхових виплат у разі настання страхового випадку. Це особлива форма підприємництва, яка пов'язана з управлінням ризиками та перерозподілом ризиків між страховиком і страхувальником.

3. Бізнес-середовище організації

Бізнес-середовище організації – це сукупність чинників, у межа яких здійснюється діяльність організації з метою отримання прибутку. З точки зору конкретної організації бізнес-середовище поділяється на дві частини:

– сукупність чинників, що непідконтрольні організації (зовнішнє середовище функціонування організації);

– сукупність підконтрольних організації чинників (внутрішнє середовище організації).

Зовнішнє середовище функціонування організації − це чинники й умови, що перебувають поза організацією та існують незалежно від неї, але впливають або можуть впливати на її функціонування. Загальною рисою

чинників зовнішнього середовища є їх неконтрольованість з боку організації, оскільки вони не залежать від неї.

Залежно від характеру впливу − прямого або непрямого − елементи зовнішнього середовища можна поділити на дві групи: мікросередовище та макросередовище.

Мікросередовище (середовище прямого впливу, ділове середовище) − чинники, що безпосередньо впливають на функціонування організації, водночас, відчуваючи на собі вплив з боку організації.

До чинників мікросередовища належать:

1. *Постачальники* – різноманітні суб'єкти господарювання, що забезпечують організацію ресурсами, необхідними для виробництва конкретних товарів або послуг. Постачальники можуть надавати будь-що необхідне для виробництва: сировину, матеріали, запасні частини, комплектуючі, обладнання, устаткування, енергетичні ресурси, різноманітні послуги (консультаційні, інформаційні, логістичні, IT-послуги тощо).

2. *Споживачі* – це люди або організації, які споживають (використовують) продукцію, що виробляється організацією. Вони купують продукцію організації для задоволення своїх потреб (особистих чи виробничих). Споживачі – це кінцеві користувачі продукції.

3. *Посередники* – це організації, які виступають як зв'язкова ланка між виробниками та споживачами товарів чи послуг. Їхня основна функція — допомагати в просуванні, збуті та доставці продукції від виробника до кінцевого споживача. Посередники не виробляють товари, а надають послуги з їх розподілу, продажу або транспортування.

4. *Конкуренти* – організації, які пропонують подібні товари чи послуги на тому ж ринку і змагаються за увагу та ресурси тих самих споживачів.

5. *Контактні аудиторії* — це групи людей або організацій, які мають вплив на діяльність організації, її репутацію, продажі та загальний успіх на ринку. Вони можуть не бути безпосередньо залученими до бізнес-процесів організації, але їхня взаємодія з організацією або думка про неї можуть значно впливати на її діяльність. На відміну від постачальників, споживачів, посередників та конкурентів контактні аудиторії, як правило, не мають прямих зв'язків з організацією.

Основні типи контактних аудиторій:

1. *Внутрішні контактні аудиторії*:

– працівники організації є важливою аудиторією, оскільки їхній рівень задоволеності та залученості впливає на результати діяльності та загальну атмосферу в організації;

– власники та акціонери. Люди або організації, які мають частку в організації, можуть впливати на її стратегію та розвиток через контроль за прибутками або втратами.

2. *Зовнішні контактні аудиторії*:

– Засоби масової інформації (ЗМІ). Журналісти, редактори та інші представники медіа можуть створювати громадську думку про організацію, впливаючи на її репутацію через новини, статті або соціальні медіа;

– громадські, релігійні організації, місцеві спільноти. Впливають на імідж організації через співпрацю або критику. Вони можуть вимагати відповідальності організації перед суспільством та сприяти або перешкоджати її діяльності;

– органи державної влади. Державні регулятори, податкові органи або органи контролю можуть встановлювати правила та норми, які впливають на діяльність організації;

– інвестори та фінансові організації є важливими для розвитку бізнесу, оскільки забезпечують фінансову підтримку через кредити, інвестиції або партнерські відносини;

– партнери та ділові кола. Інші організації, з якими дана організація співпрацює або конкурує, також є контактною аудиторією, оскільки їхні дії та рішення можуть впливати на ринкові умови.

– лідери думок (ключові особи впливу). Це популярні особи, експерти або блогери, які мають значну аудиторію та можуть впливати на громадську думку щодо продукції або репутації організації.

Позитивні або негативні відгуки від контактних аудиторій можуть впливати на імідж організації в очах громадськості. Організації часто прагнуть заручитися підтримкою контактних аудиторій, щоб зміцнити свої позиції на ринку, отримати доступ до нових ресурсів або уникнути негативних наслідків. Контактні аудиторії можуть впливати на думки інших людей про продукцію чи послуги організації, стимулюючи попит або, навпаки, знижуючи його. Отже, організаціям важливо підтримувати ефективну комунікацію зі своїми контактними аудиторіями, щоб забезпечити довіру, стабільність і позитивну репутацію на ринку.

Макросередовище (середовище непрямого (побічного) впливу) – це чинники зовнішнього середовища, що справляють непрямий вплив на організацію і на які організація або не може впливати взагалі або має незначний вплив.

До основних чинників середовища непрямого впливу відносяться наступні:

1. *Економічні чинники.* Вони визначають загальний рівень економічного розвитку країни (регіону), ринкових відносин, конкуренції, справляють особливий вплив на сферу виробництва через динамічні зміни, що можуть нести як негативні, так і позитивні наслідки. До них належать: темпи інфляції, фаза економічного циклу, податкова політика, ставки банківських відсотків, міжнародний платіжний баланс, дефіцит державного бюджету, рівень безробіття, зміна структури державних витрат, рівень зайнятості населення в цілому і в галузі тощо. Зміни цих чинників впливають на рівень життя

населення, платоспроможність організацій, коливання попиту, рівень цін тощо.

2. *Політико-правові чинники*. Політична система, що існує у державі, чинить сильний вплив на ділову активність організацій у зв'язку з тим, що визначає цілі та напрямки розвитку суспільства, його ідеологію, зовнішню та внутрішню політику у різних галузях, а також шляхи і засоби, за допомогою яких уряд має намір її впроваджувати. Основними чинниками, що характеризують політичну ситуацію у державі, є: стабільність влади, державна політика приватизації та націоналізації, державний контроль і регулювання діяльності організацій, пріоритети державної підтримки, рівень корупції та інше.

Правова складова включає закони і правові акти, які встановлюють допустимі норми ділових відносин, права, відповідальність, обов'язки організації тощо.

3. *Технологічні чинники*. Ці чинники, пов'язані з розвитком техніки і технологій. Технологічне середовище також має тенденцію до змін, які створюють як додаткові можливості, так і обмеження. Організація, що ефективно функціонує, має своєчасно адаптуватися до технологічних змін і використовувати їх для формування конкурентних переваг. До основних технологічних чинників, які необхідно відстежувати, можна віднести так звані «технологічні прориви», питому вагу наукоємних виробництв і продукції, зміну життєвого циклу технологій, вимоги до науково-технічного рівня конкурентоспроможної продукції тощо.

4. *Міжнародні чинники*. Для організацій, що працюють або прагнуть вийти на міжнародні ринки, загрози та можливості можуть виникнути в результаті доступу до сировини в інших країнах, змін можливого курсу і політичних рішень у інвесторів чи країн-ринків. Вплив міжнародного середовища може виникнути при створенні спільного підприємства, купівлі акцій вітчизняного підприємства іноземними інвесторами, реалізації спільних проєктів. Крім цього, до міжнародних чинників відносяться лібералізація зовнішньоекономічних зв'язків, складність виходу на зовнішній ринок, можливість економічних і воєнних конфліктів, приплив закордонних товарів-конкурентів тощо.

5. *Демографічні чинники*. Ця група чинників дає уявлення про демографічну ситуацію в країні та вплив цієї ситуації на тенденції попиту населення, забезпечення організацій робочою силою тощо. До неї відносяться кількість потенційних споживачів, структура населення, показники народжуваності та руху населення, середня тривалість життя, наявна і потенційна кількість робочої сили, кваліфікаційні характеристики робочої сили та інше.

6. *Географічні чинники*. Це чинники, що пов'язані з місцем розташуванням організації та розміщенням великих промислових і

сільськогосподарських центрів, з природно-кліматичними умовами, розміщенням корисних копалин і природних ресурсів, екологією. Вирішення проблем погіршення екологічного стану, зменшення запасів природних ресурсів пов’язано з вкладенням чималих коштів на розробку нових технологій, заміну продукції, постачальників сировини та матеріалів, охорону навколишнього середовища.

7. *Соціально-культурні чинники* відображують соціально-культурні процеси і тенденції, що відбуваються у суспільстві та впливають на діяльність організації, перш за все, через зміни у поведінці споживачів. Наприклад, сучасні уявлення про здоровий спосіб життя створили великі можливості для організацій, що випускають спортивне знаряддя та одяг для відпочинку, але негативно вплинули на продаж тютюнових компаній. Соціально-культурні зміни можна аналізувати за допомогою вивчення таких характеристик, як ставлення основної маси населення до підприємництва, роль жінок і національних меншин у суспільстві, розвиток руху на захист прав споживачів, зміна культурних традицій, суспільних цінностей тощо.

Внутрішнє середовище організації – це сукупність внутрішніх чинників та ресурсів, які безпосередньо впливають на діяльність організації та її здатність досягати цілей. Внутрішнє середовище охоплює всі елементи, які організація може контролювати або змінювати для підвищення ефективності свого функціонування.

Основні елементи внутрішнього середовища організації:

– персонал. Люди, які працюють в організації, є її основним ресурсом. Їхні навички, знання, мотивація та ефективність виконання завдань визначають успіх організації;

– організаційно-управлінська структура. Це система, яка визначає розподіл обов'язків, повноважень, підпорядкованості та відповідальності всередині організації. Вона показує, як функції управління та виконання завдань розподіляються між різними рівнями керівництва та підрозділами, а також як працівники взаємодіють один з одним для досягнення спільних цілей. Добре організована структура дозволяє швидко приймати рішення і ефективно розподіляти ресурси. Крім того, вона значно впливає на продуктивність і робочу атмосферу в організації;

– корпоративна культура – сукупність цінностей, норм, традицій та поведінкових стандартів, які панують в організації. Корпоративна культура визначає, як працівники взаємодіють між собою, з клієнтами та партнерами;

– технології та обладнання. Рівень розвитку технічних засобів, що використовуються в процесі виробництва або надання послуг, безпосередньо впливає на продуктивність, якість та ефективність діяльності організації;

– фінансові ресурси, що є в розпорядженні організації, впливають на її здатність інвестувати в розвиток, здійснювати операційну діяльність і

реагувати на зовнішні виклики;

– інформаційні ресурси. Інформаційні потоки всередині організації, зокрема системи обробки та збереження даних, управлінські інформаційні системи, аналітика та звітність, є ключовими для прийняття обґрунтованих рішень;

– продукція організації. Продукти або послуги, що виробляє організація, є центральною складовою внутрішнього середовища. Відповідність ринку, якість, інноваційність продукції впливають на конкурентоспроможність організації;

– процеси – сукупність процесів господарської діяльності, що здійснює організація для досягнення своїх цілей: виробничих, маркетингових, фінансових, торговельних тощо.

Внутрішнє середовище організації безпосередньо впливає на її стратегії, здатність реагувати на зміни зовнішнього середовища та конкурентоспроможність. Ефективне управління внутрішніми чинниками дозволяє організації адаптуватися до викликів зовнішнього середовища, оптимізувати діяльність та досягати поставлених цілей.

На відміну від зовнішніх чинників, які часто складно або неможливо контролювати, внутрішнє середовище можна змінювати та налаштовувати відповідно до цілей та стратегії організації.

4. Загальна характеристика продукції організацій

У процесі виробництва людина взаємодіє з певними засобами виробництва і створює конкретні блага. Останні є результатами праці, які прийнято називати продукцією.

*Продукція організ*ації в загальному сенсі − це кінцевий результат виробничого процесу (виробничої діяльності) організації.

Залежно від ступеня матеріалізації продукція організації поділяється на продукти (вироби), послуги та роботи.

Продукт (виріб) − це матеріалізований результат діяльності, який характеризує новостворену вартість та перетворення сировини в речове благо шляхом проходження передбачених технологією стадії виробничого циклу. Загальною властивістю продукту на відміну від дарів природи є те, що в нього вкладена людська праця.

Послуга − це корисний результат взаємодії виконавця та споживача (певної діяльності виконавця) щодо задоволення певної потреби споживача, яка не втілюється у матеріально-речовинній формі. Або це блага, що надаються не у вигляді речей, а у формі діяльності. Тобто саме надання послуг створює бажаний результат.

До основних характеристик послуг, що розкривають їх відмінності від продуктів (виробів), належать:

– *невідчутність*. Велика частина послуг невідчутна. Виріб є матеріальним предметом: до нього можна доторкнутися, відчути; якщо це їстівний продукт, то його можна спробувати на смак. Послуги не є матеріальними об'єктами. Вони можуть використовувати матеріальні предмети або утілюватися в них, але самі по собі вони не є такими;

– *невіддільність від джерела*. Виробництво і споживання більшості послуг відбуваються одночасно (продаж = виробництво + споживання), тоді як для більшості продуктів (виробів) ці два процеси зазвичай незалежні (виробництво → зберігання → продаж → споживання). Надати послугу можна тільки тоді, коли поступає замовлення або з'являється клієнт. Сумісне споживання деяких послуг є також формою невіддільності від джерела: деякі послуги надаються для великої групи покупців (наприклад, турпоїздка може включати послуги харчування, надання готелю для групи туристів);

– *нездатність до зберігання*. Це важлива відмінна риса послуг, яка визначається їх миттєвістю, негайністю. Велика частина послуг не може зберігатися для майбутнього використання: покупець повинен бути присутнім при наданні послуги. Проте само поняття «не зберігається» може бути різним з погляду покупця. Послуги не можна понести додому, проте той, кому її надали, здатний отримувати задоволення протягом довгого часу після її придбання;

– *непостійність якості* (мінливість якості виконання послуги). Є наслідком одночасного виробництва і споживання послуги. Якість послуги сильно залежить від того, хто її забезпечує, від специфіки купівельних вимог до послуги, а також від того, де і коли вона надається.

Поняття «робота» необхідно відокремлювати від поняття «послуга». Під *роботою* розуміють дії щодо задоволення певної потреби споживача, спрямовані на досягнення матеріального результату, віддільного від самих дій. Послугою ж вважається діяльність, корисний ефект якої, навіть якщо він має матеріальну форму, не може бути відділений від самих дій. Наприклад, робота підрядника, що виконує будівельно-монтажні роботи, має своїм матеріальним результатом об’єкт, будівництво якого йому доручив замовник. Сама робота цілком віддільна від того кінцевого результату, на досягнення якого спрямована. На відміну від цього, послуга перевізника представляє цінність сама по собі: саме факт надання послуги задовольняє потребу, а її матеріальний результат виділений не може бути. Крім того, результат надання послуги, будучи невіддільним від самої послуги, споживається одночасно з її наданням, а результат роботи використовується і споживається, як правило, після закінчення роботи.

Слід розуміти, що поняття «продукція організації» використовується як в широкому, так й в вузькому сенсі. В широкому сенсі під цим поняттям розуміють будь-яку продукцію незалежно від ступеня матеріалізації. В вузькому сенсі поняття «продукція» доволі часто ототожнюється із

продуктами (виробами).

За ступенем готовності розрізняють такі форми продукції (продуктів):

– незавершене виробництво;

– напівфабрикати;

– готова продукція.

Незавершене виробництво − це незакінчена у виготовленні продукція на будь-якій стадії виробництва (від первинних технологічних операцій до приймання продукції службою контролю якості).

Напівфабрикати − це продукція, що повністю пройшла оброблення в межах певної технологічної стадії виробництва, але потребує подальшого оброблення. Така продукція може бути реалізована на сторону.

Готова продукція − це продукція, яка повністю пройшла виробничий цикл, укомплектована, відповідає вимогам стандартів чи технічним вимогам, має супровідні документи, які підтверджують її якість, здана на склад та готова до реалізації.

Продукція організації має споживчу вартість, тобто певну користь для споживача. Через це вона може бути товаром.

Товар − це результат економічної діяльності організації, який має вартість та обмінюється на ринку в грошову форму. Отже, продукція може бути товаром, якщо вона є об'єктом обміну. Продукція, виготовлена людиною для власного споживання, товаром не є.

Різноманітність продукції організації характеризується поняттями «номенклатура» та «асортимент».

Номенклатура продукції − це повний перелік найменувань продукції, що виробляється та/або реалізується організацією.

Асортимент продукції − це сукупність різновидів продукції кожного найменування, що різняться за певними ознаками (моделями, марками, розміром, дизайном, рецептурою тощо).

Асортимент деталізує та конкретизує номенклатуру. Наприклад,

– номенклатура: 1) салати, 2) перші страви;

– асортимент: 1.1) салат «Цезар», 1.2) салат «Мімоза»;

2.1) борщ, 2.2) харчо, 2.3) солянка.

Для характеристики обсягів продукції організації використовуються натуральні, трудові та вартісні методи вимірювання. Вони дозволяють вести планування, облік, контроль собівартості, обсягів продажу, номенклатури, асортименту, трудомісткості продукції, що випускається.

Натуральні показники відповідають фізичним характеристикам продукції (кілограми, літри, одиниці, метри тощо) та характеризують виробничу спеціалізацію організації, частку на ринку тієї чи іншої продукції. У розрахунках на одиницю продукції встановлюються технологічні норми витрат сировини, енергії, робочого часу, а також визначається собівартість виробів (послуг). Без натуральних показників неможливо визначити потребу

у виробничих потужностях та ефективність їхнього використання. Натуральні показники обсягів продукції необхідні для:

– оцінювання матеріало- та трудомісткості виробництва;

– обґрунтування потреби в окремих видах матеріалів, сировини та обладнання;

– визначення складу та кількості робітників, необхідних для виробництва;

– оцінювання ступеня задоволення попиту споживачів.

Недолік натуральних вимірників – придатність для вираження обсягу лише повністю однорідної продукції. Застосування натуральних вимірників обмежене через велику різноманітність номенклатури й асортименту продукції переважної кількості сучасних організацій.

Трудові вимірники (нормо-години, людино-години, людино-дні тощо) використовують у внутрішньовиробничому плануванні для оцінювання трудомісткості одиниці продукції, для обчислення обсягів продукції тих основних і допоміжних виробничих підрозділів, на продукцію яких відсутні ціни. До них належать заготівельні, ремонтні та інші підрозділи. Показники виробництва продукції в трудових вимірниках застосовують для обчислення чисельності робітників і продуктивності їхньої праці, виробничої потужності тощо.

Універсальними показниками вимірювання обсягів продукції є *вартісні* (грошові) показники, адже будь-який вид продукції, незалежно від призначення, можна оцінити в грошах за наявності цін на нього. Вартісні показники необхідні для узагальнення оцінки обсягів діяльності організації, яка виробляє широкий асортимент продукції, для співставлення витрат з отриманим прибутком, оцінки ефективності діяльності рганізації. Основний недолік вартісних показник – це вплив інфляції на ціни, які використовуються при визначенні вартісних показників.

Key words: organization, enterprise, legal entity, sole proprietor, business companies, private joint-stock company, public joint-stock company, limited liability company, business association, association, corporation, consortium, conglomerate, holding company, industrial-financial group, economic activity, entrepreneurial activity, entrepreneurship, business, operating activities, investing activities, financing activities, entrepreneur, manufacturing entrepreneurship, commercial entrepreneurship, intermediary entrepreneurship, financial entrepreneurship, insurance entrepreneurship, business environment, external environment, internal environment, macroenvironment, microenvironment, suppliers, customers, competitors, intermediaries, stakeholders, output, product, service, work, product range, product line.

Питання для самоконтролю

1. Схарактеризуйте підприємство як форму господарювання.
2. Визначте ознаки підприємства як юридичної особи.
3. Розкрийте принципи здійснення діяльності організацій в ринкових умовах.
4. Розкрийте особливості фізичної особи-підприємця як організаційно-правової форми господарювання.
5. Визначте та схарактеризуйте класифікацію підприємств за основними ознаками.
6. Розкрийте сутність та види добровільних об’єднань підприємств.
7. Визначте та схарактеризуйте основні види господарських добровільних об’єднань підприємств.
8. Розкрийте сутність господарської діяльності організацій.
9. Схарактеризуйте основні напрями господарської діяльності організацій.
10. Поясність сутність підприємницької діяльності, її відмінності від бізнесу.
11. Розкрийте принципи та функції підприємництва.
12. Визначте та поясність види підприємництва.
13. Розкрийте сутність та структуру бізнес-середовища організації.
14. Поясність сутність та елементи мікросередовища організації.
15. Поясність сутність та елементи макросередовища організації.
16. Визначте сутність поняття «продукція організації», її види залежно від ступеня матеріалізації.
17. Розкрийте особливості та відмінності виробів, послуг, робіт.
18. Схарактеризуйте види продукції за ступенем готовності.
19. Розкрийте методи вимірювання обсягів продукції організації.

Тема 5. Активи (майнові ресурси) організації

Лекція 5.1. Поняття та склад активів організації

1. Поняття та класифікація основних засобів організації.
2. Поняття та класифікація нематеріальних активів організації.
3. Поняття та класифікація оборотних активів організації.

1. Поняття та класифікація основних засобів організації

Виготовлення продукції здійснюється в процесі взаємодії праці людини та певних засобів виробництва. Останні за своїм матеріально-речовим складом становлять активи (майнові активи) організації.

З економічної точки зору *активи організації* (майно організації) – це контрольовані нею економічні ресурси, сформовані за рахунок інвестованого в них капіталу. Вони характеризуються вартістю, продуктивністю, спроможністю генерувати дохід.

Залежно від характеру участі в господарському процесі активи організації поділяються на необоротні та оборотні.

Необоротні активи – це сукупність майнових цінностей організації, які забезпечують її функціонування і мають очікуваний термін корисної дії чи експлуатації понад один рік.

До таких активів належать, зокрема, основні засоби та нематеріальні активи.

Основні засоби – сукупність матеріально-речових цінностей, що діють у натуральній формі протягом тривалого часу як у сфері матеріального виробництва, так і у невиробничій сфері, а їх вартість переноситься конкретною працею частинами, в міру спрацювання, на вартість виготовленої продукції. Основні засоби беруть участь у виробничому процесі неодноразово.

З економічної точки зору основні засоби є засобами праці та частиною засобів виробництва.

Класифікація основних засобів є необхідною умовою ефективного обліку та планування їх відтворення. З цією метою основні засоби поділяються на:

– безпосередньо основні засоби;

– інші необоротні матеріальні активи.

До безпосередньо основних засобів належать:

1. Земельні ділянки.

2. Капітальні витрати на поліпшення земель, не пов’язані з будівництвом, зокрема витрати підприємства на меліорацію та зрошення земель.

3. Будівлі, споруди і передавальні пристрої (зокрема, до будівель належать: корпуси цехів, депо, гаражі, складські приміщення, офіси, житлові будівлі тощо; до споруд – естакади, свердловини, резервуари, мости, автомобільні дороги тощо; до передавальних пристроїв – нафто- і газопроводи, водорозподільні мережі, електромережі, лінії зв'язку тощо).

4. Машини та обладнання.

5. Транспортні засоби.

6. Інструменти, прилади та інвентар.

7. Робоча і продуктивна худоба.

8. Багаторічні насадження.

9. Інші основні засоби.

Інші необоротні матеріальні активи включають:

1. Бібліотечні фонди.

2. Малоцінні необоротні матеріальні активи.

3. Тимчасові (нетитульні) споруди.

4. Природні ресурси.

5. Інвентарна тара.

6. Предмети прокату.

7. Інші необоротні матеріальні активи.

Підприємства можуть установлювати вартісні ознаки предметів, які входять до складу малоцінних необоротних матеріальних активів. Це означає, що головний критерій приналежності до необоротних активів – термін використання, а розподіл на малоцінні предмети та основні засоби – питання облікової політики підприємства.

Співвідношення різних видів основних засобів підприємства у їх загальній вартості характеризує видову структуру основних засобів. Вона може суттєво відрізняється у різних галузях народного господарства.

За участю в процесі виробництва виділяють:

– *активну частину основних засобів*, яка бере безпосередню участь в процесі виробництва, визначає рівень технічної оснащеності праці, прямо впливає на величину виробничої потужності та обсяг випуску продукції підприємства (робочі машини і обладнання, прилади та інструменти тощо);

– *пасивну частину основних засобів*, що створює умови для здійснення процесу виробництва, але не бере в ньому безпосередньої участі. До неї належать будівлі, споруди, передавальні пристрої тощо.

Поділ основних засобів на активну та пасивну частини може відрізнятися на підприємствах різних галузей економіки. Наприклад, автомобілі в транспортній організації належать до активної частини основних засобів (безпосередньо беруть участь у створенні продукції транспортної організації – транспортних послугах); автомобілі в організаціях харчової промисловості належать до пасивної частини основних засобів (не беруть безпосередньо участь у створенні харчової продукції, виконують,

здебільшого, функцію матеріально-технічного постачання, тобто забезпечують умови для функціонування основного виробництва).

Співвідношення активної та пасивної частин основних засобів характеризує їх технологічну структуру. Зростання частки активної частини визначає прогресивні зміни технологічної структури основних засобів.

Серед основних чинників, що впливають на видову та технологічну структуру основних засобів організації, можна визначити такі:

– виробничо-технологічні особливості галузі;

– темпи науково-технічного прогресу;

– ступінь розвитку різних форм суспільної організації виробництва;

– технічний рівень виробництва в організації;

– відтворювальна структура капітальних вкладень у створення нових основних засобів;

– територіальне розміщення організації тощо.

За характером використання основні засоби поділяються на:

– *основні виробничі засоби*. Функціонують у сфері матеріального виробництва організації, безпосередньо беруть участь у виробничому процесі або сприяють його здійсненню;

– *основні невиробничі засоби*. Використовуються у невиробничій сфері організації і призначені для обслуговування культурно-побутових і комунальних потреб працівників (наприклад, організація має власний гуртожиток, дитячій табір тощо).

За належністю основні засоби організації поділяють на:

– *власні*, які повністю належать організації;

– *орендовані*, які є власністю інших організацій і використовуються даною організацією відповідно до договору оренди.

2. Поняття та класифікація нематеріальних активів організації

Нематеріальні (неосяжні) активи являють собою інтереси, що містяться в нематеріальних об'єктах (навичках менеджменту та маркетингу, кредитних рейтингах, гудвілі та різноманітних юридичних правах або інструментах (товарних знаках, авторських правах, франшизах, патентах, контрактах).

Основними економічними властивостями нематеріальних активів є такі:

– не мають матеріального змісту (або матеріально-речовинна форма яких не має істотного значення в процесі їхнього використання);

– забезпечують власникам права та привілеї;

– створюють для власників певну вигоду.

За складом нематеріальні активи поділяються на чотири основні групи:

1. Інтелектуальна власність.

2. Майнові права.

3. Відкладені (відстрочені) витрати.

4. Гудвіл.

Інтелектуальна власність – виключне право фізичної або юридичної особи на результати інтелектуальної діяльності та прирівняні до них засоби індивідуалізації юридичної особи, індивідуалізації продукції, виконуваних робіт або послуг (фірмове найменування, товарний знак, знак обслуговування).

До інтелектуальної власності відносять:

– *об'єкти інтелектуальної власності, що охороняються патентами та свідоцтвами Укрпатенту*: об'єкти промислової власності (винаходи, промислові знаки, корисні моделі, заходи для припинення несумлінної конкуренції), засоби індивідуалізації (товарні знаки, знаки обслуговування та найменування місць походження товарів) і селекційні досягнення;

– *об'єкти авторського права або суміжних прав*: усі види наукових, літературних, художніх творів, програмні продукти для ЕОМ і бази даних, топології інтегральних мікросхем (зафіксоване на матеріальному носії просторово-геометричне розташування сукупності елементів інтегральної мікросхеми і зв'язків між ними), твори науки, літератури та мистецтва), фонограми та відеограми, програми телерадіоорганізацій;

– *об'єкти прав на секрети виробництва («ноу-хау»)*, підтверджені документами підприємства.

Секрет виробництва – це технічна, організаційна або комерційна інформація, що захищається від незаконного використання третіми особами, за умов, що інформація має дійсну або потенційну комерційну цінність через її невідомість третій особі, до цієї інформації немає вільного доступу, власник інформації вживає належних заходів до охорони її конфіденційності. Такими об'єктами можуть бути результати науково-дослідних, дослідно-конструкторських, проєктних і виробничих робіт; конструкторська, технологічна, проєктна, економічна, юридична й інша документація, призначена до використання у виробництві та реалізації товарів і послуг; незапатентовані винаходи, формули, рецепти, сполуки, розрахунки, дослідні зразки, результати іспитів і дослідів; системи організації виробництва, маркетингу, управління якістю продукції та послуг, системи управління кадрами, фінансами, політикою капіталовкладень; виробничий досвід і навчання персоналу; інші об'єкти, що охороняються ліцензійними, авторськими або іншими договорами на придбання прав на об'єкти інтелектуальної власності, укладені в порядку, встановленому законодавством.

Майнові права – права користування земельними ділянками, природними ресурсами, водяними об'єктами, підтвердженням яких є ліцензія, орендні права.

Відкладені (відстрочені) витрати – організаційні витрати, що здійснюються в момент створення організації (наприклад, витрати, пов'язані з утворенням юридичної особи – гонорари юристам за складання установчих документів, послуги за реєстрацію фірми тощо).

Гудвіл може бути визначений як сукупність тих елементів бізнесу або персональних якостей, які стимулюють клієнтів продовжувати користуватися послугами даної організації або даної особи і приносять організації прибуток понад того, який потрібний для одержання розумного доходу на всі інші активи організації, включаючи доход на всі інші нематеріальні активи, що можуть бути ідентифіковані й окремо оцінені. Часто гудвіл розглядається як вартість ділової репутації організації, її ділових зв'язків, популярності найменування, товарного знаку.

За оборотністю (тривалістю використання) виділяють нематеріальні активи:

– *поточні* – об’єкти, що використовуються в діяльності організації не більше року, тому що швидко втрачають свою споживчу вартість. Вони включаються в поточні витрати організації;

– *довгострокові* – об’єкти нематеріальних активів, що використовуються в діяльності організації більше року. Їх вартість частинами переноситься на вартість виробленого за їх допомогою продукту (амортизується).

За ступенем відчуження нематеріальні активи поділяються на:

– *відчужувані* – об’єкти нематеріальних активів, що можуть бути цілком передані при їх продажу, оренді тощо;

– *невідчужувані* – об’єкти нематеріальних активів, що залишаються у власності організації-власника при частковому переданні прав на їх використання.

За ступенем правової захищеності:

– нематеріальні активи, що захищаються охоронними документами (авторськими правами);

– нематеріальні активи, не захищені охоронними документами (авторськими правами).

За ступенем вкладення індивідуальної праці працівниками даної організації нематеріальні активи поділяються:

– *власні* – об’єкти, що розроблені особисто працівниками або засновниками організації;

– *пайові* – об’єкти, розроблені разом з іншими фізичними або юридичними особами на пайових умовах;

– *придбані зі сторони* – об’єкти, що отримані від інших фізичних або юридичних осіб, за плату або безоплатно.

3. Поняття та класифікація оборотних активів організації

Оборотні активи є мобільною частиною активів організації. За умов звичайної господарської діяльності вони безперервно здійснюють кругообіг, знаходячись то на стадії виробництва, то у сфері обігу, змінюючи при цьому свою форму у відносно короткий строк (операційний цикл або строк менший за рік).

Основні етапи кругообігу оборотних активів можна схарактеризувати наступним чином:

– організація використовує грошові кошти для закупівлі сировини, матеріалів та інших ресурсів (грошова стадія);

– сировина і матеріали перетворюються на готову продукцію або використовуються при наданні послуг (виробнича стадія);

– готова продукція або послуги продаються (стадія реалізації);

– після продажу продукції кошти знову потрапляють до організації, завершуючи цикл і забезпечуючи повторний кругообіг (повернення в грошову форму).

Отже, основним призначенням оборотних активів є забезпечення безперервності і ритмічності виробництва.

Як економічна категорія *оборотні активи* – це сукупність економічних ресурсів організації, що перебувають у постійному кругообігу, змінюють свою матеріальну форму впродовж одного операційного циклу (чи одного року) та в повному обсязі переносять свою вартість на вартість виготовленої продукції.

Оборотні активи організації неоднорідні за своїм складом, зокрема, серед них можуть бути матеріальні елементи (наприклад, запаси сировини, матеріалів), які в подальшому становитимуть матеріальну основу виготовленої продукції або будуть спожиті в процесі виробництва, але в речовій формі не увійдуть у створений продукт (наприклад, запас пального); грошові кошти (готівка в касі організації або кошти на банківських рахунках) і зовсім невідчутні активи (дебіторська заборгованість). Кожен елемент має свої особливості та виконує певні функції.

За елементами (за функціональними видами) оборотні активи можна класифікують в такі групи:

– виробничі запаси;

– засоби у виробничих витратах;

– готова продукція;

– грошові кошти та розрахунки;

– інші оборотні активи.

Виробничі запаси – сировина, основні та допоміжні матеріали, покупні напівфабрикати, комплектуючі вироби, паливо, тара, запасні частини для ремонту устаткування, швидкозношувані малоцінні предмети тощо, які

призначені для виробництва продукції (надання послуг), обслуговування виробництва та адміністративних потреб.

Виробничі запаси формуються у вигляді транспортних, складських (підготовчих та поточних) і страхових запасів.

Засоби у виробничих витратах включають:

– *незавершене виробництво* – предмети праці, які знаходяться у виробництві на різних стадіях обробки в підрозділах організації, тобто це продукція, яка не пройшла усіх стадій, передбачених технологічним процесом, а також вироби, які не укомплектовані чи не пройшли випробування і технічне приймання;

– *напівфабрикати власного виробництва* − предмети праці, обробка яких цілком завершена в одному з підрозділів організації, але вони підлягають подальшій обробці в інших підрозділах організації, зокрема литтю, куванню, штампуванню тощо;

– *витрати майбутніх періодів* − це витрати, здійснені в звітному періоді, але віднесені до наступного періоду, зокрема, витрати на підготовку й освоєння нової продукції, раціоналізаторство і винахідництво, а також інші витрати в даному періоді, які будуть включені в собівартість продукції в наступному звітному періоді.

Готова продукція – це виготовлена кінцева продукція, яка пройшла випробування і приймання, повністю укомплектована відповідно до договорів із замовниками і відповідає технічним умовам і вимогам. До цієї групи оборотних активів відносять:

– готову продукцію на складі організації;

– відвантажену, але ще не оплачену продукцію.

Грошові кошти і розрахунки (засоби розрахунку) включають:

– *поточну дебіторську заборгованість* − суму заборгованості юридичних та фізичних осіб (дебіторів) на користь організації, яка виникає в ході нормального операційного циклу або буде погашена протягом 12 місяців з дати балансу;

– *дохідні активи (поточні фінансові інвестиції)* – це короткострокові (протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу) вкладення організації в цінні папери з метою збільшення прибутку (відсотків, дивідендів тощо), зростання вартості капіталу або інших вигод, а також надані іншим господарюючим суб'єктам позики;

– *грошові кошти та їх еквіваленти* – кошти в касі, на поточних та інших рахунках у банках, які можуть бути використані для поточних операцій, а також еквіваленти грошових коштів. У цій групі прийнято розрізняти кошти в національній та іноземній валюті. Кошти, які не можна використати для операцій протягом одного року, починаючи з дати балансу або протягом операційного циклу внаслідок обмежень, виключаються зі складу оборотних активів та відображаються як необоротні активи. Під *еквівалентами*

грошових коштів розуміють поточні високоліквідні фінансові інвестиції, початковий строк погашення яких не перевищує 3 місяці і відносно яких існує впевненість у тому, що вони не зменшать свою вартість протягом періоду їх чинності.

Інші оборотні активи − матеріальні цінності (товари), які придбані й утримуються організацією з метою подальшого їх продажу.

Залежно від характеру участі в операційному циклі прийнято розрізняти:

1. *Оборотні активи, що обслуговують виробничий цикл організації*. Це оборотні активи організації, що функціонують у виробничий сфері. Вони повністю споживаються під час одного виробничого циклу, змінюючи свою натуральну форму, розміри та властивості, і переносять свою вартість на вартість виготовлюваної продукції відразу в повному обсязі. В економічній літературі їх називають *оборотними фондами*. До них належать виробничі запаси та засоби у виробничих витратах (незавершене виробництво, напівфабрикати власного виробництва, витрати майбутніх періодів).

2. *Оборотні активи, що обслуговують фінансовий (грошовий) цикл організації*. Це оборотні активи організації, що функціонують у сфері обігу. В економічній літературі їх називають *фондами обігу*. До них належать: готова продукція, грошові кошти та розрахунки, інші оборотні активи.

Такий розподіл необхідний для аналізу часу перебування оборотних коштів у процесі виробництва та обігу.

За періодом функціонування виділяють:

– *постійну частину оборотних активів* − це незмінна частина оборотних активів, яка не залежить від сезонних та інших коливань операційної діяльності організації й не пов'язана з формуванням запасів товарно-матеріальних цінностей сезонного зберігання, дострокового завезення та цільового призначення;

– *змінну частину оборотних активів* – це частина оборотних активів, яка впродовж року варіюється й пов'язана із сезонним зростанням обсягу виробництва та реалізації продукції, необхідністю формування в певні періоди господарської діяльності організації запасів товарно-матеріальних цінностей сезонного зберігання.

За способом виявлення потреби оборотні активи поділяються на нормовані і ненормовані

Нормованими є ті оборотні активи, на які встановлюються нормативи запасів. За економічним призначенням вони повинні забезпечувати безперебійність виробничо-господарської діяльності організації. До нормованих належать всі оборотні активи, які обслуговують сферу виробництва (оборотні фонди) та готова продукція на складах організації.

Ненормованими є оборотні активи, на які нормативи не встановлюються, оскільки потреба в них є тимчасовою. Їх величина

контролюється за фактичними даними. До них відносяться відвантажена готова продукція, готівкові і безготівкові грошові кошти організації, дебіторська заборгованість.

Структура оборотних активів є різною як в організаціях різних галузей, так і в межах однієї галузі. Вона залежить від:

– характеру діяльності організації та сфери виробництва;

– величини виробничої потужності організації;

– тривалості та особливостей технологічного процесу;

– розміру виробничих запасів організації;

– ефективності системи управління оборотними коштами;

– схем постачання матеріальних ресурсів та каналів збуту готової продукції;

– системи розрахунків з постачальниками та споживачами;

– економічної ситуації в країні та ін.

Лекція 5.2. Основні аспекти використання активів організації

1. Відтворення, знос та амортизація основних засобів.
2. Нормування оборотних активів.
3. Ефективність використання активів організації.

1. Відтворення, знос та амортизація основних засобів

Основні засоби організації спочатку створюються або придбаваються, потім експлуатуються, зношуються та амортизуються, відновлюються та заміщуються. Усі ці послідовні процеси пов’язані між собою і складають цикл відтворення основних засобів.

Відтворення основних засобів – це постійне і безперервне відновлення засобів праці у натуральному і вартісному вираженні.

Розрізняють такі форми відтворення основних засобів:

– *підтримання основних засобів у придатному для експлуатації стані*. Здійснюється шляхом проведення технічних доглядів, поточних і капітальних ремонтів, витрати на які залежать від складності ремонту, вартості запасних частин, вузлів, рівня оплати праці та ін.;

– *просте відтворення основних засобів (реновація)*, тобто заміна фізично і морально зношених основних фондів новими, часто з кращими технічними характеристиками; є необхідною умовою збереження існуючих масштабів виробництва;

– *розширене відтворення основних засобів* на існуючій та новій технічній основі. Є найскладнішою та масштабнішою формою відтворення основних засобів, до якою належать технічне переоснащення, реконструкція,

розширення виробництва, нове будівництво.

Необхідною передумовою нормального перебігу відтворювальних процесів є постійний облік ступеня спрацювання (зносу) та амортизації основних засобів.

Знос основних засобів представляє собою часткову або повну втрату їх вартості та функціональних властивостей в процесі експлуатації та утримання.

Залежно від чинників, що спричиняють знос, виділяють такі види зносу основних засобів:

– *фізичний знос* – втрата вартості основних засобів, що відображає зміну їх фізичних властивостей з часом під впливом експлуатаційних та природних факторів, які спричиняють скорочення життя та корисності основних засобів;

– *моральний знос* – втрата вартості основних засобів до настання повного фізичного спрацювання під впливом науково-технічного прогресу. Такий вид зносу виникає внаслідок удосконалення існуючих та створення нових засобів виробництва, впровадження принципово нових технологій, старіння продукції, що виробляється за допомогою цих засобів виробництва.

Залежно від рівня втрати функціональних властивостей та можливості їх відновлення знос основних засобів поділяють на усувний та неусувний.

Усувний знос – це знос, усунення якого фізично можливо й економічно доцільно, тобто витрати на його усунення сприяють підвищенню вартості основних засобів.

Неусувний знос – це знос, усунення якого чи фізично неможливо чи економічно недоцільно, тобто понесені витрати на його усунення не сприяють підвищенню вартості основних засобів.

Основні засоби з метою відшкодування зносу та забезпечення їх відтворення підлягають амортизації.

Амортизація – це поступове перенесення вартості основних засобів на вартість новоствореної продукції протягом строку їх корисного використання (експлуатації). Фактично амортизація є списанням вартості основних засобів, що амортизується, протягом терміну їх експлуатації.

Строк корисного використання (експлуатації) – очікуваний період часу, впродовж якого основні засоби будуть використовуватися підприємством, або з їх використанням буде досягнуто очікуваного обсягу виробництва.

При визначенні строку корисного використання основних засобів слід враховувати очікуване використання об’єкта основних засобів з врахуванням його потужності, продуктивності; фізичне і моральне зношування, що передбачається; правові та інші обмеження щодо строків використання основних засобів тощо.

Нарахування амортизації здійснюється щомісячно окремо по кожному об’єкту.

Нарахування амортизації регулюються Податковим кодексом України, відповідно до якого основні засоби розподілені на 16 груп основних засобів. За кожною з груп встановлено мінімальні строки корисного використання та методи нарахування амортизації основних засобів.

Основні засоби групи 1 (земельні ділянки) і групи 13 (природні ресурси) не підлягають амортизації.

Нарахування амортизації призупиняється на період виводу об'єкта з експлуатації у зв'язку із реконструкцією, модернізацією, дообладнанням, консервацією тощо.

У разі зміни очікуваних економічних вигід від використання основних засобів термін їх експлуатації та метод нарахування амортизації переглядаються.

Нематеріальні активи організації також підлягають амортизації. Нарахування амортизації здійснюється протягом терміну їх корисного використання (дії прав користування), який встановлюється підприємством самостійно на основі правовстановлюючих документів (договору на використання майнових прав, ліцензійної угоди тощо). Нематеріальні активи з невизначеним строком корисного використання амортизації не підлягають.

Згідно з Податковим кодексом України амортизація нематеріальних активів нараховується одним із методів, використовуваних при амортизації основних засобів. Цим же кодексом визначені групи нематеріальних активів і строки дії права користування ними відповідно до правовстановлюючих документів.

При виборі методу амортизації нематеріальних активів беруться до уваги умови отримання майбутніх економічних вигід.

2. Нормування оборотних активів

Ритмічність, узгодженість та ефективність діяльності організації багато в чому залежать від підтримання оптимальних розмірів її оборотних активів – як оборотних фондів, так й певних елементів фондів обігу. Визначення оптимальних, економічно обґрунтованих розмірів оборотних активів здійснюється за допомогою нормування їх окремих елементів, тобто, обчислення нормативу оборотних активів.

Норматив оборотних активів – це їхній мінімальний плановий розмір у вартісному вираженні, необхідний для забезпечення нормальної безперебійної роботи організації.

Найпоширенішими є такі методи нормування оборотних активів:

– *аналітичний*, що передбачає ґрунтовний аналіз наявних нормованих оборотних активів організації та подальше коригування потреби в їх обсягах залежно від умов виробництва;

– *коефіцієнтний*, що базується на уточненні фактичних обсягів

нормованих оборотних активів на величину коефіцієнта, який враховує зміни умов виробництва й обчислюється на основі динаміки випуску продукції впродовж кількох останніх років;

– *метод прямого розрахунку*, що полягає в обчисленні нормативів за кожним нормованим елементом оборотних активів організації: виробничими запасами, незавершеним виробництвом, залишками готової продукції на складах. Цей метод є найточнішим, оскільки дає змогу точно здійснити нормування оборотних активів, враховуючи специфіку виробництва та умови роботи організації.

Основним методом нормування оборотних активів є метод прямого рахунку, інші доповнюють його.

Відповідно до методу прямого розрахунку нормування оборотних активів передбачає визначення їх норми у днях запасу та нормативів в натуральному і в грошовому виразі.

Норма запасу – це мінімально необхідна кількість днів, на яку треба передбачити запас нормованих оборотних активів для забезпечення нормального функціонування організації.

Норма запасу в днях включає:

– *поточний запас* – основний вид запасу, який необхідний для безперебійного забезпечення виробництва матеріальними ресурсами в період між двома поставками. Його розмір в днях залежить від частоти поставок і визначається інтервалом між двома суміжними поставками. Поточний запас в день надходження чергової партії буває максимальним, напередодні надходження – мінімальним. Тому його норма в днях приймається як половина тривалості інтервалу між поставками. Інтервал між поставками визначається на основі домовленостей з постачальниками або на основі аналізу звітних даних за кілька років;

– *транспортний запас* – час на знаходження товарно-матеріальних цінностей в дорозі від постачальника до організації-споживача; час знаходження матеріалів в транспортних запасах визначається від моменту їх передачі транспортним організаціям до моменту передачі матеріалів організації-споживачу;

– *підготовчий запас* – час на розвантаження матеріалів, здійснення кількісного і якісного приймання, комплектацію і складування. Визначається за фактичним часом за звітний період, скоригованим на зміну умов в розрахунковому році;

– *технологічний запас* – час на підготовку матеріалів до виробничого споживання: сушіння деревини, природне старіння окремих видів матеріалів, вилежування льону тощо. Визначається кількістю днів, необхідних в конкретних умовах виробництва;

– *страховий (гарантійний) запас* – час на забезпечення безперебійності виробничого процесу на випадок непередбачених перебоїв

у постачанні (затримка в дорозі, некомплектність поставок тощо). Як правило, він приймається в розмірі, що не перевищує половини поточного запасу.

Норматив оборотних активів визначається окремо за кожним видом оборотних активів, враховуючи їх особливості:

– для запасів сировини та матеріалів норматив визначається на підставі їх середньоденних витрат (у натуральному та вартісному вираженні) та визначеної норми запасу;

– для незавершеного виробництва норматив враховує тривалість виробничого циклу та обсяг витрат на кожній стадії виробництва;

– для готової продукції норматив залежить від обсягів одноденного випуску продукції та визначеної норми запасу на складі.

– для витрат майбутніх періодів норматив враховує залишки таких витрат на початок періоду, заплановані на період витрати, а також погашення витрат у плановому періоді за рахунок собівартості продукції.

Загальна сума нормативів оборотних активів, обчислених за окремими елементами (виробничими запасами, незавершеним виробництвом, витратами майбутніх періодів та готовою продукцією) становить сукупний норматив оборотних активів організації.

3. Ефективність використання активів організації

До основних показників, що характеризують рівень ефективності використання основних засобів (та інших видів необоротних активів), належать такі:

– фондовіддача;

– фондоємність;

– рентабельність основних засобів.

Фондовіддача є основним із показників ефективності використання основних засобів. Даний показник показує скільки гривень реалізованої продукції припадає на 1 гривню вартості основних засобів. Визначається фондовіддача за формулою:

$$Ф_{від} = О / Ф_{сер},$$

де $Ф_{від}$ – фондовіддача, вартісні, натуральні чи трудові одиниці виміру;

О – обсяг виробленої або реалізованої продукції за рік, вартісні, натуральні чи трудові одиниці виміру;

$Ф_{сер}$ – середньорічна вартість основних засобів, грн.

Фондоємність $Ф_{єм}$ є показником, оберненим до фондовіддачі. Він показує скільки гривень вартості основних засобів припадає на 1 гривню

реалізованої продукції:

$$Ф_{єм} = Ф_{сер} / О.$$

Рентабельність основних засобів показує яку частину в вартості основних засобів становить прибуток підприємства. Розраховується як відношення прибутку до середньорічної вартості основних засобів, виражене у відсотках.

До основних шляхів покращення відтворення та використання основних засобів підприємства належать:

– удосконалення технологічної структури основних засобів;

– зменшення кількості недіючого устаткування, виведення з експлуатації зайвого і непродуктивного обладнання, швидке залучення у виробництво невстановленого устаткування;

– використання прогресивних напрямків відтворення основних засобів шляхом їх реконструкції, технічного переоснащення, модернізації;

– покращення експлуатації машин і обладнання в часі (екстенсивне завантаження), яке досягається скороченням простоїв за рахунок вдосконалення організації виробництва, праці, матеріально-технічного забезпечення тощо;

– підвищення якості ремонтного обслуговування основних засобів;

– швидке освоєння проєктних потужностей з метою запобігання втратам через надмірне затягування термінів освоєння проєктних потужностей.

Критеріями оцінки ефективності використання оборотних активів служить чинник часу. Чим довше оборотні активи перебувають в одній і тій самій формі, тим, за інших рівних умов, нижче ефективність їхнього використання, і навпаки.

Характеристикою міри інтенсивності використання оборотних активів, виступає оборотність, під якою розуміється кількість і тривалість проходження оборотними активами окремих стадій виробництва і обігу, починаючи з першої стадії кола обігу, тобто придбання виробничих запасів, і до останньої стадії – реалізації продукції і надходження грошей на розрахунковий рахунок організації.

Основними показниками оборотності оборотних активів є:

– коефіцієнт оборотності;

– тривалість одного обороту.

Коефіцієнт оборотності показує кількість оборотів, які здійснюють оборотні активи організації за період.

Визначається коефіцієнт оборотності відношенням реалізованої за період продукції до середньорічного залишку оборотних активів:

$$К_{об} = РП / Ф_{об},$$

де $К_{об}$ – коефіцієнт оборотності, об.;

РП – реалізована продукція, грн.;

$Ф_{об}$ – середньорічний залишок оборотних активів, грн.

Тривалість одного обороту показує за який термін оборотні активи здійснюють повний оборот, тобто повертаються до організації у вигляді виручки від реалізації продукції. Обчислюється шляхом ділення кількості днів у звітному періоді на коефіцієнт оборотності.

Крім розглянутих загальних показників оборотності оборотних активів, для виявлення конкретних причин зміни загальної оборотності визначаються показники приватної оборотності, які відображають ступінь використання оборотних активів у кожній стадії кругообігу і по окремих елементах оборотних активів. Наприклад, коефіцієнти оборотності, тривалість обороту виробничих запасів, дебіторської заборгованості тощо.

Недостатня кількість оборотних активів призводить до фінансових труднощів та збоїв у виробничо-господарській та комерційній діяльності організації. Натомість їх надлишок, тобто створення понаднормативних запасів, спричиняє вилучення грошових коштів з обігу, їх «залежування» у запасах, а гроші, як відомо, приносять дохід тоді, коли обертаються.

Ефективне використання оборотних активів є важливим завданням організації і повинно забезпечуватись прискоренням їх оборотності на всіх стадіях кругообігу. Такими заходами можуть бути:

1) на стадії створення виробничих запасів:

– впровадження економічно обґрунтованих норм;

– оптимальний вибір постачальників та використання прямих тривалих зв’язків із ними;

– ліквідація понаднормативних запасів сировинно-матеріальних ресурсів;

– раціональне використання матеріальних ресурсів у виробництві та недопущення їх втрат;

– створення сучасної складської системи із засобами механізації та автоматизації навантажувально-розвантажувальних робіт;

– налагодження ефективної роботи транспорту;

2) на стадії незавершеного виробництва:

– скорочення тривалості виробничого циклу внаслідок впровадження нових техніки і технологій;

– розвиток стандартизації та уніфікації;

– використання у виробництві більш дешевих ресурсів та конструктивних матеріалів;

– збільшення частки продукції, яка користується підвищеним попитом,

має збут і «не залежується»;

– удосконалення форм організації виробництва в організації;

3) на стадії обігу:

– раціональна організація збуту продукції через своєчасність підготовки продукції до відвантаження, формування партій продукції, використання транзитної форми перевезень тощо;

– прискорення документообігу;

– удосконалення системи розрахунків за реалізовану продукцію, дотримання договірної платіжної дисципліни;

– збільшення обсягу реалізації продукції за рахунок виконання замовлень по прямих зв’язках;

– використання маркетингових важелів активізації продажу.

Кожна організація самостійно обирає шляхи прискорення оборотності оборотних активів, які дають змогу зекономити певні суми і збільшити обсяги виробництва і реалізації продукції без залучення організацією додаткових фінансових ресурсів.

Key words: assets, non-current assets, current assets; property, plant and equipment (PPE); intangible assets, intellectual property, goodwill, property rights, deferred expenses, inventories, work in progress, semi-finished products, finished goods, accounts receivable, cash / cash equivalents, physical depreciation, obsolescence, amortization, useful life, standard of current assets, inventory norm, asset turnover, capital intensity, return on fixed assets, asset turnover ratio, turnover period.

Питання для самоконтролю

1. Розкрийте сутність та склад активів організації.
2. Визначте сутність та склад основних засобів організації.
3. Розкрийте та поясність структуру основних засобів за участю в процесі виробництва, характером використання, належністю.
4. Поясність сутність та особливості нематеріальних актиів організації.
5. Визначте та схарактеризуйте основні види нематеріальних активів організації.
6. Розкрийте сутність та кругообіг оборотних активів організації.
7. Схрактеризуйте склад оборотних активів.
8. Розкрийте та поясність структуру оборотних активів за участю в операційному циклі, періодом функціонування, способом виявлення потреби.
9. Поясність сутність та форми відтворення основних засобів.
10. Поясність сутність та види зносу основних засобів.
11. Розкрийте поняття «амортизація».

12. Визначте сутність нормування та нормативу оборотних активів.

13. Визначте основні методи нормування оборотних активів.

14. Схарактеризуйте показники ефективності використання основних засобів організації.

15. Схарактеризуйте показники ефективності використання оборотних активів організації.

16. Розкрийте освні шляхи підвищення ефективності використання активів організації.

Тема 6. Персонал та оплата праці в організації

Лекція 6.1. Персонал організації

1. Поняття, класифікація та структура персоналу організації.
2. Показники наявності та руху трудових ресурсів організації.
3. Сутність, методи визначення та чинники зростання продуктивності праці.

1. Поняття, класифікація та структура персоналу організації

Для характеристики усієї сукупності людей, що виконують трудові функції в межах окремої організації, можуть використовуватися різні терміни: трудові ресурси організації, персонал організації, кадри тощо.

Поняття «персонал організації» та «трудові ресурси організації» мають схожі аспекти, але різняться за своїм змістом і контекстом використання.

Персонал організації – це сукупність постійних працівників організації, що отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають досвід практичної діяльності. *Персонал організації* – сукупність осіб, що постійно працюють в певній організації, мають професійну підготовку, досвід і навички та вкладають їх у здійснення господарсько-фінансової діяльності організації.

Трудові ресурси організації – це більш широке поняття, яке охоплює не тільки наявний персонал організації, але й потенціал робочої сили, що може бути залучений для виконання виробничих завдань. Трудові ресурси включають кваліфікаційний потенціал працівників та можливості залучення додаткових працівників у разі необхідності. Трудові ресурси можуть включати не лише штатних (постійних) співробітників, а й тих, хто може бути найнятий на роботу на тимчасовій, сезонній основі або в інших формах співпраці.

Отже, персонал – це конкретні працівники організації, які вже працюють у певний момент часу. Трудові ресурси – це сукупність робочого потенціалу організації, що включає як наявних працівників, так і можливі резерви для найму.

Використовуючи термін «кадри», як правило, мають на увазі основний (штатний, постійний) кваліфікований склад працівників певної організації.

З огляду на те, що організації поза основною діяльністю можуть виконувати функції, які не відповідають головному їхньому призначенню, усіх працівників підрозділяють на дві групи:

1. *Персонал основної діяльності*. До цієї групи відносять працівників основних, допоміжних та обслуговуючих виробництв, науково-дослідних підрозділів та лабораторій, управління, складів, охорони, тобто всіх зайнятих у виробництві або його безпосередньому обслуговуванні.

2. *Персонал неосновної діяльності*. До даної групи входять працівники структур, які хоч і перебувають на балансі організації, але не пов'язані безпосередньо з процесами виробництва: житлово-комунальне господарство, дитячі садки та ясла, дитячі табори, санаторії тощо.

Такий розподіл персоналу необхідний для розрахунків заробітної плати, узгодження трудових показників з вимірниками результатів виробничої діяльності (для визначення продуктивності праці береться, як правило, чисельність тільки персоналу основної діяльності).

Згідно з характером функцій, що виконуються, персонал організації прийнято поділяти на чотири категорії:

1. *Керівники* – це працівники, що займають посади керівників організацій та їхніх структурних підрозділів. До даної категорії працівників входять: директор, заступники директора, головний бухгалтер, головний інженер, головний економіст, начальник відділу кадрів, завідувач виробництва (шеф-кухар), завідувач складу, начальник відділу маркетингу тощо. Керівники організовують діяльність організації, ухвалюють управлінські рішення й несуть повну відповідальність за виконання ухвалених рішень і результати діяльності організації.

2. *Спеціалісти* – це працівники, що виконують спеціальні інженерно-технічні, економічні та інші роботи: бухгалтер, маркетолог, економіст, юрисконсульт, технолог та інші співробітники, що мають спеціальні знання, уміння та навички. Вони беруть участь у розробці варіантів управлінських рішень і несуть відповідальність за якість виконуваної роботи, мають вищу, фахову передвищу, середню спеціальну освіту.

3. *Службовці* – це працівники, що здійснюють підготовку та оформлення документації, облік та контроль, господарське обслуговування: секретар, касир та інші співробітники, що виконують технічні функції з оформлення документації, господарського обслуговування тощо.

4. *Робітники* – це персонал, безпосередньо зайнятий у процесі створення продукції. Окрім того, до складу робітників включають двірників, прибиральниць, охоронців, кур'єрів, гардеробників.

Залежно від участі в процесі виробництва усіх робітників можна поділити на:

– *основних робітників*, тобто тих, що безпосередньо беруть участь у процесі створення продукції;

– *допоміжних робітників*, тобто тих, які виконують функції обслуговування основного виробництва.

В організаціях сфери обслуговування широко використовується поділ персоналу за видами діяльності. За цією ознакою персонал організації підрозділяють на обслуговуючий, виробничий і адміністративний.

До *обслуговуючого персоналу* належать основні категорії працівників, зайнятих безпосереднім обслуговуванням споживачів: швейцар, ліфтер,

метрдотель (адміністратор), офіціант (помічник офіціанта), бармен (помічник бармена), сомельє, бариста, працівник підприємства швидкого обслуговування, буфетник, касир, продавець відділу кулінарії тощо.

До *виробничого персоналу* відносяться основні категорії працівників, зайнятих виробництвом: покоївки, стюарди, завідувач виробництва, шеф-кухар, су-шеф, начальник цеху, заступник начальнику цеху, кухар (помічник кухаря), кондитер (помічник кондитера), пекар, менеджери з розроблення турів тощо.

До *адміністративного персоналу* відносяться категорії працівників, занятих технологічними й організаційними питаннями: директор (керуючий, менеджер, завідувач), інженер-технолог (менеджер з виробничих питань) тощо.

Важливим напрямом класифікації персоналу організації є його розподіл за професіями та спеціальностями.

Професія – це рід трудової діяльності людини, що володіє комплексом спеціальних знань, практичних навичок, одержаних за допомогою спеціальної освіти, навчання чи досвіду, які дають можливість здійснювати роботу в певній сфері економічної діяльності.

Спеціальність – це вид професійної діяльності в межах отриманої професії, що потребує поглибленої спеціальної підготовки і додаткових знань і навичок.

Відповідно до цих визначень, наприклад, професія лікаря охоплює такі спеціальності: хірург, стоматолог, офтальмолог тощо. В харчовій промисловості професія технік-технолог охоплює техніків-технологів з технології харчування, з виробництва молочних продуктів, з переробки риби та морепродуктів, з переробки плодоовочевої продукції тощо.

Професійний склад персоналу організації залежить від специфіки діяльності, характеру продукції чи послуг, що надаються, від рівня технічного розвитку. Кожна галузь має властиві лише їй професії та спеціальності. Водночас існують загальні (наскрізні) для всіх галузей професії робітників та службовців.

Класифікація працівників за кваліфікаційним рівнем базується на їхніх можливостях виконувати роботи відповідної складності.

Кваліфікація – це сукупність спеціальних знань та практичних навичок, що визначають ступінь підготовленості працівника до виконання професійних функцій відповідної складності.

Рівень кваліфікації керівників, спеціалістів та службовців характеризується рівнем освіти, досвідом роботи на тій чи іншій посаді.

За рівнем кваліфікації робітників поділяють на чотири групи: висококваліфіковані, кваліфіковані, малокваліфіковані й некваліфіковані. Вони виконують різні за складністю роботи і мають неоднакову професійну підготовку.

Кваліфікація працівника визначається такими чинниками, як рівень загальноосвітньої та спеціальної підготовки, досвід роботи на аналогічних посадах, необхідний для освоєння професії. Передумовою високої кваліфікації є професійна придатність, яка включає сукупність особистих якостей, характеристик і нахилів, потрібних для успішного виконання певних професійних обов'язків. Стосовно керівників різного рівня необхідною складовою кваліфікації є також організаційні здібності та навички.

Рівень кваліфікації визначається та присвоюється працівнику спеціальною кваліфікаційною комісією на основі порівняння його знань та досвіду з вимогами, викладеними у тарифно-кваліфікаційних довідниках (характеристиках), і юридично закріплюється в документах (дипломах, посвідченнях тощо).

Кількісними показниками рівня кваліфікації є розряди або класи (для робітників), категорії (для спеціалістів), наукові ступені і вчені звання (для науковців) тощо. Якісним показником кваліфікації є *компетентність*, тобто рівень загальної та професійної підготовки, що дає змогу адекватно реагувати на вимоги конкретного робочого місця чи виконуваної роботи, які постійно змінюються. Компетентність людини залежить, крім рівня її кваліфікації, ще і від її ставлення до своєї роботи, досвіду, старання та вміння поповнювати свої знання. Компетентність, або професіоналізм, може змінюватися як у бік підвищення, так і у бік зниження.

Слід мати на увазі, що оптимальною для організації є ситуація, коли рівень кваліфікації працівників відповідає рівню складності виконуваних робіт. Саме по собі підвищення кваліфікації працівників не дасть економічного ефекту, якщо воно не пов'язане з переходом до виконання складніших робіт. Разом з тим не можна забезпечити прогрес виробництва без відповідної кваліфікації співробітників. Тому слід приділяти пильну увагу аналізу рівня кваліфікації працівників і рівня її використання.

Ці класифікаційні ознаки персоналу організації поряд з іншими (стать, вік, ступінь механізації праці, стаж) служать основою для розрахунків різних видів структур персоналу. Для ефективного управління важлива не проста констатація чисельності (або її динаміки) окремих категорій працівників, а вивчення співвідношення між ними. Це дає змогу не тільки виявити вплив персоналу на кінцеві результати діяльності організації, а й встановити найсуттєвіші структурні зміни, їхні рушійні сили, тенденції і на цій підставі формувати реальну стратегію щодо розвитку трудових ресурсів.

Структуру персоналу утворює співвідношення між окремими групами працівників організації. Залежно від ознаки, покладеної в основу класифікації персоналу, можна розрахувати різні види структури (професійну, кваліфікаційну, статеву, вікову, за стажем роботи тощо).

Професія і кваліфікація − основні якісні ознаки індивідуальної робочої сили. Професійна та кваліфікаційна структура − основні якісні ознаки

персоналу організації.

Професійна структура – це відсоткове співвідношення груп працівників певних професій у загальній чисельності персоналу організації. Зрушення в професійній структурі працівників організації визначаються змінами, що відбуваються в характері і змісті праці під впливом науково-технічного прогресу, що обумовлює появу нових і відмирання старих професій, ускладнення і зміну функціонального змісту трудових операцій.

Кваліфікаційна структура – це відсоткове співвідношення груп працівників різних рівнів кваліфікації в загальній чисельності персоналу. Зміни кваліфікаційної структури визначаються якісними змінами в трудовому потенціалі організації (набуття вмінь, знань, навичок) і відображають передусім зміни в індивідуальних характеристиках робочої сили.

Зазвичай кваліфікаційну структуру визначають окремо для різних категорій персоналу, оскільки їм притаманні різні кваліфікаційні ознаки.

2. Показники наявності та руху трудових ресурсів організації

Наявність персоналу характеризується, насамперед, показниками явочної, облікової та середньооблікової чисельності працівників організації, які є кількісними характеристиками персоналу.

Явочна чисельність представляє собою кількість працівників, які щодня повинні бути на роботі, щоб забезпечити нормальне функціонування виробництва, тобто забезпечити заповнення всіх передбачених робочих місць протягом усього часу роботи організації з урахуванням витрат часу на здійснення підготовчо-заключних операцій. При визначенні явочної чисельності до уваги приймається кількість робочих місць працівників, час роботи організації за тиждень, час на підготовчо-заключні операції на тиждень, нормативний фонд робочого часу одного працівника на тиждень.

Облікова (спискова) чисельність включає всіх постійних, тимчасових і сезонних працівників, яких прийнято на роботу терміном на один і більше днів незалежно від того, перебувають вони на роботі, знаходяться у відпустках, відрядженнях, на лікарняному тощо.

Різниця між обліковою та явочною чисельністю характеризує резерв, що має використовуватись для заміни тих, хто не виходить на роботу з поважних причин.

Середньооблікова (середньоспискова) чисельність працівників за певний період визначається як сума середньомісячних чисельностей за кожний місяць, поділена на кількість місяців у розрахунковому періоді. Середньомісячна чисельність працівників визначають сумуванням облікової (списковой) чисельності за всі дні місяця і діленням на число календарних днів у місяці.

Кількість і склад працівників організації не залишаються постійними,

вони постійно змінюються внаслідок руху або плинності персоналу (прийом на роботу і звільнення працівників). Під *рухом персоналу* розуміють будь-яку зміну кількості працівників організації у зв’язку з їх прийомом чи звільненням. При цьому, зміна кількості персоналу повинна відповідати темпам розвитку господарської діяльності організації (обсягам виробництва, доходу, тривалості роботи тощо).

Рух персоналу в організації характеризується за допомогою системи коефіцієнтів:

– *коефіцієнт обороту по прийому*, що визначається як відношення чисельності прийнятих на роботу за відповідний період до середньоспискової чисельності працівників у цьому ж періоді;

– *коефіцієнт обороту по звільненню*, що є відношенням чисельності звільнених за відповідний період з будь-яких причин до середньоспискової чисельності працівників у цьому ж періоді;

– *загальний коефіцієнт обороту*, який визначається сумуванням коефіцієнтів обороту по прийому та звільненню;

– *коефіцієнт плинності*, що є відношенням чисельності звільнених за суб’єктивними причинами за відповідний період до середньоспискової чисельності працівників у цьому ж періоді.

Суб'єктивні причини звільнення обумовлені особистими аспектами персоналу, в основному до них відносять:

– незадоволеність організацією праці і режимом роботи;

– незадоволеність змістом праці;

– незадоволеність системою мотивації і стимулювання праці;

– несприятливий морально-психологічний клімат в колективі;

– відсутність соціального і побутового обслуговування;

– сімейні обставини;

– недотримання трудової дисципліни, внутрішнього розпорядку організації та інші суто індивідуальні мотиви.

Об'єктивні причини звільнення не залежать від самого працівника, і вплинути на них він не в змозі. До таких причин руху персоналу відносять:

– значні зміни в житті країни, зокрема, такі як зміна суспільно-політичного або економічного ладу, кризові явища;

– зміна структури організації, що викликає масові кадрові перестановки;

– виробнича необхідність в заміщенні вакантних місць і потреби в праці відповідної якості;

– звільнення частини персоналу в зв'язку з досягненням пенсійного віку, призовом на військову службу, а також по ряду інших причин, що не залежать від суб'єкта.

3. Сутність, методи визначення та чинники зростання продуктивності праці

Використання персоналу у процесі діяльності передбачає порівняння певного кінцевого результату праці з витратами на його досягнення, тобто вимірювання та оцінювання ефективності.

Найважливішим показником, що відображає ефективність використання персоналу, є продуктивність праці.

Під *продуктивністю праці як економічною категорією* розуміють ефективність (плодотворність) трудових витрат, здатність конкретної праці створювати за одиницю часу певну кількість матеріальних благ.

Продуктивність праці як економічний показник розраховується як відношення результатів праці до витрат праці на їх досягнення у певному періоді і характеризує рівень використання, в першу чергу, професійних здібностей персоналу.

В якості результатів праці, як правило, виступають обсяги виробленої або реалізованої продукції.

До витрат праці відносять загальну чисельність персоналу, чисельність окремих категорій персоналу, відпрацьований фонд робочого часу, витрати на оплату праці. Найчастіше в якості витрат праці використовують показники чисельності персоналу.

Найбільш загальним і розповсюдженим показником продуктивності праці персоналу є показник *виробітку*. Він, найчастіше, визначається наступним чином:

1. Виробіток на одного працівника організації В

$$В = О / Ч_{сс},$$

де О – обсяг виробленої або реалізованої продукції (величина результату праці);

$Ч_{сс}$ – середньоспискова чисельність персоналу за відповідний період (витрати праці), осіб.

Показник виробітку на одного працівника організації характеризує середній обсяг виготовленої або реалізованої продукції, що припадає на одного працівника.

2. Виробіток на одного робітника (працівника виробництва), який характеризує середній обсяг випуску продукції, що припадає на одного робітника:

$$В_р = О / Ч_{рсс},$$

де $Ч_{рсс}$ – середньоспискова чисельність робітників, осіб.

Іншим показником продуктивності праці є *трудомісткість продукції*, яка характеризує середні витрати праці на одиницю виготовленої (реалізованої) продукції організації. Трудомісткість є показником, що обернений виробітку.

Якщо показники виробітку мають більш узагальнюючий, універсальний характер, то показники трудомісткості можна розраховувати за окремими видами продукції (послуг) та використовувати для розрахунків потрібної чисельності робітників, виявлення конкретних резервів підвищення продуктивності праці. Достовірність розрахунків зростає за визначення повної трудомісткості (технологічної, обслуговування та управління виробництвом).

Для вимірювання продуктивності праці використовується три методи, що розрізняються вимірниками результату, який приймається до розрахунку в чисельнику показника виробітку:

– натуральний, коли обсяг виготовленої (реалізованої) продукції виражається в натуральних одиницях виміру (штуках, кілограмах, літрах тощо);

– трудовий, коли загальний обсяг результатів виробництва виражають у фіксованих одиницях трудомісткості (кількість відпрацьованих людино-днів, людино-годин);

– вартісний, коли обсяг виготовленого (реалізованого) результату виробництва оцінюється в грошовому виразі через ціну.

Оскільки основна частина витрат праці пов’язана з виробничим процесом, то зростання продуктивності праці є одним з головних чинників зростання обсягів виробництва та реалізації продукції. Для забезпечення зростання продуктивності праці організації повинні враховувати як зовнішні чинники, що визначають загальні умови діяльності у галузі, так і внутрішні, що впливають безпосередньо на формування умов праці в організації та її результативність.

До основних зовнішніх чинників, які тією чи іншою мірою впливають на зміни продуктивності праці, відносяться:

– соціально-економічні (зміни попиту на продукцію та послуги, інтенсивність конкуренції в галузі, підвищення заробітної плати за сферами підприємницької діяльності, співвідношення попиту та пропозиції на робочу силу, освітній і культурний рівень населення, загальний рівень життя в країні тощо);

– технологічні (рівень науково-технічного прогресу, темпи оновлення технічного потенціалу за рахунок використання прогресивних машин і обладнання, впровадження автоматизованих систем управління, ступінь впровадження інновацій у галузі);

– правові (законодавство в сфері трудових відносин і оплати праці, регулювання зайнятості, податкове законодавство).

Основними внутрішніми чинниками зростання продуктивності праці є організаційні, матеріально-технічні, соціально-психологічні та економічні.

До організаційних чинників відноситься удосконалення організації виробництва з метою зниження витрат робочого часу, раціональне використання розподілу та кооперації праці, поліпшення умов праці, встановлення прогресивних норм виробітку тощо.

Матеріально-технічними чинниками підвищення продуктивності праці вважаються такі, що пов’язані із досягненнями науково-технічного прогресу (наприклад, застосування найсучаснішого технологічного обладнання, автоматизація технологічних і управлінських процесів тощо).

Соціально-психологічні чинники визначають організаційну культуру та морально-психологічний клімат в колективі і при позитивному впливі зумовлюють посилення рівня задоволеності працею.

Вплив економічних чинників зростання продуктивності праці має декілька проявів. По-перше, зростання може бути зумовлено змінами в обсягах продукції (послуг) та її асортименті, наприклад, за рахунок збільшення питомої ваги продукції з меншою трудомісткістю. По-друге, економічні чинники пов’язані з підвищенням рівня кваліфікації та навчанням персоналу, що сприяє застосуванню більш прогресивних методів і технологій виконання окремих операцій. Крім того, важливими економічними чинниками є використання сучасних форм мотивації праці, що поєднують матеріальне та нематеріальне стимулювання, удосконалення форм організації трудових відносин (впровадження прогресивних відрядних розцінок, використання контрактної системи).

Лекція 6.2. Оплата праці в організації

1. Сутність та функції заробітної плати.
2. Форми і системи оплати праці.
3. Доплати та надбавки. Організація преміювання персоналу.

1. Сутність та функції заробітної плати

Заробітна плата – це будь-який заробіток, обчислений, як правило, у грошовому виразі, який за трудовим договором власник або вповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану роботу або надані послуги.

Заробітна плата є однією з основних форм розподілу національного доходу між працівниками, також вона забезпечує матеріальне стимулювання до праці.

Дійовість заробітної плати визначається тим, наскільки повно вона виконує свої основні функції:

1. *Відтворювальна функція* заробітної плати передбачає встановлення норм оплати праці на такому рівні, який забезпечує нормальне відтворення робочої сили відповідної кваліфікації. Іншими словами, заробітна плата повинна забезпечувати працівнику засоби для відновлення працездатності. Це означає покриття витрат на житло, харчування, освіту, охорону здоров'я тощо. Водночас відтворювальна функція дає змогу застосовувати обґрунтовані норми праці, що гарантують власнику отримання необхідного результату господарської діяльності.

2. *Функція стимулювання* зводиться до того, що можливий рівень оплати праці має спонукати кожного працівника до найефективніших дій на своєму робочому місці. Це означає, що заробітна плата виступає стимулюючим чинником підвищення продуктивності праці. Вона мотивує працівників до більш якісної роботи, підвищення кваліфікації та ефективності, а також до досягнення кращих результатів.

3. *Регулююча функція* заробітної плати реалізує принцип диференціації рівня заробітку за фахом і кваліфікацією відповідної категорії персоналу, важливістю та складністю трудових завдань. Заробітна плата є інструментом регулювання ринку праці. Рівень заробітної плати впливає на пропозицію та попит на робочу силу. Вищі зарплати можуть приваблювати більше кваліфікованих працівників.

4. *Соціальна функція* заробітної плати спрямована на забезпечення однакової оплати за однакову роботу; вона має поєднувати державне й договірне регулювання оплати праці, а також реалізовувати принцип соціальної справедливості щодо одержання власного доходу. Тобто заробітна плата має забезпечити соціальну стабільність, справедливий розподіл доходів і зниження соціальної нерівності. Це забезпечує підтримку прийнятного рівня життя працівників.

5. *Міра вартості праці*. Дана функція означає, що заробітна плата виступає як показник вартості праці працівника в ринкових умовах. Вона визначається на основі попиту та пропозиції на ринку праці, кваліфікації працівника, складності виконуваної роботи, умов праці тощо.

6. *Засіб контролю*. Дана функція передбачає, що через заробітну плату роботодавці контролюють ефективність і дисципліну працівників. Винагорода може залежати від результатів праці, що стимулює працівників до дотримання вимог і норм.

Функції заробітної плати вказують на те, що заробітна плата виконує не лише економічну, але й соціальну роль, оскільки впливає на добробут працівників, продуктивність праці та економічну стабільність суспільства.

З метою забезпечення соціальної справедливості та захисту прав працівників питання оплати праці в Україні регулюються державою.

Державне регулювання оплати праці здійснюється через через систему правових актів та економічних важелів. Основні механізми державного

регулювання оплати праці закріплені в Конституції України, Кодексі законів про працю України (КЗпП), Законі України «Про оплату праці» та інших нормативно-правових актах.

Основні інструменти державного регулювання оплати праці в Україні:

1. Встановлення мінімальної заробітної плати. *Мінімальна заробітна плата* – це встановлений законом мінімум оплати праці, нижче якого роботодавець не може платити працівникові за повністю виконану норму праці. Її розмір щорічно переглядається державою з урахуванням економічної ситуації та інфляційних процесів. Мінімальна заробітна плата є важливим механізмом соціального захисту та гарантією забезпечення базового рівня доходів працівників.

2. Тарифна система оплати праці. Тарифні ставки, схеми посадових окладів і тарифні сітки є базою для диференціації оплати праці в залежності від кваліфікації, складності виконуваної роботи та умов праці. Держава регулює мінімальні тарифні ставки та посадові оклади.

3. Надбавки, доплати та компенсації. Законодавство встановлює обов’язкові доплати за особливі умови праці (шкідливі або небезпечні умови), за роботу в нічний час, святкові дні, понаднормову працю тощо. Роботодавці зобов’язані забезпечувати ці доплати відповідно до чинного законодавства.

4. Індексація заробітної плати. Держава зобов'язує роботодавців проводити індексацію заробітної плати для компенсації втрати її купівельної спроможності в умовах інфляції. Це забезпечує підтримку реального рівня доходів працівників.

5. Регулювання оплати праці в бюджетній сфері. Держава встановлює єдині нормативи і тарифні ставки для працівників бюджетних установ (освіта, охорона здоров’я, державні службовці). Це допомагає забезпечити єдину систему оплати праці в державному секторі.

6. Контроль за дотриманням законодавства про працю. Держава встановлює штрафні санкції за порушення строків виплати заробітної плати, виплату заробітної плати нижче мінімальної та інші порушення трудового законодавства. Державна служба України з питань праці здійснює контроль за дотриманням законодавства про оплату праці. Вона може проводити перевірки роботодавців і накладати штрафи за порушення прав працівників.

7. Колективні договори та угоди. Колективні договори можуть встановлювати додаткові гарантії та умови оплати праці понад ті, що передбачені законодавством. Вони укладаються на рівні підприємств, галузей або територій. Держава підтримує колективні переговори та угоди як механізм регулювання трудових відносин.

Колективний договір – це нормативний акт, що регулює трудові, соціально-економічні та професійні відносини в організації. Він укладається між роботодавцем або уповноваженим ним органом (адміністрацією) та

трудовим колективом в особі профспілки або іншого уповноваженого представницького органу працівників.

У колективному договорі можуть бути врегульовані такі питання: оплата праці, її форми та системи (тарифні ставки, оклади, премії, надбавки тощо); умови праці та охорона праці (режим роботи, тривалість відпусток, умови праці для окремих категорій працівників); соціальні пільги та гарантії (додаткові відпустки, матеріальна допомога, медичне страхування тощо); вирішення трудових спорів та конфліктів; заходи щодо захисту прав працівників; умови підвищення кваліфікації, перепідготовки працівників; інші питання, що стосуються взаємовідносин роботодавця і працівників.

Трудова угода (або трудовий договір) – це письмова або усна угода між працівником та роботодавцем, що визначає умови праці, права та обов'язки сторін, а також основні положення про виконання трудових функцій. Цей документ регулює трудові відносини та створює правові підстави для початку роботи на певній посаді або виконання конкретної роботи.

Згідно з чинним законодавством України, зокрема, Законом України «Про оплату праці», заробітна плата складається з кількох основних компонентів:

1. *Основна заробітна плата* – винагорода за виконану роботу відповідно до встановлених норм праці (відпрацьованого часу, виробітку, обслуговування, посадових обов’язків). Вона встановлюється у вигляді тарифних ставок (окладів) та відрядних розцінок для робітників та посадових окладів для керівників, спеціалістів, службовців.

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

3. *Інші заохочувальні та компенсаційні виплати* – виплати, які не входять до основної та додаткової заробітної плати, але мають стимулюючий та компенсаційний характер. Вони здійснюються у формі одноразових винагород за певні досягнення в роботі, премій за спеціальними системами і положеннями, компенсаційних та інші грошових та матеріальних виплат, які непередбачені актами чинного законодавства або які проводяться понад норми, встановлені зазначеними актами.

Витрати організації, пов’язані з виплатою основної та додаткової (в межах, передбачених законодавством) заробітної плати відносяться на поточні витрати організації та включаються до складу собівартості продукції. Для фінансування усіх інших витрат з оплати праці організація використовує інші джерела, що наявні в неї та не заборонені законодавством (наприклад, прибуток, спеціальні фонди тощо).

2. Форми і системи оплати праці

В організації оплати праці найважливіше місце займають правильна розробка й ефективне застосування форм і систем заробітної плати.

Система оплати праці – це визначений взаємозв'язок між показниками, що характеризують міру праці та міру її оплати в межах і понад норми праці, що гарантує одержання працівником заробітної плати відповідно до фактично досягнутих результатів праці і погодженої між працівником і роботодавцем ціною його робочої сили.

Форма оплати праці – це певний клас систем оплати праці, згрупованих за ознакою основного показника обліку результатів праці при оцінці виконаної працівником роботи з метою його оплати.

До основних систем оплати праці належать тарифна та безтарифна системи.

Найбільш розповсюдженою та застосовуваною є *тарифна система*, основні елементи якої такі: тарифно-кваліфікаційні довідники; кваліфікаційні довідники посад керівників, спеціалістів і службовців; тарифні ставки, тарифні сітки; схеми посадових окладів.

Тарифно-кваліфікаційні довідники у вигляді Єдиного тарифно-кваліфікаційного довідника робіт і професій робітників (ЄТКД) − це збірник нормативних актів, що містить кваліфікаційні характеристики робіт і професій, згруповані за виробництвами та видами робіт. ЄТКД призначено для тарифікації робіт, надання кваліфікаційних розрядів робітникам, а також для формування навчальних програм підготовки їх підвищення кваліфікації робітників.

Кваліфікаційні довідники посад керівників, спеціалістів і службовців є нормативними документами, в яких подаються загальногалузеві кваліфікаційні характеристики цих категорій працівників. У них зазначаються посадові обов'язки, вимоги до знань і стажу роботи за спеціальністю, рівня та профілю підготовки керівників, спеціалістів і службовців.

Важливим елементом тарифної системи є *тарифна ставка* – розмір оплати праці за одиницю відпрацьованого часу. Її абсолютна величина визначається згідно зі встановленою державою мінімальною заробітною платою. До цього необхідно додати, що у мінімальну заробітну плату не включають доплати, надбавки та компенсаційні виплати. Тарифна ставка завжди визначається в грошовій формі, а її розмір зростає в міру збільшення тарифного (кваліфікаційного) розряду.

Тарифний розряд – показник складності виконуваної роботи та рівня кваліфікації робітника.

Співвідношення між розмірами тарифних ставок залежно від розряду виконаної роботи визначається за допомогою *тарифного коефіцієнта*, який вказується в тарифній сітці для кожного розряду. При множенні відповідного

тарифного коефіцієнта на тарифну ставку (оклад) першого розряду, яка є базою, визначають тарифну ставку за тим або іншим розрядом. Тарифний коефіцієнт першого розряду дорівнює одиниці. Починаючи із другого розряду, тарифний коефіцієнт зростає і досягає своєї максимальної величини для найвищого розряду, передбаченого тарифною сіткою. За першим розрядом тарифікуються прості роботи, виконання яких не потребує професійної підготовки. Коефіцієнти наступних розрядів характеризують ступінь складності праці робітників, що мають такі розряди.

Тарифна сітка встановлює відповідні співвідношення в оплаті праці працівників різної кваліфікації. Вона є, власне, переліком тарифних розрядів і відповідних тарифних коефіцієнтів.

З допомогою *схем посадових окладів* здійснюється тарифне регулювання заробітної плати керівників, спеціалістів і службовців. Схеми посадових окладів містять перелік посад усіх найменувань і розмірів місячних окладів щодо кожної посади («вилки окладів»).

Основними вимірниками результатів (витрат) праці за тарифної системи є кількість виготовленої продукції (обсяг наданих послуг) належної якості або витрачений робочий час, тобто кількість днів (годин), протягом яких працівник фактично був зайнятий (працював) в організації. Такому поділу вимірників затрат праці відповідають дві форми заробітної плати, що базуються на тарифній системі, погодинна та відрядна.

За *погодинної форми* оплата праці здійснюється за годинними (денними) тарифними ставками з урахуванням відпрацьованого часу та рівня кваліфікації, що визначається тарифним розрядом. Погодинна оплата праці керівників, спеціалістів і службовців здійснюється, як правило, за місячними посадовими окладами (ставками).

Розрізняють три системи погодинної оплати.

1. *Проста погодинна оплата праці* має в основі фіксовану вартість однієї години роботи працівника (погодинну тарифну ставку) та кількість відпрацьованих годин. Вона використовується в тих випадках, коли вимірювання виробітку неможливе або недоцільне (наприклад, оплата комірників, касирів, кур'єрів, прибиральниць тощо).

Погодинна заробітна плата працівника визначається множенням годинної тарифної ставки на фактично відпрацьований час.

При поденній оплаті визначається розмір денної ставки, а заробіток залежить від кількості відпрацьованих днів.

Проста погодинна (поденна, помісячна) оплата ефективна в стабільних умовах виробництва продукції та організації її споживання з високою якістю роботи та дисципліною праці.

2. *Погодинно-преміальна оплата праці*. Якщо при погодинній оплаті праці враховується якість або обсяг виконаних робіт, то в даній системі до погодинного тарифу додається премія, яка виплачується за кількісні та якісні

досягнення в роботі. Така система використовується тоді, коли необхідно враховувати не тільки диференціацію в кваліфікації працівників, але і психологічні та економічні чинники.

Погодинно-преміальна оплата праці дозволяє тісніше пов'язати розмір заробітної плати з конкретним завданням даного робочого місця, бригади (кращим використанням обладнання, економією сировини, дбайливим ставленням до інструментів тощо). При такій системі, крім тарифного заробітку, робітник одержує премію за досягнення високих показників.

3. *Погодинна оплата праці з нормованим завданням*, крім оплати за години роботи, передбачає доплату за чітке виконання поставленого завдання. Вона використовується у тих випадках, коли перевиконання плану є скоріше недоліком, ніж перевагою.

При *відрядній формі* оплата праці здійснюється за нормами та розцінками, встановленими, входячи з розряду робіт, що виконують. Основними умовами застосування відрядної форми оплати праці є наявність кількісних показників роботи, що безпосередньо залежать від конкретного працівника та підлягають точному обліку, а також необхідність стимулювання зростання обсягів виробництва та існування реальних можливостей підвищення виробітку на конкретному робочому місці. При цьому важливо дотримуватись вимог до якості продукції і технологічних режимів її обробки, порушення яких буде негативно сприймаються споживачами.

Важливим елементом відрядної форми оплати праці є *відрядна розцінка* – розмір оплати праці за одиницю виготовленої (реалізованої) продукції. Відрядна розцінка визначається, виходячи з тарифного розряду роботи, а не з тарифної ставки, яка встановлена працівникові. Розмір відрядної розцінки не залежить від ступеня виконання норми виробітку.

Відрядна форма оплати праці підрозділяється на наступні системі:

1. *Пряма відрядна оплата праці*. Заробітна плата працівника залежить безпосередньо від кількості одиниць виробленої продукції або виконаних операцій і розраховується як добуток обсягу виконаних робіт (виготовленої продукції) та відповідної відрядної розцінки.

2. *Відрядно-преміальна оплата праці*. Передбачає виплату заробітку за прямими відрядними розцінками та премії за досягнення встановлених кількісних і (або) якісних показників праці. Розмір премії звичайно встановлюється у відсотках до заробітної плати, що визначається за прямими відрядними розцінками. Премії підвищують зацікавленість робітника в поліпшенні кількісних і якісних показників діяльності підприємства.

3. *Відрядно-прогресивна оплата праці*. Передбачає, що та частина продукції, яка виготовляється понад норму, оплачується за підвищеними розцінками. При цій системі заробітна плата робітника за виконання норми виробітку визначається так само, як і при прямій відрядній оплаті, але при перевиконанні норми прогресивно збільшуються доплати до основної

відрядної розцінки.

4. *Непряма відрядна оплата праці* застосовується переважно для оплати праці допоміжних робітників і залежить від виробітку основних робітників на виробничій ділянці, яку обслуговують ці допоміжні робітники.

5. *Акордно-відрядна (акордна) оплата праці* є логічним продовженням прямої відрядної системи і застосовується для укрупнених видів робіт. Розмір загальної акордної оплати визначається на основі діючих норм часу (виробітку) і розцінок. Може вводитися й преміювання робітників за скорочення строку виконання акордного завдання при якісному виконанню робіт. Заробітна плата (включаючи премії) розподіляється між робітниками пропорційно відпрацьованому часу відповідно до їх тарифних розрядів.

Така система найбільш ефективна при бригадній формі організації праці. Її ефективність визначається спрощенням функцій бригадирів, які видають бригаді наряд на закінчений обсяг робіт і приймають виготовлену продукції (виконані роботи). Крім того, акордна система підтримує колективізм у бригаді, сприяє скороченню собівартість продукції, економії матеріальних і енергетичних ресурсів.

За ринкових умов господарювання чинне законодавство України забезпечує повну самостійність підприємств та інших суб'єктів бізнесової діяльності щодо питань організації оплати праці всіх категорій персоналу. Засновники (керівники) державних підприємств, установ, організацій мають право самостійно вибрати форми й системи оплати праці, установити працівникам конкретні розміри тарифних ставок, відрядних розцінок, посадових окладів, премій, винагород, надбавок і доплат, керуючись єдиною тарифною сіткою, а також умовами, передбаченими колективним договором. Що стосується організацій інших форм власності, то вони можуть використовувати традиційну тарифну систему; застосовувати тарифні ставки та оклади тільки як орієнтири; запроваджувати власну, індивідуально розроблену модель оплати праці.

3. Доплати та надбавки. Організація преміювання персоналу

Основу додаткової заробітної плати становлять доплати та надбавки.

За функціональним призначенням доплати й надбавки є самостійними елементами заробітної плати, які призначаються для компенсації або винагороди за суттєві відхилення від нормальних умов праці, котрі не враховано в тарифних ставках і посадових окладах. Вони відрізняються від тарифної заробітної плати (посадового окладу) необов'язковістю і непостійністю, а також рухливістю залежно від співвідношення фактичних і нормативних умов праці.

Доплати, як правило, носять компенсаційний характер, а *надбавки* – стимулюючий.

Доплати до заробітної плати класифікуються, передусім, за ознакою сфери трудової діяльності (прикладання праці). За цією ознакою розрізняють доплати, які:

1) не мають обмежень щодо сфер трудової діяльності;

2) застосовуються тільки в певних (окремих) сферах прикладання праці.

До першої групи зараховують доплати:

– за роботу в наднормовий час;

– особам, які не досягали вісімнадцяти років і мають скорочену тривалість робочого часу;

– робітникам, які внаслідок виробничої необхідності виконують роботи за нижчими від наданих ним тарифних розрядів;

– за час простою та в разі невиконання норм виробітку й виготовлення бракованої продукції не з вини робітника.

До доплат, що здійснюються лише в певних (окремих) сферах прикладання праці належать доплати за суміщення професій (посад), за роботу в шкідливих та особливо небезпечних умовах, за роботу у нічний час, у вихідні дні, що є робочими за графіком тощо.

Стосовно сутності надбавок до заробітної плати варто наголосити, що вони мають бути чітко вираженого стимулюючого характеру і завжди зв'язуються з діловими якостями конкретного працівника. Найчастіше використовуються надбавки до заробітної плати за високу професійну майстерність робітників; високі досягнення службовців у праці; вислугу років (трудовий стаж); виконання особливо важливої роботи (на певний термін); знання й використання в роботі іноземних мов.

Доплати та надбавки встановлюються за рішенням керівництва, тому їх розміри визначаються на підприємстві самостійно. Як правило, їх доцільно встановлювати на певний строк, тому що можлива зміна ставлення працівника до праці, зміна умов праці або джерел коштів на оплату праці. Розмір доплат і надбавок найчастіше визначається у відсотках до посадового окладу або тарифної ставки. Однак, організація може їх встановлювати й в абсолютній сумі в рівному розмірі для всіх працівників, або диференційовано.

Преміювання – це додаткове матеріальне стимулювання працівників, яке передбачає виплату премій за досягнення певних результатів у роботі.

Формування ефективної системи преміювання є важливим аспектом діяльності організації, спрямованим на стимулювання працівників до досягнення кращих результатів, підвищення продуктивності праці та покращення якості виконуваної роботи.

Ефективна система преміювання має базуватися на чітких критеріях, справедливості, прозорості та відповідати загальним цілям організації.

Основні принципи формування ефективної системи преміювання:

1. Чіткі та зрозумілі критерії преміювання. Важливо встановити

конкретні, вимірювані показники, за якими буде нараховуватися премія. Це можуть бути обсяги виконаних робіт, досягнення певних фінансових результатів, якість продукції чи послуг, дотримання строків виконання завдань тощо. Працівники повинні чітко розуміти, за що і в яких випадках вони можуть отримати премію. Це допомагає уникнути суб'єктивізму та забезпечує прозорість системи.

2. Прив'язка до досягнення цілей організації. Система преміювання має бути тісно пов'язана з досягненням стратегічних цілей організації. Премії можуть виплачуватися за виконання планів продажів, досягнення фінансових показників, оптимізацію процесів тощо. Премії можуть стимулювати співробітників не лише до індивідуальних успіхів, але й до роботи в команді, якщо передбачені колективні премії за досягнення загальних результатів.

3. Диференціація премій. Система преміювання має враховувати різні категорії працівників та рівні відповідальності. Для керівників, спеціалістів, службовців та робітників можуть встановлюватися різні преміальні схеми в залежності від їхньої ролі у досягненні результатів. Варто диференціювати премії залежно від рівня досягнутих результатів, щоб високі досягнення винагороджувалися пропорційно їх значимості для організації.

4. Регулярність і прозорість виплат. Премії мають виплачуватися в узгоджений час (щомісяця, щокварталу або щорічно), що дозволяє працівникам чітко планувати свої доходи та бачити зв'язок між зусиллями та винагородою. Важливо забезпечити прозорість у нарахуванні премій, щоб кожен працівник розумів, як його премія розраховується та від яких чинників вона залежить.

5. Стимулювання до підвищення продуктивності. Преміальна система повинна спонукати працівників працювати ефективніше, покращувати свої навички, бути ініціативними та креативними. Важливо передбачити премії не лише за кількісні показники, але й за якісні (наприклад, покращення якості продукції, внесення раціоналізаторських пропозицій).

6. Соціальні аспекти преміювання. Премії можуть бути частиною соціального пакета, включати додаткові пільги (медичне страхування, компенсація за навчання, додаткові відпустки тощо). Це сприяє зниженню плинності кадрів та підвищенню лояльності працівників до організації.

7. Адаптація до економічної ситуації. Система преміювання має бути гнучкою та адаптуватися до змін економічної ситуації в організації та на ринку. В кризові часи можуть бути передбачені механізми тимчасового зниження премій, з урахуванням інтересів працівників.

8. Контроль та аналіз ефективності системи. Регулярний моніторинг і аналіз ефективності системи преміювання допомагає виявляти її сильні та слабкі сторони. Проводити такі перевірки можна через опитування працівників, аналіз результатів роботи та зворотний зв'язок від керівництва. Важливо адаптувати систему, якщо вона не досягає бажаних результатів або

якщо змінилися обставини на ринку чи в середині організації.

Система преміювання формується в кожній організації самостійно залежно від цілей, досягнення яких необхідно стимулювати.

Практика виробила різноманітні системи преміювання, які можуть застосовуватися окремо або в комбінації:

1. Системи, що узгоджують основну оплату праці з рівнем виконання та перевиконання показників, що виходять за межі основної норми працівника. Вони, як правило, мають чіткі кількісні параметри, що дозволяють контролювати рівень нарахованих премій як самому працівникові, так і його безпосередньому керівникові.

2. Системи, що узгоджують основну оплату з особистими діловими якостями працівника, рівнем його професійної майстерності й індивідуальними якостями, ставлення до роботи. Відмінна риса подібних премій, як виду заохочення, полягає в тому, що вони не мають чіткої кількісної залежності між результатами праці кожного працівника і розміром його винагороди. Найчастіше цей зв'язок установлюється на рівні принципу, а не точного кількісного порівняння.

3. Системи, що узгоджують основну заробітну плату працівника або групи працівників з певним досягненням, результатами роботи протягом певного, досить тривалого календарного періоду, наприклад, року.

4. Системи, що узгоджують основну оплату праці із часткою прибутку організації (наприклад, такі премії можуть надаватися працівникам, що працюють в організації більш 5 років).

Key words: personnel, managers, specialists, employees, workers, profession, specialty, qualification, actual number of employees, headcount, average headcount, recruitment turnover ratio, separation turnover ratio, total turnover ratio, employee attrition rate, labor productivity, output per worker, labor intensity, salary, base salary, supplementary salary, fringe benefits, pay grade, pay scale system, unclassified pay system, piece-rate pay, time-rate pay, pay rate, piece rate, allowances, additional payments, bonus, incentive system.

Питання для самоконтролю

1. Розкрийте поняття «персонал», його відмінності від поняття «трудові ресурси».
2. Схарактеризуйте склад персоналу організації.
3. Поясність поняття «професія», «спеціальність», «кваліфікація».
4. Схарактеризуйте показники наявності персоналу.
5. Визначте показники руху трудових ресурсів організації.
6. Розкрийте сутність та показники продуктивності праці.
7. Схарактеризуйте методи вимірювання продуктивності праці.
8. Визначте чинники, що впливають на продуктивність праці персоналу

організації.

9. Поясність сутність та функції заробітної плати.

10. Схарактеризуйте основні інструменти регулювання оплати праці в Україні.

11. Визначте склад витрат на оплату праці.

12. Визначте та поясність основні системи оплати праці.

13. Визначте та поясність основні форми оплати праці.

14. Схарактеризуйте системи погодинної оплати праці.

15. Схарактеризуйте системи відрядної оплати праці.

16. Розкрийте сутність доплат та надбавок до заробітної плати.

17. Поясність сутність преміювання та принципи побудови ефективної системи преміювання.

Тема 7. Результати та ефективність діяльності організації. Основи бізнес-планування

Лекція 7.1. Витрати та доходи організації

1. Поточні витрати організації та собівартість продукції.
2. Загальна характеристика цін на продукцію організації.
3. Сутність та склад доходів організації.

1. Поточні витрати організації та собівартість продукції

У короткостроковому періоді витрати організації, пов’язані із забезпеченням її функціонування, формуються на регулярній основі. Ресурси, що використовуються у виробничо-торговельних та обслуговуючих процесах споживаються та трансформуються у поточні витрати.

Поточні витрати організації – це виражені у грошовій формі витрати матеріальних, нематеріальних, трудових та фінансових ресурсів, що залучені для забезпечення її функціонування.

Витрати здійснюються у натуральній та грошовій формі.

Планування і облік витрат у натуральній формі (кількість, маса, об’єм, довжина) має важливе значення для організації виробництва. Проте для оцінки результатів діяльності необхідна грошова (вартісна) оцінка витрат, тому що лише вона виражає вартість продукції.

Собівартість продукції – один з найважливіших економічних показників діяльності організацій. Даний показник характеризує ефективність всього процесу виробництва, оскільки у ньому знаходять відображення рівень організації виробничого процесу, впровадження інноваційних розробок, продуктивність праці тощо.

Собівартість продукції – це сукупність поточних витрат у грошовій формі, яких зазнає організація на виробництво та реалізацію продукції.

Собівартість одиниці продукції – це собівартість продукції в розрахунку на одиницю продукції, тобто показник, який показує, що витрачає організація на виробництво та реалізацію одиниці продукції.

Економічне значення собівартості:

1. Собівартість комплексно характеризує ступінь використання всіх ресурсів організації, оскільки в ній знаходять відображення рівень техніки, технології та організації виробництва. Чим інтенсивніше організація використовує виробничі ресурси, успішніше вдосконалює техніку і технологію, тим нижчою є собівартість продукції.

2. Собівартість має тісний зв’язок з ціною. Це виявляється в тому, що собівартість є базою ціни продукції і, водночас, обмежником для виробництва (ніхто не випускатиме продукцію, ринкова ціна якої нижча за

собівартість, виключення: демпінгові ціни).

Класифікація витрат за основними ознаками:

1. За видами діяльності. За діючого порядку обліку витрати організації ураховуються у розрізі окремих видів діяльності:

– *витрати операційної діяльності*, що пов'язані з виконанням основних функцій організації (виробництво та реалізація продукція);

– *витрати фінансової діяльності*, що пов'язані зі зміною розміру та складу власного та запозиченого капіталу;

– *витрати інвестиційної діяльності*, що пов'язані з операціями з придбання та продажу довгострокових активів.

2. За зв'язком з обсягами виробництва:

– *постійні (умовно-постійні) витрати*. Є функцією часу, а не обсягу продукції. До умовно-постійних відносять витрати, що залишаються відносно постійними протягом тривалого часу та не змінюють розмір унаслідок зміни обсягу продукції. В розрахунку на одиницю продукції із зростанням обсягу виробництва вони зменшуються і навпаки. До них належать витрати на заробітну плату працівникам за посадовими окладами та тарифними ставками, витрати на оренду та утримання приміщень та інвентарю, знос основних засобів, витрати на рекламу тощо. Умовно-постійні витрати не змінюються за досягнення визначеного обсягу діяльності. Разом з тим, за введення у дію нових виробничих потужностей, дані витрати змінюються стрибкоподібно;

– *змінні (умовно-змінні) витрати*. Витрати, загальна величина яких за певний період залежить від обсягу продукції. У розрахунку на одиницю продукції їх величина є постійною. До умовно-змінних належать витрати на придбання сировини та товарів, їх транспортування, витрати на паливо та енергію для виробничих потреб, витрати на заробітну платню працівникам за відрядної форми оплати праці тощо.

Змінні витрати поділяються на пропорційні і непропорційні.

Пропорційні витрати змінюються прямо пропорційно зміні обсягу виробництва (сировина, відрядна заробітна плата виробничих робітників).

Непропорційні витрати поділяються на прогресуючі і дегресуючі.

Прогресуючі витрати зростають більшою мірою, ніж обсяг виробництва (відрядно-прогресивна оплата праці, додаткові рекламні та торгові витрати).

Дегресуючі витрати зростають менше, ніж обсяг виробництва (витрати на експлуатацію обладнання, його ремонт тощо).

3. За способом віднесення на одиницю продукції:

– *прямі витрати*. Безпосередньо пов'язані з виготовленням певних видів продукції. Вони можуть бути прямо розраховані на фізичну одиницю виробу. До них належать: сировина, матеріали, напівфабрикати, заробітна плата виробничого персоналу та соціальні відрахування на неї, витрати на

експлуатацію виробничого обладнання та його амортизацію, витрати палива, енергії, води на технологічні цілі тощо;

– *непрямі (накладні) витрати*. Не можна безпосередньо визначити за окремим різновидом продукції, оскільки вони пов'язані з виготовленням різних виробів. Такі витрати включають витрати на обслуговування та управління виробництвом (витрати на оплату працівників апарату управління, витрати зі страхування майна, витрати на проведення передпродажних та рекламних заходів, витрати на оплату праці продавцям та торговим агентам, що забезпечують збут продукції тощо) та інші витрати поточної діяльності. Непрямі витрати розподіляють на кожну одиницю продукції за використання відповідної бази розподілу (обсягу діяльності, годин праці, заробітної плати працівників виробництва, обсяг прямих витрат).

4. За ступенем однорідності:

– *елементні витрати*. Є структурно однорідними і первинними, вони мають єдиний економічний зміст (наприклад, витрати на оплату праці). Елементні витрати прийнято поділяти за економічними елементами;

– *комплексні витрати*. Є різнорідними за складом і охоплюють кілька елементів витрат. Їх групують за економічним призначенням процесів калькулювання продукції, тобто за статтями витрат (наприклад, витрати на збут, які включають витрати на оплату праці, амортизацію необоротних активів та інше, пов'язане із збутом продукції. Ці витрати мають єдине призначення (збут продукції), але складові цих витрат мають різний економічний зміст).

Групування витрат за економічними елементами здійснюється з метою складання кошторису виробництва.

Елемент витрат – сукупність єдиних за економічним змістом витрат.

Кошторис виробництва – підрахунок сукупних витрат організації, які пов'язані з її основною діяльністю за певний період незалежно від того, чи віднесено їх на собівартість продукції в цьому періоді чи ні. Це означає, що суми кошторису виробництва та собівартість загального обсягу продукції можуть не збігатися.

Виділяють наступні елементи витрат:

1. *Матеріальні витрати*. До них включається вартість витрачених у виробництві сировини й основних матеріалів, купівельних напівфабрикатів та комплектуючих виробів, палива й енергії, будівельних матеріалів, запасних частин, тари й тарних матеріалів, допоміжних та інших матеріалів.

Матеріальні витрати обчислюються на підставі норм витрачання ресурсів та їх цін з урахуванням транспортно-заготівельних витрат, оплати навантажувально-розвантажувальних робіт, комісійних винагород товарним біржам (без податку на додану вартість).

2. *Витрати на оплату праці*. До даного елемента включаються заробітна плата за окладами й тарифами, премії та заохочення, матеріальна

допомога, компенсаційні виплати, оплата відпусток та іншого невідпрацьованого часу, інші витрати на оплату праці всіх категорій працівників.

Не включаються до даного елементу виплати працівникам, що фінансуються з прибутку.

3. *Відрахування на соціальні заходи*. До складу елемента включаються: відрахування на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, відрахування на індивідуальне страхування персоналу підприємства, відрахування на інші соціальні заходи.

Відрахування на соціальні заходи визначаються у відсотках за встановленими нормативами згідно чинного законодавства від основної та додаткової заробітної плати.

4. *Амортизація*. До складу елемента включається сума нарахованої амортизації основних засобів, нематеріальних активів та інших необоротних матеріальних активів.

5. *Інші витрати*. Це такі витрати, які не можна віднести до вищеназваних елементів. Вони включають витрати на оплату послуг зв'язку, обчислювальних центрів, охорони; витрати на відрядження; поштово-канцелярські витрати; страхування майна; орендна плата за окремі об'єкти основних засобів та інші.

Групування витрат за статтями калькуляції здійснюється для обґрунтування ціни одиниці продукції, обчислення рентабельності продукції, аналізу собівартості однакових видів продукції в різних організаціях, визначення ефективності заходів по зниженню витрат.

Калькулювання – процес обчислення собівартості окремих видів продукції.

Стаття калькуляції об'єднує витрати, які є однорідні за економічним призначенням і місцем виникнення.

Калькулювання передбачає визначення об'єкту калькуляції і калькуляційної одиниці.

Об'єкт калькулювання – продукція, роботи чи послуги, собівартість яких обчислюється.

Калькуляційна одиниця – одиниця кількісного вимірювання об'єкта калькулювання (наприклад, одна страва, один кілограм, одна штука тощо).

Перелік статей калькуляцій і склад витрат, що входять у такі калькуляційні статті, кожна організація встановлює самостійно та закріплює їх у наказі про свою облікову політику. При цьому беруться до уваги: технологічні особливості виробництва, організація процесу виробництва, перелік витрат необхідних для виробництва, та їх питома вага в загальній сумі собівартості продукції тощо. Організації обов'язково враховують галузеві інструкції щодо калькулювання собівартості, затверджені відповідним міністерством.

2. Загальна характеристика цін на продукцію організації

У загальному виразі *ціна* – це кількість грошей, за яку продавець бажає продати товар, а покупець – купити його.

Процес встановлення і розробки ціни називається *ціноутворенням*. Ринкове ціноутворення базується на загальних об’єктивних законах, що діють у суспільстві. Головними з них є закони вартості, попиту і пропозиції, товарно-грошового обігу, корисності благ.

Застосовувані в ринковій економіці ціни виконують певні функції, до яких належать наступні:

1. *Облікова функція* (міра вартості). Ціна виступає як вираз вартості товару в грошовому еквіваленті. Вона дозволяє порівнювати вартість різних товарів, формувати витрати на виробництво та оцінювати результати господарської діяльності. Ця функція дозволяє встановлювати економічні та фінансові показники діяльності організації.

2. *Розподільча функція*. Ціна допомагає розподіляти доходи між учасниками виробництва (працівниками, власниками капіталу, державою через податки). Залежно від рівня цін може змінюватися структура споживання і виробництва. Вона сприяє визначенню частки виробника, держави та інших суб’єктів економіки в загальній вартості товару.

3. *Стимулююча функція*. Ціна впливає на мотивацію виробників і споживачів. Підвищення цін може стимулювати виробників до збільшення обсягів виробництва або вдосконалення технологій, щоб зменшити витрати. Зниження цін, навпаки, стимулює попит з боку споживачів. Висока ціна на дефіцитні або унікальні товари може заохочувати організації інвестувати кошти в їх виробництво.

4. *Регулююча функція*. Ціна виконує роль регулятора попиту і пропозиції на ринку. Ця функція фокусується на впливі ціни на поведінку ринкових суб'єктів (споживачів, виробників) та стимулює їх до певних дій: збільшення виробництва, зміни споживчих рішень тощо. Висока ціна може стимулювати виробників збільшувати пропозицію товару, тоді як для споживачів вона може скорочувати попит. Низька ціна, навпаки, може стимулювати попит і знижувати пропозицію.

5. *Інформаційна функція*. Ціна надає інформацію учасникам ринку про вартість ресурсів, товарів, а також про стан ринку в цілому (наприклад, про дефіцит або перенасичення ринку певними товарами). Це важливий сигнал для прийняття рішень як споживачами, так і виробниками щодо купівлі, продажу, інвестицій.

6. *Балансувальна функція*. Ця функція забезпечує рівновагу між попитом і пропозицією на ринку. Вона безпосередньо пов'язана із регулюючою функцією, але має інші акценти: забезпечує стабільність ринку, встановлюючи рівновагу між попитом і пропозицією через механізм цін.

Через коливання цін встановлюється рівновага між тим, що готові придбати споживачі (попит), і тим, що готові запропонувати виробники (пропозиція). Наприклад, якщо попит перевищує пропозицію, ціни зростають, що зменшує попит і збільшує пропозицію. Коли пропозиція зростає, а попит зменшується, ціни знижуються, і ринок приходить до рівноваги.

7. *Соціальна функція*. Ціна впливає на рівень життя населення, оскільки вона визначає купівельну спроможність. Держава може регулювати ціни на товари першої необхідності, щоб забезпечити соціальну справедливість і доступність цих товарів для всіх верств населення. Соціальна функція проявляється також у регулюванні тарифів і мінімальних цін на певні категорії товарів.

Функції ціни є основоположними для функціонування ринкової економіки. Вони дозволяють регулювати економічні процеси на різних рівнях – від організацій до національної економіки в цілому. Ціна є головним інструментом, через який відбувається взаємодія між виробниками, споживачами, державою та іншими економічними суб'єктами.

Внутрішні (національні) ціни можна класифікувати за рядом ознак.

Залежно від рівня свободи (лібералізації) розрізняють:

1. *Фіксовані ціни* − це такі ціни, рівень яких встановлюється і регулюється державою або іншим уповноваженим органом чи домовленістю сторін, і вони не змінюються в залежності від ринкових умов (попиту та пропозиції). Іншими словами, ціна на товар є жорстко закріпленою і не піддається впливу конкурентного ринку. Фіксовані ціни, як правило, встановлюються на окремі види продукції базових галузей (вугілля, електроенергія) та на деякі найважливіші товари та послуги, які мають важливе значення для життєзабезпечення населення (квартирна плата, сітьовий газ, тарифи на міський електротранспорт). Такі ціни, як правило, вводяться на невизначений термін і можуть бути скасовані тільки спеціальним розпорядженням.

2. *Регульовані ціни*. До них належать ціни, межі змін яких безпосередньо встановлює держава, або опосередкованими методами робить невигідним для продавця їхнє надмірне зростання. Такі ціни встановлюються на продукцію монопольних підприємств або у випадках, коли необхідно тимчасово стримати зростання цін на дефіцитні товари. Виходячи з політики у сфері цін, держава визначає перелік товарів та послуг, на які встановлюються регульовані ціни.

3. *Вільні ціни* визначаються організаціями самостійно з урахуванням своїх витрат і співвідношення попиту та пропозиції. Вони можуть збільшуватись або зменшуватись будь-коли і в будь-яких межах, як того потребує ринок. Різновидом вільних цін є *договірні ціни*, які формуються на підставі домовленості між покупцем і продавцем. Вони закріплюються в договорах на постачання продукції, як правило, великими партіями і є

незмінними на термін дії угоди.

Залежно від сфери обігу або галузевої форми продукції розрізняють:

– *оптові ціни на продукцію промисловості*. За такими цінами продукція здійснює обіг між промисловими підприємствами, або між ними і та організаціями інших галузей (транспорт, сільське господарство, торгівля) незалежно від форм власності, при цьому продукція продається і купується великими (оптовими) партіями;

– *закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію*. Це ціни, за якими сільськогосподарська продукція великими партіями реалізується державними, кооперативними та фермерськими господарствами для подальшої переробки;

– *ціни на продукцію будівництва*. Як правило, виступають у формі кошторисної вартості, тобто ціни будівництва (будівельно-монтажних робіт) конкретного об’єкта. Крім того, у цій сфері діють ціни, які визначають середню кошторисну вартість одиниці будівельних робіт (1 кв. м загальної площі, 1 куб. м кладки цегли тощо);

– *тарифи у сфері послуг*. *Тарифами* називаються ціни на послуги вантажного і пасажирського транспорту, а також на послуги, що надаються населенню організаціями побутових та комунальних служб. До останніх належать тарифи на послуги перукарень, хімчисток, прокату, з пошиття та ремонту одягу, а також плата за квартиру, телефон, водопостачання тощо;

– *роздрібні ціни*. Це ціни, за якими споживчі товари через роздрібну торговельну мережу реалізуються населенню. Вони є цінами кінцевої реалізації товарів.

За стадіями товаропросування продукції ціни можна поділити на два види:

1. *Ціна виробника*. На підставі такої ціни виробники визначають вартісні результати своєї безпосередньої роботи. Основна функція такої ціни – це відшкодування витрат та отримання певного прибутку.

2. *Ціна реалізації*. Це ціна, за якою продукція надходить до покупців. Така ціна, крім витрат та прибутку, містить у собі товарні податки та надбавки. Ціна реалізації, за якою продукція надходить до виробничого споживача (не населення), називається *відпускною*.

Кожний вид ціни складається з окремих частин, які називаються елементами. До елементів ціни належать: собівартість (С), прибуток (П), мито (М), акцизний збір (А), податок на додану вартість (ПДВ), посередницько-збутова націнка (Нп) і торговельна націнка (Нт).

Собівартість та прибуток є обов'язковими елементами ціни, тому що відшкодування витрат і отримання прибутку є невід'ємною умовою виробництва продукції.

Наявність інших елементів в ціні необов'язкова і залежить від галузевої належності продукції, її соціальної значущості, кількості господарських ланок,

що беруть участь у виробництві і реалізації продукції, та інших чинників. Так, мито входить до складу ціни тільки імпортних товарів, а акцизний збір є елементом лише незначної частки продукції. Податком на додану вартість хоча й обкладається абсолютна більшість товарів, але є певні винятки. Націнки посередницько-збутових і торговельних організацій містять ціни тих товарів, реалізація яких здійснюється через посередницькі ланки. Тому не тільки ціни на різні товари, а й той самий вид ціни може мати неоднаковий склад елементів.

Найбільш типовими є наступні варіанти структурної побудови ціни.

У першому варіанті (С + П) відпускна ціна збігається з ціною виробника. Такі ціни встановлюються на продукцію, яка не обкладається товарними податками, а її реалізація здійснюється безпосередньо виробником (наприклад, кам'яне вугілля, шкільні підручники).

Другий варіант (С + П + ПДВ) застосовується в тому разі, коли продукція обкладається податком на додану вартість та її продає сам виробник (наприклад, одяг, взуття, меблі, побутова техніка, різні види послуг тощо). Це найпоширеніший варіант відпускної ціни виробника.

За третім варіантом (С + П + А + ПДВ) ціни встановлюються на підакцизні товари (наприклад, тютюнові вироби, алкогольні напої).

Якщо продукція реалізується через посередницько-збутові організації, то до складу ціни входить відповідна націнка і формується четвертий (С + П + $Н_п$), п'ятий (С + П + ПДВ + $Н_п$) і шостий (С + П + А + ПДВ + $Н_п$) варіанти відпускної ціни посередника.

Торговельна націнка, перетворює відпускну ціну в роздрібну. Склад роздрібної ціни на вітчизняні товари, яка містить у собі максимальну кількість елементів, можна записати таким чином:

$$Ц = С + П + А + ПДВ + Н_п + Н_т.$$

Податок на додану вартість (ПДВ) є частиною новоствореної вартості, яка сплачується у державний бюджет на кожному етапі виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг. ПДВ включається в ціну продукції за ставкою 20 % ($С_{пдв}$) і обчислюється за формулою:

$$ПДВ = (С + П) \times С_{ПДВ} / 100, \text{ грн.}$$

Якщо ПДВ включений до ціни, то його загальна сума, що підлягає відрахуванню з доходів організації до держбюджету, обчислюється за формулою:

$$ПДВ = (Д_{рп} \times С_{ПДВ}) / (100 + С_{ПДВ}),$$

де Дрп – дохід від реалізації продукції, грн.

3. Сутність та склад доходів організації

Дохід є базовим фінансовим показником діяльності організації, від якого залежать її стабільність, здатність розвиватися та досягати фінансових цілей.

Дохід організації – це загальна сума грошових або інших надходжень, які організація отримує в результаті своєї діяльності за певний період. Дохід включає всі кошти, отримані від основної та інших видів діяльності, що можуть бути пов'язані з продажем товарів, виконанням робіт, наданням послуг, інвестиційною діяльністю або іншими джерелами.

Згідно діючих стандартів бухгалтерського обліку *дохід організації* – це збільшення економічних вигод організації у вигляді надходження ресурсів, контрольованих нею, або зменшення зобов'язань, які приводять до зростання її власного капіталу.

Доходи є джерелом покриття поточних витрат і отримання прибутку. За рахунок доходів організація виконує зобов'язання перед державою в частині сплати податкових платежів до бюджетів різного рівня. Доходи створюють передумови для оновлення та модернізації процесів виробництва продукції, розвитку системи матеріального заохочення, реалізації заходів соціального розвитку колективу.

Згідно діючого порядку подання інформації у фінансовій звітності доходи організації поділяють за видами діяльності: доходи від операційної діяльності та доходи від іншої діяльності.

Формування доходу від кожного з видів діяльності має свої особливості.

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

Основна діяльність організації пов'язана з виробництвом та реалізацією продукції (наданням послуг, виконанням робіт) і має забезпечувати отримання доходів, достатніх для відшкодування витрат виробництва та обігу, отримання певного прибутку.

Дохід від основної діяльності – це виручка від реалізації продукції (товарів, робіт та послуг), яка розраховується на основі обсягу реалізованої продукції, виходячи з діючих цін.

Дохід від основної діяльності (виручка від реалізації продукції) – обсяг грошових коштів, що надійшли на рахунки організації за певний проміжок часу в результаті продажу виготовленої продукції з використанням грошової форми розрахунку для компенсації вартості об'єкта продажу.

Дохід від основної діяльності (виручка від реалізації продукції) – сума оплати покупцями продукції (товарів, робіт, послуг) за умови передачі їм ризиків і вигід, що пов'язані з правом власності на об'єкт купівлі-продажу.

У світовій практиці для визначення доходу організації від реалізації

продукції застосовують касовий метод та метод нарахувань.

При *касовому методі* виручкою за певний період вважається сума грошових коштів, що надійшла від покупців протягом цього періоду в касу або на розрахунковий рахунок за продукцію, що була фактично відвантажена покупцям (за фактично здійснені та надані для них роботи і послуги).

За *методом нарахувань* виручкою за певний період визнається вартість продукції, відвантаженої покупцям протягом цього періоду (фактично здійснені та надані для них роботи і послуги), незалежно від того, оплачена вона ними у цьому періоді, чи ні.

В Україні визначення доходів здійснюється за методом нарахувань.

Дохід від реалізації продукції $Д_{рп}$ визначається за формулою:

$$Д_{рп} = О \times Ц, \text{ грн.},$$

де О – обсяг продукції в натуральному виразі, натур. од.;

Ц – ціна одиниці продукції, грн.

Чистий дохід від реалізації продукції $Д_{ч}$ визначається за формулою:

$$Д_{ч} = Д_{рп} – ПДВ – АЗ – В_{ін}, \text{ грн.},$$

де ПДВ – сума податку на додану вартість, яка була включена до складу доходу, грн.;

АЗ – сума акцизного збору, яка була включена до складу доходу від реалізації підакцизної продукції, грн.;

$В_{ін}$ – інші відрахування з доходу (сума наданих знижок, вартість повернених товарів та інші суми, що підлягають вилученню з доходу від реалізації), грн.

Під час операційної діяльності організація також отримує *інші операційні доходи*. До таких доходів належать: отримана орендна плата за майно, надане у тимчасове користування іншим особам; дооцінка вартості запасів матеріальних цінностей, що знаходяться на складі організації; дохід від зростання курсу валюти, якою володіє організація на банківських рахунках тощо.

Доходи організації від іншої діяльності включають: дохід від участі в капіталі, інші фінансові та інші доходи.

До *доходів від участі в капіталі* відносять дохід, отриманий підприємством від здійснених ним інвестицій в асоційовані, дочірні або спільні підприємства, облік яких ведеться за методом участі в капіталі.

До складу *інших фінансових доходів* включають: отримані дивіденди,

відсотки, доходи від фінансової оренди (від наданих в оренду майнових об'єктів з правом їх викупу орендарями) та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій (крім доходів, отриманих за методом участі в капіталі).

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

Лекція 7.2. Прибуток та ефективність діяльності організації

1. Сутність та зміст прибутку організації.
2. Ефективність діяльності організації.
3. Підвищення ефективності діяльності організації.

1. Сутність та зміст прибутку організації

Діяльність будь-якого господарюючого суб'єкту, не залежно від виду його діяльності чи форми власності, спрямована на отримання кінцевого позитивного фінансового результату.

Фінансовий результат – це прибуток або збиток, який отримує господарюючий суб'єкт внаслідок своєї діяльності. Фінансовий результат є одним з найважливіших економічних показників, який узагальнює усі результати господарської діяльності та надає комплексної оцінки ефективності цієї діяльності.

Поняття фінансового результату тісно пов'язане з поняттями прибутків і збитків:

прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати;

збиток – це перевищення суми витрат над сумою доходу, для отримання якого були здійснені ці витрати.

В ринковій економіці прибуток є головною метою та критерієм ефективності діяльності, основним внутрішнім джерелом фінансових ресурсів організації; захисним механізмом від загрози банкрутства; джерелом зростання ринкової вартості організації; базою економічного розвитку держави; джерелом задоволення соціальних потреб суспільства.

Прибуток є складною економічною категорією, в основі якої лежать ціннісно-вартісні відносини між суб'єктами господарювання (власниками факторів виробництва) із приводу створення, перерозподілу та форми присвоєння економічних благ, створених у результаті виробничих процесів.

Сутність прибутку проявляється через його функції:

1. *Оціночна функція*. Прибуток характеризує якість господарювання, відображає ефект – кінцевий результат діяльності організації.

2. *Розподільча функція*. Характеризує розподіл чистого доходу суспільства на частини, що акумулюються в бюджеті та що залишається в організації.

3. *Стимулююча функція*. Забезпечує реалізацію принципу самофінансування, створює передумови виробничого та соціального розвитку організації.

У прибутку знаходять відображення економічні інтереси держави, організації, працівників, власника.

Об'єктом економічних інтересів держави є та частина прибутку, яка надходить до державного та місцевих бюджетів у вигляді податків, зборів та обов'язкових платежів, що сплачуються за рахунок прибутку. Бюджетні кошти використовуються для реалізації державних програм та проєктів з підтримки окремих галузей та розвитку економіки країни загалом, реалізації соціальних завдань.

Об'єктом економічних інтересів організації є та частина чистого прибутку, що залишається у її розпорядженні. Прибуток є основним внутрішнім джерелом для розширення матеріально-технічної бази організації та поповнення оборотних активів. Акумулювання прибутку сприяє зростанню власного капіталу та зменшує ризик банкрутства господарюючого суб'єкта.

Для працівників суттєвим є структура розподілу чистого прибутку, зокрема, зростання тієї його частини, що спрямовується на соціальний розвиток колективу та матеріальне заохочення працівників. За рахунок прибутку здійснюються виплати матеріальної допомоги працівникам, надання безкоштовного харчування або компенсація витрат на харчування, оплата путівок на лікування чи відпочинок працівників та їх дітей тощо.

Для власників також значущими є величина та напрями використання прибутку. Виплата частини чистого прибутку у вигляді дивідендів/відсотків збільшує поточні доходи власників. Відмова від їх сплати на користь майбутніх доходів забезпечує зростання доходів власників у довгостроковій перспективі.

Як економічний показник прибуток відображає частину доходу організації, що залишається після покриття витрат.

Багатоаспектність прибутку зумовлює наявність різних його видів.

За основними видами господарських операцій виділяють:

– *прибуток від реалізації продукції та послуг*. Відображає результат діяльності організації з виробництва та реалізації продукції;

– *прибуток від позареалізаційних операцій*. Характеризує успішність діяльності, що не є основною для організації.

За основними видами діяльності виділяють *прибуток від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності*. Кожний з поданих показників розраховується як різниця між відповідними доходами та витратами та відображає результативність господарювання організації за виділеними напрями діяльності.

За складом елементів, що формують прибуток, виділяють:

– *маржинальний прибуток*. Характеризує дохід, що отриманий як різниця між доходами та змінними витратами організації;

– *прибуток до оподаткування* – загальний фінансовий результат, що визначений як різниця між сумою доходів і сумою поточних витрат організації за всіма видами діяльності;

– *чистий прибуток* – кінцевий фінансовий результат, який характеризує суму прибутку, що залишається в розпорядженні організації після сплати податку на прибуток.

Кожний з вказаних показників відображає результативність діяльності організації з огляду ступеню очищення її доходів.

За характером оподаткування виділяють *прибуток, що підлягає та не підлягає оподаткуванню*. Порядок формування цих видів прибутку визначається відповідним законодавством. *Прибуток, що підлягає оподаткуванню*, визначається як різниця між валовими доходами та валовими витратами. Пільги та звільнення від оподаткування прибутку застосовуються до організацій, діяльність яких підпадає під умови пільгових режимів оподаткування згідно діючого законодавства.

Показник прибутку знаходиться у тісному зв'язку з виручкою від реалізації продукції, загальним (валовим) доходом, витратами виробництва та обігу. Він зростає за умов позитивної динаміки виручки, зниження рівня поточних витрат, підвищення ефективності використання ресурсів організації тощо. Окрім вказаних, на величину прибутку організації впливають також чинники зовнішнього середовища. Зростання цін закупівлі на сировину та товари, енергоносії, збільшення тарифів на послуги сторонніх організацій мають негативний вплив на фінансові результати від реалізації продукції та послуг; збільшення відсотків за кредити та позики, тарифів на послуги банківських установ – на фінансові результати від інших видів діяльності.

Порядок розподілу та використання чистого прибутку залежить від форми власності та організаційно-правової форми суб'єкта господарювання.

Приватний підприємець (фізична особа) та одноосібний власник підприємства (юридичної особи) приймають рішення щодо розподілу та використання прибутку одноосібно.

У підприємствах, що існують у формі товариств, чистий прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства, розподіляється та використовується за напрямами, що визначені Статутом підприємства та передбачені окремими положеннями та рішеннями колективу власників

господарюючого суб'єкта.

За характером використання у складі чистого прибутку виділяють прибуток, що спрямовується на споживання та виробничий розвиток підприємства.

Використання прибутку на споживання включає витрати на матеріальну допомогу працівникам, проведення оздоровчих, культурно-масових заходів, компенсацію працівникам вартості харчування тощо. Частина чистого прибутку, що спрямовується на споживання, використовується для виплати дивідендів/відсотків власникам.

Капіталізований прибуток (прибуток, що спрямовується на виробничий розвиток) використовується як джерело фінансування реальних інвестиційних проєктів з будівництва (реконструкції) підприємства, заміни (модернізації) обладнання, приросту оборотних активів тощо. Він відображає ту частину чистого прибутку, що спрямована на розширення масштабів діяльності та розвиток підприємства.

Розподіл прибутку, як і формування, є важливим етапом розвитку організації. Спрямування коштів на споживання забезпечує інтереси власників та впливає на трудову активність працівників. Зростання частки капіталізованого прибутку створює передумови довгострокової фінансової незалежності та платоспроможності організації, підвищення її ринкової вартості.

2. Ефективність діяльності організації

Досягнення кінцевої мети функціонування будь-якої підприємницької організації – максимізації прибутку – напряму залежить від ефективності її діяльності.

Ефективність діяльності – це комплексна характеристика, що дає узагальнене і повне відображення кінцевих результатів використання засобів, предметів праці й робочої сили в організації за певний проміжок часу.

Ефективність діяльності як економічна категорія відображає здатність організації досягати поставлених цілей при мінімальних витратах ресурсів. Це узагальнений показник, що характеризує рівень продуктивності та результативності організації в контексті використання наявних матеріальних, фінансових та людських ресурсів.

Загальна методологія визначення ефективності діяльності організації полягає у відношенні результату діяльності до затрачених ресурсів (витрат), тобто одержаного ефекту до витрат на його досягнення:

Ефективність = (Ефект (результат) / Витрати (ресурси)) ×100%,

за умови, що ефект (результат)→max; витрати (ресурси)→min.

Ефект і ефективність – дві взаємопов'язані категорії, але вони відрізняються за змістом:

1. *Ефект* – це результат, наслідок або кінцевий підсумок певної діяльності чи процесу. У контексті економіки це може бути досягнення конкретної мети, зміна у стані системи або отриманий виграш від застосування певних ресурсів чи методів.

Приклади ефекту: прибуток від продажу продукції, зниження витрат на виробництво через впровадження нової технології.

Ефект виражається у вигляді абсолютних величин (обсяг прибутку, кількість виробленої продукції, обсяг зниження витрат тощо). Він відображає сам результат, але не враховує, якими витратами було його досягнуто.

2. *Ефективність* – це відношення отриманого ефекту до витрачених ресурсів. Це показник, який відображає, наскільки раціонально використані ресурси для досягнення конкретного результату. Отже, ефективність оцінює результат (ефект) у порівнянні з витратами (грошовими, трудовими, матеріальними, енергетичними тощо).

Приклади ефективності:

– якщо дві організації отримали однаковий прибуток (ефект), але одна з них витратила менше ресурсів, то її діяльність вважається ефективнішою;

– ефективність нової технології може оцінюватися як співвідношення досягнутого економічного ефекту (зниження витрат або підвищення продуктивності) до витрат на її впровадження.

В залежності від того, який ефект (результат) виробничо-господарської діяльності було досягнуто та приймається до уваги, розрізняють:

1) *економічну ефективність* (характеризується мінімізацією витрат і максимізацією результатів, підвищенням віддачі ресурсів);

2) *соціальну ефективність* (характеризується задоволенням потреб соціального характеру та поліпшенням добробуту власників та працівників);

3) *екологічну ефективність* (характеризується спроможністю організації контролювати та зводити до мінімуму рівень свого впливу на навколишнє середовище).

Серед показників ефективності діяльності організації виділяються такі їх групи:

1) *часткові показники ефективності*:

– показники ефективності використання персоналу (виробіток, трудомісткість одиниці продукції, темпи зростання продуктивності праці, частка приросту обсягів виробництва продукції за рахунок зростання продуктивності праці, коефіцієнт ефективності використання робочого часу, відносне вивільнення працівників, плинність персоналу, економія фонду оплати праці, випуск продукції на 1 грн. фонду оплати праці та інші);

– показники ефективності використання основних засобів (фондовіддача, фондомісткість, рентабельність основних засобів, коефіцієнт

використання виробничої потужності, коефіцієнт інтенсивного використання обладнання, коефіцієнт екстенсивного використання обладнання, коефіцієнт змінності використання обладнання, рівень залучення обладнання та інші);

– показники ефективності використання оборотних активів (коефіцієнт оборотності оборотних активів, тривалість обороту оборотних активів, відносне вивільнення оборотних активів та інші);

– показники ефективності використання фінансових ресурсів (питомі капіталовкладення, платоспроможність, швидкість обертання фінансових ресурсів, капіталовкладення на одиницю введених потужностей, рентабельність інвестицій, термін окупності інвестицій та інші);

– показники ефективності використання матеріальних ресурсів (матеріаломісткість, матеріаловіддача, коефіцієнт корисного використання сировини та матеріалів, витрати палива й енергії на 1 грн. чистої продукції, економія матеріальних витрат й інші);

– показники якості продукції (економічний ефект від поліпшення якості продукції; частка продукції, що відповідає світовим і вітчизняним зразкам та інші);

2) *узагальнюючі показники економічної ефективності діяльності* (виробництво продукції на одиницю витрат ресурсів, витрати на одиницю товарної продукції, витрати на одиницю реалізованої продукції, прибуток на одиницю загальних витрат, рентабельність виробництва, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність продукції, рентабельність продаж).

Зміст деяких часткових показників ефективності розкрито у попередніх темах, що присвячені вивченню різних видів ресурсів організації.

Основним узагальнюючим показником ефективності діяльності організації є *рентабельність*.

Прибуток в сучасних умовах господарювання є не тільки важливим фінансовим показником, але і головним джерелом коштів для виробничого та соціального розвитку. Для отримання більшої маси прибутку організація прагне збільшити обсяг виробництва та реалізації продукції на підставі різних заходів. Однак, зростання прибутку не завжди є наслідком підвищення ефективності діяльності, тому що збільшення обсягу виробництва може бути досягнене, наприклад, за рахунок збільшення чисельності персоналу. Тому абсолютна величина прибутку не є єдиним показником, що характеризує кінцеві результати діяльності. Величина прибутку не дозволяє зіставити результати діяльності у часі. Як наслідок, виникає необхідність у відносному показникові кінцевих результатів діяльності, який усуває ці недоліки. Таким показником є рентабельність.

Рентабельність – це відносний показник результатів діяльності організації, що вимірюється у відсотках та дає узагальнене й повне відображення кінцевих результатів використання усіх ресурсів організації за

певний проміжок часу.

Розрізняють багато показників рентабельності: рентабельність продукції, продажів, виробництва, операційної діяльності, активів, необоротних активів, основних засобів, оборотних активів, власного капіталу та інші. Для всебічного оцінювання ефективності діяльності доцільно використовувати усю систему показників рентабельності.

Розраховуються показники рентабельності як відношення прибутку до суми витрат, виражене у відсотках. В розрахунках може використовуватися чистий прибуток, чистий прибуток від реалізації продукції, від операційної діяльності та інші види прибутку. Сума витрат обирається відповідно до оцінюваного об’єкта: собівартість продукції, загальні витрати виробництва, операційної діяльності, середньорічна вартість активів, необоротних активів тощо.

Показник рентабельності характеризує рівень віддачі витрат або рівень використання ресурсів та показує, скільки гривень прибутку одержує організація при понесених витратах (вкладених активах, ресурсах) в його господарську діяльність у розмірі 1 гривні. Чим вищим є показник рентабельності, тим ефективніше функціонує організація, адже на одиницю вкладених ресурсів припадає більший обсяг одержаного прибутку.

3. Підвищення ефективності діяльності організації

Підвищення ефективності діяльності є ключовим чинником для організації, оскільки воно впливає на:

– зростання прибутковості. Підвищення ефективності дозволяє оптимізувати витрати ресурсів та, як наслідок, збільшувати прибуток. Більший прибуток дозволяє організації інвестувати в розвиток, технології, нові продукти та розширення ринків;

– конкурентоспроможність. Ефективна організація здатна швидше реагувати на зміни ринку, впроваджувати інновації та пропонувати споживачам конкурентні ціни чи вищу якість. Це зміцнює її позиції на ринку і допомагає випереджати конкурентів;

– поліпшення використання ресурсів. Підвищення ефективності допомагає уникати марнотратства, ефективніше використовувати фінансові, матеріальні, інформаційні та людські ресурси. Це сприяє скороченню витрат і зниженню собівартості продукції;

– підвищення задоволеності клієнтів. Ефективна діяльність дозволяє забезпечити вищу якість товарів, швидше виконувати замовлення, а також краще задовольняти потреби споживачів, що підвищує їхню лояльність організації;

– стійкість до криз і ризиків. Ефективне управління ресурсами та процесами допомагає організації краще підготуватися до економічних спадів,

ринкових змін або зовнішніх криз. Це підвищує гнучкість організації та її здатність до адаптації в умовах невизначеності;

– залучення інвестицій. Організації з високою ефективністю діяльності, зазвичай, привабливіші для інвесторів та кредиторів, оскільки вони демонструють стабільність, надійність і потенціал для зростання;

– задоволеність працівників і підвищення продуктивності праці. Висока ефективність часто пов’язана з оптимізованими процесами та поліпшеними умовами праці, що підвищує мотивацію та продуктивність працівників, а також допомагає утримувати кваліфіковані кадри;

– довгострокове зростання. Організація, яка постійно працює над підвищенням своєї ефективності, має значні можливості досягати своїх цілей, розширюватися та залишатися конкурентоспроможною протягом тривалого часу.

Конкурентоспроможність організації – це здатність організації ефективно функціонувати на ринку, забезпечуючи при цьому конкурентні переваги, які дозволяють залучати і утримувати споживачів, досягати стабільного економічного зростання та прибутковості. Це характеристика, яка визначає, наскільки успішно організація здатна конкурувати з іншими учасниками ринку за споживачів, ринки збуту, ресурси та інвестиції.

Ефективність та конкурентоспроможність організації тісно пов'язані, оскільки підвищення ефективності безпосередньо впливає на здатність організації конкурувати на ринку. Взаємозв'язок між цими двома поняттями можна пояснити кількома аспектами:

– зниження витрат. Висока ефективність дозволяє організації оптимізувати виробничі процеси, знижуючи витрати на матеріали, робочу силу, енергію та інші ресурси. Це дає можливість зменшити собівартість продукції або послуг, що дозволяє пропонувати конкурентніші ціни. Нижча ціна може бути однією з переваг у боротьбі за клієнтів на ринку;

– покращення якості продукції. Ефективне управління внутрішніми процесами дозволяє не лише економити ресурси, але й підвищувати якість продукції. Якісна продукція є важливим чинником конкурентоспроможності, оскільки задовольняє потреби клієнтів, сприяє їхній лояльності та позитивній репутації організації;

– інновації та технологічний розвиток. Ефективна організація має більше ресурсів і можливостей для інвестування в інновації та технології. Впровадження нових технологічних рішень, модернізація виробництва та розробка нових продуктів дає організації конкурентні переваги та підвищує її адаптивність до змін ринку;

– гнучкість і швидкість реагування на ринкові зміни. Ефективні організації здатні швидше реагувати на зміни у попиті, економічних умовах та конкурентному середовищі. Гнучкість у прийнятті рішень і адаптації до нових умов дозволяє залишатися конкурентоспроможними навіть у складних

ринкових ситуаціях;

– рентабельність і прибутковість. Ефективність призводить до вищої рентабельності та стабільнішого фінансового становища, що дає організації можливість інвестувати у розвиток, маркетинг. Це також збільшує шанси на захоплення нових ринків і утримання існуючих позицій;

– підвищення продуктивності праці. Ефективність організації означає, що працівники використовують свій час і ресурси оптимально. Це веде до підвищення продуктивності праці, що дозволяє випускати більше продукції або надавати більше послуг за той самий проміжок часу. Вища продуктивність допомагає знижувати витрати та підвищувати конкурентоспроможність;

– покращення іміджу і репутації. Ефективні організації, які здатні постійно демонструвати стабільний результат і задовольняти потреби споживачів, формують позитивну репутацію на ринку. Це сприяє довірі з боку споживачів, партнерів і інвесторів, що також зміцнює конкурентні позиції;

– доступ до фінансових ресурсів. Високоефективні організації, зазвичай, мають кращий фінансовий стан, що дозволяє їм залучати більше інвестицій або отримувати вигідніші кредити. Це забезпечує додаткові фінансові ресурси для подальшого розвитку та зміцнення конкурентних позицій.

До основних чинників підвищення ефективності діяльності організації належать наступні:

– вдосконалення управління, організації виробництва та праці, запровадження прогресивних форм і методів управління;

– зростання продуктивності праці, стимулювання персоналу, вдосконалення умов праці та відпочинку працюючих;

– підвищення професійно-кваліфікаційного рівня персоналу;

– зниження фондомісткості та матеріаломісткості продукції;

– підвищення технічного рівня виробництва, впровадження прогресивних технологій, модернізація застарілого обладнання, механізація і автоматизація виробництва, активізація інноваційної діяльності;

– збільшення рівня завантаження обладнання;

– удосконалення технологічних процесів;

– зменшення енергоємності виробничих процесів;

– оптимізація поточних витрат організації;

– поліпшення якості використовуваних сировини та матеріалів;

– підвищення клієнтоорієнтованості тощо.

Підвищення ефективності діяльності організації досягається завдяки комбінації різних чинників: оптимізації витрат, підвищення продуктивності, впровадження інновацій, покращення управління та підвищення якості продукції тощо.

Лекція 7.3. Основи бізнес-планування

1. Сутність бізнес-планування та бізнес-плану.
2. Основні етапи розробки бізнес-плану.

1. Сутність бізнес-планування та бізнес-плану

Під *бізнес-плануванням* в сучасній економіці, як правило, розуміють:

– систематичний процес, який допомагає власникам бізнесу, інвесторам та менеджерам побачити цілі, ресурси та способи досягнення фінансових і нефінансових результатів;

– процес визначення ключових цілей бізнесу та розробки конкретних заходів для їх досягнення;

– процес розроблення бізнес-плану, який являє собою впорядковану організаційну процедуру, пов'язану зі збором і обробкою інформації, прийняттям рішень, які здійснюються з метою отримання бажаного результату у вигляді цілісної системи взаємопов'язаних управлінських рішень.

Кінцевим результатом бізнес-планування є бізнес-план.

Бізнес-план – це докладний, чітко структурований, ретельно обґрунтований, динамічний, перспективний план розвитку конкретного напряму бізнесу, який використовується для стратегічного планування, організації та координації робіт щодо проєкту, переговорів з кредиторами та інвесторами, залучення учасників проєкту.

Ідея розроблення бізнес-планів зародилася в США. У 70-80-х роках XX століття розвиток молодих високотехнологічних компаній у сфері комп'ютерних, телекомунікаційних та медичних технологій потребував чималих фінансових коштів. За отриманням грошових коштів для реалізації своїх інноваційних ідей підприємці стали активно звертатися у фінансові організації (інвестиційні фонди, інвестиційні банки, венчурні фонди) або до індивідуальних інвесторів – «бізнес-ангелів».

«Бізнес-ангели» – це заможні люди, які вкладають венчурний (ризиковий) капітал у створюваний бізнес на ранніх стадіях розвитку; інакше кажучи, це непрофесійні вкладники капіталу в ризиковані проєкти. Завдяки венчурному капіталу були створені такі гіганти, як Intel, Microsoft, Apple, Compaq, Federal Express, Xerox.

Щоб зрозуміти, для яких цілей венчурні компанії вимагають грошові кошти і на що вони будуть витрачені, інвестори ставили у письмовій формі питання, відповіді на які їх цікавили. Надалі практика показала, що чим глибше і ґрунтовніше були опрацьовані питання і відповіді на них, тим успішніше йшли справи у молодої інноваційної компанії. Усе це вимагало уніфікувати форму представлення бізнес-плану. Далі накопичений досвід

використання бізнес-планів був удосконалений і згодом повсюдно увійшов у практику бізнесу. Він поширився з США в Європу і в інші країни. Пізніше бізнес-плани стали використовуватися не тільки для створення нової інноваційної організації, але і для розвитку вже існуючого бізнесу.

На сьогодні поняття «бізнес-план» може використовуватися у двох значеннях:

1. Результат зведеного планування діяльності організації, яке здійснюється систематично, на регулярній основі. У цьому трактуванні *бізнес-план* – це письмовий документ, який являє собою стратегічний план створення і/або розвитку бізнесу організації. Він відображає поточний стан, цілі і стратегію їх досягнення, передбачувані потреби і очікувані результати розвитку бізнесу організації.

2. Результат одноразового планування, здійснюваного в рамках проєкту для вирішення конкретного завдання, як правило, стратегічного характеру. В цьому контексті *бізнес-план* – це основний документ проєкту, що надається інвестору, в якому в стислій формі і загальноприйнятій послідовності викладаються сутність, основні характеристики, фінансові результати і економічна ефективність проєкту.

Мета розроблення бізнес-плану полягає в тому, щоб, з одного боку, мати чітко і досить докладно розроблену перспективу розвитку бізнесу або конкретного підприємницького проєкту, а з іншого – отримати грошові кошти в інвесторів або кредити у банку.

Бізнес-план виконує кілька важливих функцій, які сприяють розвитку організації, підвищенню ефективності її діяльності та залученню ресурсів. До основних функції бізнес-плану належать такі:

1. *Аналітична функція*. Бізнес-план допомагає глибоко проаналізувати внутрішні можливості організації та оцінити зовнішні чинники, що впливають на бізнес. Це сприяє визначенню сильних та слабких сторін, оцінці потенційних ризиків та конкурентного середовища, що є основою для подальшого планування.

2. *Організаційна функція*. Завдяки бізнес-плану організація структурує свою діяльність, визначає основні етапи та терміни виконання завдань, розподіляє ресурси та відповідальність. Це дозволяє чітко зрозуміти, як саме буде реалізований проєкт, хто за що відповідає, які ресурси необхідні для досягнення цілей.

3. *Прогнозна функція*. Бізнес-план дає змогу прогнозувати фінансові результати, такі як прибуток, витрати, обсяг продажів та грошові потоки. Це важливо для оцінки рентабельності проєкту, розробки бюджетів, а також для залучення зовнішнього фінансування та інвесторів.

4. *Маркетингова функція*. Бізнес-план визначає цільову аудиторію, стратегії просування, позиціонування продукції на ринку, а також маркетинговий бюджет. Завдяки цьому, організація може ефективно

планувати свої маркетингові активності для досягнення максимального охоплення ринку.

5. *Контрольна функція*. Бізнес-план слугує інструментом контролю за виконанням запланованих заходів. Організація може порівнювати фактичні результати із запланованими, що дозволяє коригувати дії для досягнення поставлених цілей та покращення показників ефективності.

6. *Мотиваційна функція*. Для працівників бізнес-план є джерелом інформації про цілі організації, допомагає краще зрозуміти загальну стратегію, що підвищує їхню мотивацію до роботи. Він також може використовуватись для оцінки результатів діяльності працівників та підтримки корпоративної культури.

7. *Інвестиційна функція*. Для потенційних інвесторів і кредиторів бізнес-план є важливим документом, що надає інформацію про доцільність і перспективність проєкту. Він допомагає переконати зовнішніх партнерів у вигідності та надійності вкладень у проєкт, а також зменшити фінансові ризики.

Головна відмітна риса бізнес-плану полягає в тому, що цей документ має комплексний характер, він орієнтований на розвиток бізнесу, залучення інвестицій, охоплює усі ключові аспекти діяльності організації. Це відрізняє бізнес-план від інших видів планів, що розробляються в організації. У ньому ув'язані характеристики і чинники зовнішнього середовища бізнесу з внутрішніми характеристиками і функціональними сферами діяльності самої організації. У ході бізнес-планування організація враховує свої сильні й слабкі сторони, можливості та загрози зовнішнього середовища. Це допомагає формувати стратегію, яка спрямована на залучення інвестицій, підвищення конкурентоспроможності, раціональне використання ресурсів і досягнення фінансової стабільності.

Одного універсального бізнес-плану, прийнятного для всіх типів організацій і для будь-якої ситуації, бути не може.

Бізнес-план може знадобитися в таких ситуаціях:

– при створенні нової організації;

– у період підготовки значних змін, технічного переозброєння виробництва, виходу на нові ринки, освоєння нової продукції;

– для залучення додаткового капіталу з метою розширення або розвитку бізнесу;

– для отримання схвалення певного курсу розвитку (проєкту) організації її керівництвом;

– для обґрунтування необхідності виділення ресурсів на реалізацію будь-якого проєкту;

– для підвищення ефективності діяльності організації;

– при підборі кадрів і формуванні ефективної команди.

2. Бізнес-ідея та методи її генерування

Відправною точкою бізнес-планування є бізнес-ідея, адже саме навколо ідеї формуються всі подальші дії щодо розробки, тестування та запуску продукту або послуги. З бізнес-ідеї починається визначення місії бізнесу, цільової аудиторії, аналіз ринку та конкурентів, розробка продукту, а також побудова маркетингової і фінансової стратегій.

Бізнес-ідея – це початковий задум або концепція, яка визначає суть майбутнього бізнесу. Вона є основою для створення продукту або послуги, яка вирішує певні проблеми споживачів або задовольняє їхні потреби на ринку. Бізнес-ідея включає не тільки думку про те, що продавати, а й основні уявлення про те, як, кому та яким чином цей продукт або послуга будуть надані.

Основні характеристики бізнес-ідеї:

– унікальність або інноваційність. Ідея має пропонувати щось нове або відмінне від того, що вже є на ринку. Це може бути новий продукт, інноваційний спосіб виробництва, зручніший сервіс або кращий спосіб вирішення проблеми;

– цінність для споживачів. Успішна бізнес-ідея орієнтована на задоволення конкретної потреби або розв'язання проблеми цільової аудиторії. Чим більш нагальною є ця потреба, тим більші шанси на успіх;

– реалістичність. Ідея повинна бути здійсненною з точки зору ресурсів, знань та навичок, необхідних для її реалізації. Важливо оцінити, чи є можливість виробництва, маркетингу, розподілу та обслуговування продукту або послуги.

– потенціал для зростання. Хороша бізнес-ідея має перспективи масштабування, тобто можливість розширення бізнесу та зростання прибутку в майбутньому;

– конкурентні переваги. Ідея повинна мати переваги, які виділятимуть її на фоні інших, наявних на ринку, пропозицій.

Бізнес-ідея може бути як власною (новою, оригінальною, зародженою вперше), так і запозиченою ззовні.

Джерела бізнес-ідей різноманітні. Кожне з них може сприяти появі свіжих ідей для бізнесу, а також допомагає підприємцям знаходити оригінальні способи вирішення проблем, що дозволяють досягти конкурентних переваг на ринку. До основних джерел, з яких підприємці можуть черпати натхнення для своїх бізнес-ідей належать:

1. Проблеми та потреби споживачів. Одним із найефективніших джерел бізнес-ідей є спостереження за труднощами та незадоволеними потребами споживачів. Вивчаючи проблеми людей, підприємець може запропонувати продукт або послугу, що їх вирішить. Наприклад, людям часто не вистачає часу на приготування їжі вдома через роботу та насичений

графік. Це викликало появу бізнесів, що пропонують доставку готової їжі. Люди хочуть відчувати себе унікальними і цінують продукти, що відповідають їхнім індивідуальним потребам. Це спричинило появу бізнесів, які пропонують персоналізовані товари, як-от косметичні засоби, виготовлені відповідно до типу шкіри клієнта, або прикраси, що робляться на замовлення.

2. Тенденції та тренди ринку. Дослідження нових трендів у технологіях, споживанні та соціальних змінах можуть підказати бізнес-ідеї. Наприклад, популярність здорового способу життя створила нішу для фітнес-додатків, здорових перекусів і органічних продуктів.

3. Інновації та нові технології. Технологічний прогрес часто створює нові можливості для бізнесу. Виникнення інтернету, мобільних додатків, штучного інтелекту, блокчейну та інших технологій відкриває нові ніші. Наприклад, розвиток технологій 3D-друку призвів до появи бізнесів, що спеціалізуються на персоналізованих продуктах.

4. Досвід та знання підприємця. Особистий досвід, професійні знання та навички можуть підказати ідею для бізнесу. Наприклад, якщо людина має великий досвід у сфері маркетингу, вона може створити агентство з надання маркетингових послуг або розробити продукт, який полегшує маркетингові процеси.

5. Дослідження конкурентів та аналіз ринку. Спостереження за конкурентами і аналіз ринку може виявити слабкі сторони наявних продуктів і підказати ідеї для покращення або створення нових товарів. Наприклад, якщо на ринку існує популярний продукт, але він дорогий або складний у використанні, можна запропонувати дешевшу та простішу альтернативу.

6. Франчайзинг. Вивчення успішних бізнес-моделей за кордоном і запровадження подібних проєктів на місцевому ринку – популярний метод пошуку ідей. Це може бути бізнес-модель, що вже має успіх в іншому регіоні, але ще не представлена на вашому ринку.

Франчайзинг – це модель бізнесу, за якою одна сторона (франчайзер) надає іншій стороні (франчайзі) право використовувати свій бренд, бізнес-модель, продукти, технології та маркетингові стратегії для ведення бізнесу.

Приклади популярних франшиз: McDonald's – ресторан швидкого харчування, де франчайзі слідують чітко визначеним стандартам для забезпечення однаковості послуг у всьому світі; Starbucks – кав'ярня, де франчайзі можуть пропонувати товари під відомим брендом.

7. Краудсорсинг ідей – це процес залучення широкої аудиторії для генерації, відбору та реалізації ідей чи рішень. У цьому контексті користувачі або учасники спільноти надають свої пропозиції та ідеї, що можуть бути використані для покращення продуктів, послуг або процесів. Наприклад:

– один з найбільших українських банків «Приватбанк» проводив конкурси для клієнтів, де кожен міг запропонувати ідеї для нових функцій

мобільного банкінгу. Це дозволяє банку швидше реагувати на потреби клієнтів і адаптувати свої сервіси;

– українська агрокомпанія «Миронівський хлібопродукт» проводила конкурси на найкращі ідеї з поліпшення продуктів та сервісів. Співробітники та постачальники мали можливість подати свої пропозиції, що допомагало в розвитку інновацій в агробізнесі;

– український оператор мобільного зв'язку «Київстар» запустив платформу для збору ідей, де співробітники можуть ділитися пропозиціями щодо покращення роботи компанії та її послуг. Крім того, клієнти також можуть брати участь у опитуваннях і конкурсах, щоб висловити свої думки про нові продукти та послуги.

8. Інтернет-ресурси, медіа та соціальні мережі. Багато ідей можна отримати, вивчаючи соціальні мережі, тематичні блоги, новини та спеціалізовані медіа. Вивчення популярних тем і обговорень на різноманітних платформах (наприклад, Twitter, Facebook) може дати уявлення про популярні тенденції та незадоволені потреби.

9. Особисті інтереси та захоплення. Ідеї для бізнесу можуть прийти з особистих інтересів, захоплень та хобі. Наприклад, якщо людина захоплюється кулінарією, вона може відкрити кулінарний блог, започаткувати виробництво оригінальних продуктів або відкрити ресторан із власним стилем.

10. Професійні конференції та виставки. Відвідування спеціалізованих заходів, таких як виставки та конференції, надає можливість дізнатись про нові продукти, технології та обговорити перспективи з колегами. Це може допомогти виявити нові ніші та потенційні можливості для бізнесу.

11. Патенти та дослідження. Вивчення патентів та наукових досліджень може дати ідеї для комерціалізації нових технологій або створення продуктів, які ще не вийшли на ринок. Багато бізнес-ідей зароджуються на основі результатів наукових досліджень.

12. Партнерство та співпраця. Співпраця з іншими організаціями або підприємцями дозволяє знайти ідеї, що виникають на перетині різних галузей. Партнерство може дати доступ до нових ресурсів та експертизи, які допоможуть створити новий продукт або послугу.

Для генерування бізнес-ідей існує багато методів, які допомагають структурувати процес і стимулювати креативність: мозковий штурм, метод трасформацій, мапа ідей, аналіз проблем, метод асоціацій, аналіз тенденцій, метод шости запитань, імітація успішних бізнес-моделей, метод розвитку споживачів, метод трьох кроків (гамбургська модель), метод Делфі, гейміфікація тощо. Через універсальність, популярність та простоту використання серед перелічених методів основними можна вважати наступні методи: мозковий штурм, метод трасформацій, мапа ідей, метод розвитку споживачів.

Мозковий штурм – це метод колективного генерування ідей, спрямований на пошук творчих рішень у вирішенні проблем чи завдань. Його суть полягає у створенні умов, де кожен учасник може висловлювати свої думки, пропонувати ідеї та рішення без страху критики. Головна мета – максимізувати кількість ідей, з яких згодом можна вибрати найкращі.

Основні принципи мозкового штурму:

– відмова від критики: на етапі генерування ідей оцінювання чи критика не допускаються;

– заохочення будь-яких ідей: навіть найзухваліші чи нереалістичні ідеї можуть дати початок цінним рішенням;

– кількість понад якість: чим більше ідей запропоновано, тим більше шансів знайти вдале рішення;

– розвиток ідей: учасники можуть розвивати або комбінувати пропозиції інших.

Етапи мозкового штурму:

1. Постановка завдання: чітке формулювання проблеми чи питання.

2. Генерування ідей: учасники вільно висловлюють свої думки, які фіксуються ведучим.

3. Аналіз ідей: після завершення штурму ідеї оцінюють, групують та вибирають найкращі.

Переваги мозкового штурму: стимулює творчість, заохочує участь усіх членів команди, допомагає знайти нетривіальні рішення.

Недоліки мозкового штурму: може виникнути домінування одного учасника, потребує компетентного модератора для підтримки динаміки та уникнення відхилень від теми.

Метод трансформацій – техніка генерації ідей, що використовується для покращення, модифікації або трансформації існуючих продуктів, послуг чи концепцій. Інша назва цього методу – метод SCAMPER. Назва SCAMPER є абревіатурою, що складається з 7 запитань, які допомагають розглядати продукт чи ідею з різних перспектив:

– S – Substitute (замінити),

– C – Combine (комбінувати),

– A – Adapt (адаптувати),

– M – Modify (модифікувати),

– P – Put to another use (застосувати по-іншому),

– E – Eliminate (вилучити),

– R – Reverse (змінити порядок).

Основні етапи методу трансформацій – це пошук відповідей на вказані вище запитання:

1. Замінити (Substitute): Подумайте, які елементи або частини можна замінити чи змінити.

2. Комбінувати (Combine): Подумайте, чи можна об'єднати різні

елементи або ідеї для досягнення нових результатів.

3. Адаптувати (Adapt): Розгляньте можливість адаптації або змін в існуючій ідеї, щоб вона підходила для нових умов чи потреб.

4. Модифікувати (Modify): Подумайте, як можна змінити або поліпшити певні аспекти продукту чи процесу.

5. Застосувати по-іншому (Put to another use): Розгляньте, як існуючі елементи можна застосувати в нових контекстах.

6. Вилучити (Eliminate): Подумайте, що можна прибрати або спростити для підвищення ефективності.

7. Змінити порядок (Reverse): Розгляньте можливість зміни порядку етапів чи структури для досягнення кращих результатів.

Метод трансформацій (метод SCAMPER) можна також розглядати як модифіковану версію мозкового штурму, адаптовану для аналізу ідей через їх трансформацію.

До переваг даного методу можна віднести:

– широкий спектр застосування: Метод можна використовувати для вдосконалення будь-якої ідеї чи продукту в різних сферах (бізнес, освіта, дизайн);

– структурованість: дає чіткий алгоритм для пошуку нових ідей, що дозволяє не втратити фокус;

– розвиток креативності. Підштовхує до нестандартного мислення та пошуку незвичних рішень;

– підвищення ефективності. Допомагає знайти оптимальні варіанти для покращення продуктів чи послуг.

Серед недоліків методу трансформацій можна виділити такі:

– залежність від оригінальної ідеї. Успішність методу залежить від якості початкового продукту чи ідеї;

– часозатратність. Пропрацювання кожного з етапів може зайняти чимало часу, особливо при складних проєктах;

– не завжди дає значні результати. Може призвести до незначних змін, а не до кардинальних інновацій, що іноді обмежує його ефективність;

– складність при масштабних ідеях. Може бути важко застосувати на рівні великих або комплексних проєктів, де важко визначити кожен з етапів.

Мапа ідей (*майндмепінг*, від англійського mind mapping) – це візуальний інструмент для організації та структурування інформації. Вона допомагає розвивати ідеї, встановлювати зв’язки між ними та спрощувати складні концепції. Центральна ідея розташовується в центрі, від неї відходять гілки із підтемами, які деталізуються.

Основні етапи створення мапи ідей:

1. Визначення центральної теми. Наприклад, ключова проблема, завдання чи ідея.

2. Додання основних гілок. Кожна гілка представляє ключові аспекти

центральної ідеї.

3. Розгалуження підтем. Деталізація кожної основної гілки, включення підкатегорій, прикладів.

4. Використання кольорів, іконок і малюнків. Це робить карту зрозумілішою та візуально привабливішою.

5. Аналіз і доопрацювання. Розширення чи оптимізація мапи після завершення первинного етапу.

Перевагами мапи ідей є:

– візуалізація: мапа сприяє кращому розумінню та запам’ятовуванню інформації;

– структурованість: дозволяє організувати ідеї логічно та ієрархічно;

– гучкість: легко адаптується до різних задач;

– стимулювання креативності: відкриває нові ідеї через асоціації.

До недоліків методу мапи ідей можна віднести:

– суб’єктивність: якість карти залежить від здібностей та уяви творця;

– обмеження у масштабі: важко працювати з великими обсягами інформації;

– часозатратність: потребує часу на оформлення та деталізацію;

– технічні складнощі: у разі використання програмного забезпечення потрібен певний рівень навичок.

Метод розвитку споживачів (Customer Development) був розроблений Стівеном Бланком і є підходом до вивчення потреб і вимог клієнтів для створення продуктів, які дійсно відповідають їхнім очікуванням. Основною ідеєю є глибоке взаємодія з потенційними або існуючими клієнтами для валідації ідей, перевірки гіпотез та удосконалення продукту або послуги на основі реальних відгуків.

Метод розвитку споживачів використовується для скорочення ризиків, пов'язаних із запуском нових продуктів чи бізнесів, через акцент на постійному тестуванні і валідації ідей безпосередньо у взаємодії з цільовою аудиторією.

Основні етапи методу розвитку споживачів:

1. Пошук ідей. Це перший етап, на якому підприємці намагаються зрозуміти проблему клієнта та його потреби.

2. Валідація ідей. Після того, як ідея отримала певне підтвердження, наступний етап полягає в тому, щоб підтвердити, чи дійсно є попит на продукт.

3. Створення продукту. Після успішної валідації ідей починається розширене виробництво продукту або послуги; маркетингова стратегія і продажі активізуються, щоб привернути більше клієнтів і масштабувати бізнес.

4. Будування компанії. Після того, як ідея була успішно перевірена і масштабована, компанія організовує свої внутрішні процеси для подальшого

росту.

Переваги методу:

1. Зменшення ризиків: тестування ідей на ранніх етапах дозволяє уникнути великих інвестицій у продукти, які не будуть затребувані на ринку.

2. Глибоке розуміння споживачів: метод дозволяє глибше вивчити потреби клієнтів і їхню поведінку, що дозволяє створити більш релевантні і успішні продукти.

3. Ітеративний підхід: постійний процес тестування і коригування дозволяє швидко адаптувати продукт під ринкові вимоги та зменшити ризики.

4. Підвищення ймовірності успіху: продукти, створені за допомогою цього методу, більш пристосовані до реальних потреб ринку, що збільшує шанси на успіх на етапі запуску.

Недоліки методу:

1. Витратність часу та ресурсів: оскільки метод передбачає постійну взаємодію з клієнтами і тестування ідей, це може бути часозатратним і вимагає значних ресурсів на етапах збору та аналізу даних.

2. Не завжди достатньо для великих компаній: метод в основному орієнтований на стартапи та нові проєкти. Великі компанії можуть не зуміти швидко адаптувати та впровадити цей підхід в своїй практиці.

3. Залежність від зворотного зв'язку: надмірна залежність від відгуків користувачів може призвести до того, що ідеї стартапу будуть занадто прив'язані до споживчих вподобань, що не завжди призводить до інноваційних рішень.

4. Не завжди точні дані: не всі клієнти будуть готові ділитися своїми справжніми потребами або правдиво оцінювати продукти, що може привести до неточних результатів в процесі тестування.

Розглянуті методи генерації бізнес-ідей застосовуються як у великих організаціях, так і індивідуальними підприємцями. Існуючі методи генерування ідей можна комбінувати для досягнення кращих результатів у залежності від специфіки бізнес-проєкту та команди.

Key words: costs, operating costs, cost of production, fixed costs, variable costs, direct costs, overhead costs, cost element, costing, cost item, production budget, fixed price, regulated price, market price, pricing, revenue, operating revenue, sales revenue, other operating income, non-operating revenue, income from equity participation, other financial income, other income, profit, loss, net profit, contribution margin, efficiency, effect, profitability, competitiveness, planning, business planning, business plan, business idea.

Питання для самоконтролю

1. Розкрийте економічну сутність та значення поточних витрат та собівартості продукції організації.
2. Схарактеризуйте класифікацію витрат за видами діяльності, зв’язком з обсягами виробництва, способом віднесення на одиницю продукції.
3. Поясніть группування витрат за економічними елементами.
4. Поясніть группування витрат за статтями калькуляції.
5. Розкрийте сутність та функції ціни.
6. Визначте та схарактеризувати види ціни за різними ознаками.
7. Поясніть структуру ціни та варіанти її структурної побудови.
8. Розкрийте сутність та склад доходів організації.
9. Визначте особливості формування доходу від реалізації продукції.
10. Розкрийте сутність та функції прибутку організації.
11. Визначте та поясність різні види прибутку організації.
12. Схарактеризуйте розподіл та використання прибутку.
13. Розкрийте сутність понять «ефективність» та «ефект».
14. Схарактеризуйте показники ефективності.
15. Поясність сутність показників рентабельності.
16. Розкрийте значення підвищення ефективності діяльності організації.
17. Поясність взаємозв’язок понять «ефективність діяльності» та «конкурентоспроможність організації».
18. Визначте основні чинники підвищення ефективності діяльності організації.
19. Поясність поняття «бізнес-планування» та «бізнес-план».
20. Розкрийте функції бізнес-плану.
21. Визначте сутність та основні характеристики бізнес-ідеї.
22. Схарактеризуйте джерела бізнес-ідей.
23. Розкрийте методи генерування бізнес-ідей.

Рекомендовані джерела інформації

1. Васильєв С. В., Кобець Є. А., Масляєва О. О. Мікроекономіка : навчальний посібник. Дніпро : Дніпровський державний аграрно-економічний університет, 2024. 309 с.

2. Галушка З. І., Бойда С. В., Клевчік Л. Л. Мікро- та макроекономіка: теорія і практика : підручник. Чернівці : Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2024. 388 с.

3. Економіка підприємства : навчальний посібник (у схемах і таблицях) / П. А. Фісуненко та ін. ; за загальною редакцією П. А. Фісуненко. Дніпро : Дніпровський державний університет внутрішніх справ, 2024. 149 с.

4. Економіка підприємства : підручник / Л. Л. Лазебник та ін. ; під загальною редакцією Л. Л. Лазебник. Ірпінь : Університет державної фіскальної служби України, 2021. 426 с.

5. Задоя А. О., Петруня Ю. Є. Макроекономіка : навчальний посібник [Електронний ресурс]. Дніпро : Університет імені Альфреда Нобеля, 2022. 255 с.

6. Кравцов О. О. Основи економічної теорії : навчальний посібник. Кривий Ріг, Prague: Oktan Print, 2023. 355 с.

7. Кудінова А., Кулага І., Лопух К. Основи економічних знань : навчальний посібник. Київ : Академія, 2023. 208 с.

8. Макроекономіка : навчальний посібник / Н. О. Фісуненко та ін. Дніпро : Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, 2023. 148 с.

9. Макроекономіка та основи глобалізації : навчальний посібник [Електронний ресурс] / Н. Б. Решетняк та ін. ; за редакцією Н. Б. Решетняк, С. О. Климової. Харків : ФОП Іванченко І. С., 2024. 333 с.

10. Мікроекономіка : навчальний посібник / О. М. Кліменко та ін. ; за загальною редакцією Т. С. Черкашиної. Харків : Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2024. 298 с.

11. Мікроекономіка і основи бізнесу : навчальний посібник / Ф. В. Абрамов та ін. ; за редакцією Н. Б. Решетняк. Харків : ФОП Іванченко І. С., 2023. 267 с.

12. Основи підприємницької діяльності : підручник / В. М. Марченко та ін. ; за редакцією В. М. Марченко. Київ : Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», 2022. 515 с.

13. Петруня Ю. Є., Задоя А. О. Економіка: базовий курс : навчальний посібник. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2023. 200 с.

14. Пилипенко Г. М., Пилипенко Ю. І. Економічна теорія : навчальний посібник. Дніпро : Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», 2022. 196 с.

15. Покровська Н. М. Економіка підприємства : навчальний посібник [Електронний ресурс]. Київ : Технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», 2025. 288 с.