Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС
З ДИСЦИПЛІНИ
«ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ»

для здобувачів освіти
Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»
Спеціальність: 022 «Дизайн»
Освітньо-професійна програма
«Перукарське мистецтво та декоративна косметика»
«Графічний дизайн»
«Дизайн одягу»
«Дизайн інтер’єру»

Київ 2024

Укладач ***Пахота Наталія Вікторівна***

Методичний комплекс з дисципліни розглянуто та затверджено на засіданні педагогічної ради Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну» ВНЗ «Київська Академія прикладних мистецтв».



Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»

ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА З ДИСЦИПЛІНИ

«Економіка та організація діяльності»

для здобувачів освіти

Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»

Спеціальність: 022 «Дизайн»

Освітньо-професійна програма

«Перукарське мистецтво та декоративна косметика»

«Графічний дизайн»

«Дизайн одягу»

«Дизайн інтер’єру»

Київ-2024

ЗМІСТ

Пояснювальна записка……... 5
Тематичний план…… 7
Зміст дисципліни…… 11
Список використаних джерел ……. 22
Питання до іспиту (заліку) ……... 25
Модульна контрольна робота …….. 27
Конспект лекцій ……. 31

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Метою викладання дисципліни «Економіка та організація діяльності» є формування системи знань з організації підприємницької діяльності та основ економіки й управління нею.

Завдання: вивчення сутності та ролі підприємницької діяльності у формуванні ринкових відносин держави, етики підприємництва та відповідальності бізнесу, набуття навичок ведення підприємницької діяльності, опанування прийомів розвитку підприємницької ідеї, технології ведення власної справи. Унаслідок вивчення дисципліни студент повинен знати: основні принципи та методи раціональної організації, планування, ведення та контролю підприємницької діяльності; сучасні концепції підприємництва; особливості бізнес-планування; вміти: застосовувати економічний інструментарій під час створення та розвитку власного бізнесу; аналізувати та планувати успіх підприємницької діяльності, розробляти бізнес-план, здійснювати техніко-економічні розрахунки щодо аналізу бізнес-плану та використовувати їх у практичній діяльності.

Під час вивчення дисципліни «Економіка та організація діяльності» здобувач освіти має отримати глибокі знання з організації та ведення підприємницької діяльності, навички самостійного підприємницького мислення, ухвалення самостійних підприємницьких рішень, що забезпечують зростання прибутку та капіталу тощо.

Міждисциплінарні зв'язки: ґрунтується на теоретичному фундаменті підприємництва та методологічних положеннях суміжних економічних дисциплін, зокрема економічна теорія.

Завдання (навчальні цілі) дисципліни полягає у забезпеченні раціональної організації ведення бізнесу для ефективного здійснення підприємницької діяльності.

Предметом дисципліни «Економіка та організація діяльності» є теоретичні, методичні і прикладні аспекти економічної діяльності та організації суб'єктів підприємництва, технології їх створення і стратегії розвитку, явищ і процесів, що складають у своїй сукупності підприємницьку діяльність..

За умов успішного виконання вимог щодо опанування навчальної дисципліни здобувач набуває науково-дослідницькі компетенції та зможе отримати наступні результати навчання:

знати:

– володіти знаннями про ключові теоретико-методичні аспекти економіки і організації підприємницької діяльності;

– знати принципи формування і забезпечення підприємницької культури в наукових дослідженнях;

– розуміти економічну сутність підприємництва та підприємницької діяльності, способи її здійснення;

– знати характеристики сфер підприємницької діяльності і економічні механізми здійснення її у розрізі специфіки цих сфер.

вміти:

– знати технології проведення робіт із започаткування бізнесу та ліквідації суб'єктів підприємницької діяльності;

– вміти здійснювати пошук та обґрунтування підприємницької ідеї;

– вміти приймати зважені рішення щодо вибору способу створення бізнесу та визначення його організаційно-правової форми;

– вміти обґрунтовувати цілі підприємницької діяльності та стратегії їх розвитку;

– вміти розробляти установчі документи та здійснювати бізнес-дизайн підприємницької структури;

– мати навички розроблення складових бізнес-планів реалізації підприємницьких намірів;

– вміти організовувати виконання робіт підприємницької діяльності;

– мати навички розв'язувати цивілізованими способами бізнес-конфлікти;

– мати навички оцінювання інвестиційну привабливість та ділову репутацію суб’єктів підприємництва.

комунікація:

– мати навички аналізу та оцінювання ефективності підприємницької діяльності та приймати адекватні рішення щодо її підвищення.

– мати навички підтримувати та розвивати ділові відносини із суб'єктами зовнішнього середовища;

– вміти досліджувати можливості партнерських зв'язків, вести пошук вигідних партнерів;

– забезпечувати соціальну відповідальність бізнесу.

Шкала оцінювання навчальних досягнень: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
100-90	A	відмінно	зараховано
89-82	B	дуже добре	
82-75	C	добре	
74-65	D	задовільно	
64-50	E	достатньо	
49-35	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано
35-0	X	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	



Тематичний план з дисципліни
«Економіка та організація діяльності»
для здобувачів освіти структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
вищого навчального закладу «Київська Академія прикладних мистецтв»
Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»
Спеціальність: 022 «Дизайн»
Освітньо-професійна програма
«Перукарське мистецтво та декоративна косметика»
(денна форма навчання, на основі повної загальної середньої освіти)

№ з/п	*Назва теми*	*Кількість годин*				
		Всього	*Теоретичні заняття*	*Практичні заняття*	*Самостійні роботи*	*Самостійні роботи*
	2 семестр	**64**	**26**	**12**	**26**	
1.	Загальна характеристика поняття економіка та підприємницької діяльності	6	2	2	2	Опитування
2.	Підприємець та його ділові якості	4	2		2	Ситуаційні завдання
3.	Правові засади підприємницької діяльності в Україні	4	2		2	Опитування
4.	Підготовка до початку бізнесу. Бізнес-план. Структура бізнес-плану.	6	2	2	2	Ситуаційні завдання
5.	Реєстрація підприємницької діяльності	6	2	2	2	Практичне завдання
6.	Організація виробництва товару/послуги	4	2		2	Опитування
7.	Аналіз витрат на надання послуг. Ціноутворення	6	2	2	2	Опитування
8.	Основи обліку. Податки	4	2		2	Практичне завдання (розрахунки)
9.	Етика бізнесу. Корпоративна соціальна відповідальність	6	2	2	2	Практичне завдання (розрахунки)
10.	Економічна суть оплати праці. Сучасні форми і системи оплати праці.	4	2		2	Опитування
11.	Структура основних засобів підприємства	4	2		2	Практичне завдання (розрахунки)
12.	Фінансово-економічні	6	2		2	Опитування

	результати і ефективність діяльності підприємства					
13.	Фінансово-економічні результати. Звітність.	4	2		2	Дискусія
14.	Модульний контроль	2		2		Модульна контрольна робота
	3 семестр	**56**	**10**	**20**	**26**	
15.	Методика розрахунку виробничих запасів	4		2	2	Практичне завдання (розрахунки)
16.	Сучасні форми організації праці та обслуговування відвідувачів. Напрямки удосконалення форм обслуговування відвідувачів	10	2	4	4	Опитування
17.	Збір та аналіз маркетингової інформації	6	2	2	2	Дискусія
18.	Сегментування ринку і рентабельність	6	2	2	2	Практичне завдання (розрахунки)
19.	Практика бізнес-планування підприємства у сфері краси	6	2	2	2	Практичне завдання
20.	Оцінка економічної ефективності діяльності ФОП	14	2	4	8	Практичне завдання (розрахунки)
21.	Курсове проєктування	10		4	6	Оформлення КР
	Всього за курс	**120**	**36**	**32**	**52**	
	Форма контролю	**Захист курсового проєкту / Диференційний залік – III семестр**				



Тематичний план з дисципліни
«Економіка та організація діяльності»
для здобувачів освіти структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну» вищого навчального закладу «Київська Академія прикладних мистецтв»
Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»
Спеціальність: 022 «Дизайн»
Освітньо-професійна програма
«Перукарське мистецтво та декоративна косметика»
(денна форма навчання, на основі базової загальної середньої освіти)

№ з/п	*Назва теми*	*Кількість годин*				
		Всього	*Теоретичні заняття*	*Практичні заняття*	*Самостійні роботи*	*Самостійні роботи*
	5 семестр	**38**	**20**	**8**	**10**	
1.	Загальна характеристика поняття економіка та підприємницької діяльності	2	2			Опитування
2.	Підприємець та його ділові якості	2	2			Ситуаційні завдання
3.	Правові засади підприємницької діяльності в Україні	2	2			Опитування
4.	Підготовка до початку бізнесу. Бізнес-план. Структура бізнес-плану.	3		2	1	Ситуаційні завдання
5.	Реєстрація підприємницької діяльності	3		2	1	Практичне завдання
6.	Організація виробництва товару/послуги	3	2		1	Опитування
7.	Аналіз витрат на надання послуг. Ціноутворення	3	2		1	Опитування
8.	Основи обліку. Податки	3	2		1	Практичне завдання (розрахунки)
9.	Етика бізнесу. Корпоративна соціальна відповідальність	3	2		1	Практичне завдання (розрахунки)
10.	Економічна суть оплати праці. Сучасні форми і системи оплати праці.	3	2		1	Опитування
11.	Структура основних засобів підприємства	3	2		1	Практичне завдання (розрахунки)
12.	Фінансово-економічні	3		2	1	Опитування

	результати і ефективність діяльності підприємства					
13.	Фінансово-економічні результати. Звітність.	3	2		1	Дискусія
14.	Модульний контроль	2		2		Модульна контрольна робота
	6 семестр	**82**	**40**	**32**	**10**	
15.	Методика розрахунку виробничих запасів	10	6	4		Практичне завдання (розрахунки)
16.	Сучасні форми організації праці та обслуговування відвідувачів. Напрямки удосконалення форм обслуговування відвідувачів	10	6	4		Опитування
17.	Збір та аналіз маркетингової інформації	10	6	4		Дискусія
18.	Сегментування ринку і рентабельність організації	10	6	4		Практичне завдання (розрахунки)
19.	Практика бізнес-планування підприємства у сфері краси	12	6	4	2	Практичне завдання
20.	Оцінка економічної ефективності діяльності ФОП	12	6	4	2	Практичне завдання (розрахунки)
21.	Курсове проєктування	18	4	8	6	Оформлення КР
	Всього за курс	**120**	**60**	**40**	**20**	
	Форма контролю	**Диференційний залік – 5 семестр Захист курсового проєкту – 6 семестр**				

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Загальна характеристика поняття економіка та підприємницької діяльності

Поняття економіка: визначення, основні функції. Сутність, ознаки, функції та принципи підприємництва. Передумови здійснення підприємницької діяльності. Суб'єкти підприємницької діяльності. Види підприємництва. Роль підприємництва в економічному розвитку країни.

Завдання для самостійної роботи:

1.Проілюструйте на прикладах зміст тез:

1) «чим більше підприємців, тим вища конкуренція»;

2) «чим більше підприємців, тим більш задоволені споживачі»;

3) «чим більше підприємців, тим швидший прогрес технологій».

2. Пригадайте з уроків географії види виробничих підприємств та чинники їх розташування (вугільна шахта, гірничозбагачувальна фабрика, атомна електростанція, металургійний комбінат, цукровий завод тощо).

Література:

1. Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 2. Підприємець та його ділові якості

Поняття «підприємець». Складники підприємницького хисту. Підприємницька діяльність чи робота за наймом? Освіта підприємця.

Завдання для самостійної роботи:

1.Знайдіть в Інтернеті інформацію про онлайн-школи та тренінги для підприємців, дізнайтеся про умови навчання, оцініть зручність користування цими освітніми ресурсами.

2.Пригадайте, як ви найчастіше називаєте власників бізнесу, які безпосередньо ведуть господарську діяльність – ремонтують взуття, печуть булочки, торгують на ринку тощо.

3.Поміркуйте над змістом понять «відповідальність», «рішучість», «цілеспрямованість», «наполегливість», «працездатність». Наведіть приклади ситуацій, у яких проявлялися ці риси.

Література:

1. Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 3. Правові засади підприємницької діяльності в Україні.

Державне регулювання підприємництва. Підприємство як юридична особа у правовому середовищі України. Фізична особа-підприємець в економічному середовищі України. Права, обов'язки та відповідальність підприємця. Малий та середній бізнес у сучасній економіці.

Завдання для самостійної роботи:

1.Підготуйте інформацію про мікропідприємства, малі підприємства у вашій місцевості та вироблені ними товари чи послуги. Чи є у вашій місцевості мале підприємство, продукція якого відома в інших регіонах України?

2.Дізнайтесь про виробничі та обслуговні підрозділи підприємства, на якому працюють фахівці вашого профілю.

Література:

1. Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 4. Підготовка до початку бізнесу. Бізнес-план. Структура бізнес-плану.

Основні кроки підготовки до підприємницької діяльності: бізнес-ідея. Основні кроки підготовки до підприємницької діяльності: характеристика товару. Основні кроки підготовки до підприємницької діяльності: бізнес-план. Основні кроки підготовки до підприємницької діяльності: характеристики ринку товару.

Завдання для самостійної роботи:

1. Визначення зміни попиту під впливом нецінових чинників. Після тренувальної вправи змоделюйте ситуації збільшення й зменшення попиту на товар чи послугу, пропоновану фахівцями вашого профілю.

2. Поміркуйте, чому потреби безмежні. У якій частині бізнес-плану прописано дії, спрямовані на зміну потреб потенційних споживачів (покупців) товару чи послуги?

3. Знайдіть в Інтернеті зразки бізнес-планів у тих сферах діяльності, які вам цікаві, та познайомтесь з цими проєктами. Співставте структуру і зміст бізнес-плану з наведеною на лекції.

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 5. Реєстрація підприємницької діяльності

Державна реєстрація суб'єктів підприємництва в україні: сутність, порядок, терміни. Документи, що подаються на реєстрацію фоп (фізичної особи-підприємця). Алгоритм реєстрації. Підстави для відмови у реєстрації. Ключ електронного цифрового підпису.

Завдання для самостійної роботи:

1.«Заповнення реєстраційної картки на проведення державної реєстрації фізичної особи підприємцем (форма 1)». Роздрукуйте зразок заяви (форма 1) та заповніть її відповідно до вимог.

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 6. Організація виробництва товару/послуги.

Виробництво: суть, види, ресурси. Показники ефективності використання ресурсів виробництва. Капітальні ресурси підприємницької діяльності. Наймані працівники.

Завдання для самостійної роботи:

1.Пригадайте основні риси й функції підприємця.

2.Розгляньте варіант придбання заставного майна на торгах (аукціонах), (познайомтесь з особливістю торгів на ProZorro).

3. Розробіть зразок оголошення щодо придбання певного виду обладнання чи інструментів, що були у використанні; зазначте умови (зношеність, цінові рамки).

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 7. Аналіз витрат на надання послуг. Ціноутворення

Витрати виробництва і собівартість продукції. Прибуток. Норма прибутку. Ціна товару. Методи ціноутворення.

Завдання для самостійної роботи:

1.«Оцінка структури витрат та визначення ціни конкретного продукту за методом «витрати плюс». На основі фахових знань у своїй галузі складіть приблизний перелік витрат для виробництва певного товару чи послуги фізичною особою-підприємцем.

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 8. Основи обліку. Податки

Облік доходів фізичних осіб-підприємців. Сплата податків фізичними особами-підприємцями, які працюють на єдиному податку.

Завдання для самостійної роботи:

1.Обчисліть суму єдиного податку для ФОП ІІ групи за місяць, коли розмір мінімальної заробітної плати становить 8000 грн.

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 9. Етика бізнесу. Корпоративна соціальна відповідальність.

Кодекс етики бізнесу. Моральні еталони підприємця. Поняття корпоративної та соціальної відповідальності. Види та принципи соціальної відповідальності. Вітчизняна та міжнародна практика ведення КСВ.

Завдання для самостійної роботи:

Поміркуйте над доцільністю дотримання власником бізнесу окремих норм поведінки:

– Кожний працівник в колективі прагне залишитися індивідуальністю, тому поважайте його таким, який він є.

– Якщо працівник не виконав вашого розпорядження, необхідно дати йому зрозуміти, що вам відомо про це.

– Зауваження має відповідати етичним нормам, тому вибирайте правильну форму спілкування, робіть ваші зауваження без свідків: необхідно поважати гідність та почуття людини.

– Критикуйте дії та вчинки, а не особистість людини.

– Тоді, коли це доречно, використовуйте прийом «бутерброда» – приховайте критику між двома компліментами. Закінчіть розмову на дружній ноті, а незабаром знайдіть час поговорити з людиною, щоб показати їй, що ви не тримаєте зла.

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 10.Економічна суть оплати праці. Сучасні форми і системи оплати праці.

Сучасні системи оплати праці, їх форми, види та методи, розглянуто питання, пов'язані з організацією системи заробітної плати персоналу підприємств різних видів і форм власності у сучасних умовах виходу зі світової економічної кризи. Методика розрахунку розмірів заробітної плати для декількох видів підприємств, утому числі підприємств громадського харчування, продажу крупної побутової техніки та ін.

Завдання для самостійної роботи:

1. Працівник отримує зарплату у розмірі 20,000 грн на місяць. Він вирішив заощаджувати 15% від своєї зарплати щомісяця. Питання: Скільки грошей він заощадить за рік?

2. Працівник отримує 25600 грн на місяць. Із цієї суми він сплачує 18% податку на доходи та 5% військового збору. Питання: Скільки коштів він отримує «на руки» щомісяця?

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 11. Структура основних засобів підприємства

Поняття, структура, склад та оцінка основних засобів. Визначення основних засобів (матеріальні активи, які використовуються у виробничому процесі та мають тривалий термін служби). Основні групи основних засобів.

Завдання для самостійної роботи:

1.Наведіть приклади основних засобів для:

- роботи салону краси;
- роботи графічного дизайнера інтер'єру;
- роботи дизайнера одягу.

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 12. Фінансово-економічні результати і ефективність діяльності підприємства.

Формування чистого прибутку підприємства. Операційний прибуток. Прибуток до оподаткування. Чистий прибуток. Рентабельність. Основні чинники підвищення ефективності виробництва та надання послуг.

Завдання для самостійної роботи:

1.Відомі такі дані про роботу підприємства у звітному періоді: випущено продукції на суму 240 000 грн загальною собівартістю 182 тис. грн; залишки готової продукції на складах на початок року становили 20 тис. грн, а на кінець року вони зменшились на 9%; протягом року було реалізовано продукції підсобного господарства на суму 18 тис. грн. при собівартості 15,8 тис. грн; одержано грошових коштів у вигляді сплачених штрафів за порушення договірної дисципліни на суму 3,8 тис. грн; мали місце збитки від інших позареалізаційних операцій на суму 3,95 тис. грн; погашені проценти за банківський кредит в сумі 2,2 тис. грн; погашена заборгованість за енергоносії в сумі 8,3 тис. грн; прибуток оподатковувався за ставкою 18%.

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 13. Фінансово-економічні результати. Звітність.

Фінансова звітність підприємств, основні положення. Суть і побудова бухгалтерського балансу. Вплив операцій на підсумок балансу. Звіт про фінансовий результат.

Завдання для самостійної роботи:

Підготуйте презентацію на 3-5 слайдів на наступні теми:

- Що являє собою поняття бухгалтерської звітності підприємства?
- В чому полягає суть бухгалтерського балансу?
- Що відображається в активі балансу?
- Що відображається в пасиві балансу?

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 14. Методика розрахунку виробничих запасів

Методика розрахунку виробничих запасів розкриває питання визначення оптимального рівня матеріальних ресурсів, необхідних для забезпечення безперебійного виробничого процесу.

Завдання для самостійної роботи:

1. Проведіть аналіз потреб у матеріалах, які необхідні для функціонування ФОП, яке розкриваєте в курсовому проєктуванні.

2. Проаналізуйте та проведіть оцінка часу, необхідного для доставки матеріалів від постачальника.

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 15. Сучасні форми організації праці та обслуговування відвідувачів. Напрямки удосконалення форм обслуговування відвідувачів

Сучасні підходи до організації праці у сфері обслуговування. Інноваційні методи та технології обслуговування відвідувачів. Особливості автоматизації процесів обслуговування. Вплив цифровізації на якість обслуговування клієнтів. Розвиток сервісної культури та підвищення кваліфікації персоналу. Шляхи покращення комунікації з відвідувачами. Вивчення потреб клієнтів для оптимізації форм обслуговування. Тенденції у впровадженні самостійного обслуговування (наприклад, самообслуговування через термінали).

Завдання для самостійної роботи:

1. Дослідити приклади сучасних форм обслуговування у різних сферах (торгівля, громадське харчування, транспорт тощо). Зосередити свою увагу на тій, яку розкриваєте в курсовому проєкті.
2. Проаналізувати переваги та недоліки автоматизованих систем обслуговування.
3. Розробити пропозиції щодо вдосконалення обслуговування у власному бізнес проєкті.
4. Підготувати презентацію на тему «Майбутнє обслуговування: інновації та перспективи».

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 16. Збір та аналіз маркетингової інформації

Що таке маркетингова інформація та її види. Методи збору маркетингових даних (опитування, спостереження, експерименти тощо). Джерела маркетингової інформації (первинні та вторинні дані). Інструменти для аналізу маркетингової інформації. Використання маркетингових досліджень для прийняття бізнес-рішень. Оцінка достовірності та релевантності зібраних даних. Тренди та інновації у зборі й аналізі маркетингової інформації. Етичні аспекти збору даних у маркетингу. Роль аналітики в прогнозуванні ринкових тенденцій.

Завдання для самостійної роботи: сформуйте маркетингову політику просування товарів (послуг) та оформіть це в курсовому проєкті.

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 17. Сегментування ринку і рентабельність організації

Методи і підходи до сегментування ринку. Визначення цільових сегментів і їх характеристик. Як сегментування ринку впливає на маркетингову стратегію організації? Взаємозв'язок між сегментуванням ринку та рентабельністю бізнесу. Оцінка ефективності сегментації для досягнення фінансових результатів. Приклади успішного сегментування в різних галузях. Як адаптувати продукцію та послуги до потреб різних сегментів? Виклики та ризики при сегментуванні ринку.

Завдання для самостійної роботи: проаналізуйте конкурентів та сегментування ринку за обраним видом економічної діяльності в курсовій. Побудуйте SWOT аналіз.

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 18. Практика бізнес-планування підприємства у сфері краси

Розробка концепції підприємства. Формування унікальної торгової пропозиції. Визначення формату послуг (салон краси, мобільні послуги, спеціалізовані студії тощо). Розрахунок стартового капіталу. Прогнозування доходів та термінів окупності.

Завдання для самостійної роботи: визначте можливі ризики для вашого підприємства (бізнес-план) та запропонуйте шляхи їх мінімізації.

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

Тема 19. Оцінка економічної ефективності діяльності ФОП

Поняття економічної ефективності. Методи оцінки ефективності. Рентабельність бізнесу. Податкове навантаження. Використання сучасних технологій. Моніторинг і контроль.

Завдання для самостійної роботи:

1. Зберіть дані про доходи та витрати за певний період.

2. Розрахуйте ключові показники: чистий прибуток, рентабельність, ліквідність.

3.Побудуйте графік точки беззбитковості для візуалізації фінансових результатів.

4. Проаналізуйте отримані результати та визначте слабкі місця у діяльності ФОП.

Література:

1.Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.

2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.

3. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.

4. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.

5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.

6. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

Основна література

1. Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 260 с.
2. Горбач Л.М., Котляров В.О. Економіка підприємства: навчальний посібник. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 620 с.
3. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.
4. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 620 с.
5. Економіка підприємства : практикум / Г. В. Соломіна. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2020. 142 с.
6. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.І. Лисак, Л.О. Андрєєва, Л. О. Болтянська. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.
7. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти.2020. 108 с.
8. Охота В.І. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності (курс лекцій). Тернопіль: ТНЕУ, 2013. С. 178.
9. Пристай Т.М. Поняття суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Науковий вісник публічного та приватного права. 2018. Вип. 6. Т. 1. С. 168–171. URL: http://nvppp.in.ua/vip/2018/6/tom_1/34.pdf
10. Хрупович С.Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник для студентів усіх форм навчання напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства», спеціальності: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Тернопіль, 2017.С. 137.

Додаткова література

1. Андрієнко М.М., Шпак І.О. Економічна оцінка критеріїв управління результативністю підприємства. Наукові праці МАУП. Економічні науки. 2021. Вип. 4 (63). С. 35-40. URL: http://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/1205
2. Політекономія: навч. посібн. / Г.Г. Старостенко, Н.В. Мірко – Ірпінь: Видавництво Національного університету ДПС України, 2015. 450 с.
3. Основи економічної теорії: навч. посіб. для студентів закладів вищої освіти неекономічних спеціальностей / за ред. акад. І.Ф.Прокопенка. – Х.: ХНПУ імені Г. С. Сковороди, 2015. – 260 с.
4. Сафонік Н.П., Дудік А.О. Особливості формування системи економічної безпеки авіапідприємств в умовах трансформаційних перетворень. Економіка та суспільство. 2022. Випуск 45. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-9.
5. Сімкова Т.О., Байда О.К. Формування системи управління інвестиційною діяльністю підприємства. Ефективна економіка, 2020. № 12. DOI: https://doi.org/10.32702/2307- 2105-2020.12.119 3
6. Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі: монографія / за ред. Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2018. 260 с.

7. Ляшенко В.І., Бачурін А.О. Механізми регулювання структурних трансформацій в умовах економічної рецесії // Вісник економічної науки України. 2010. № 2 (18). С. 63.

8. Мазаракі А., Лагутін В. Ринок споживчих товарів в Україні: посткризові тенденції // Економіка України. 2011. № 9. С. 45.

9. Малюга Н.М., Замула І.В. Природний капітал: ідентифікація та бухгалтерський вимір // Вісник економічної науки України. 2010. № 2 (18). С. 66.

10. Махсма М. Особливості сучасного ринку праці в аграрному секторі України // Економіка і держава. 2010. № 12. С. 59.

11. Мокряк В., Мокряк Е. Взаємозв'язки відносин власності та господарської влади в умовах організаційного підприємництва // Економіка і держава. 2011. № 2. С. 38.

12. Новицький В. Інституціоналізм у діалектиці сучасного економічного розвитку // Економіка України. 2005. № 7. С. 49. Кокарєв І. В. 216

13. Носова О. Про фундаментальні причини фінансових криз та життєздатність фінансових ринків у сучасній формі // Економіка України. 2011. № 4. С. 45.

14. Онищенко В. Модернізація як імператив розвитку України // Економіка України. 2011. № 7. С. 4-13.

15. Пивоваров М.Г., Шаповалов О.М. Новий підхід до визначення впливу факторів виробництва для досягнення конкурентоспроможності в підприємництві // Вісник економічної науки України. 2010. № 2 (18). С. 77.

16. Пилипів В. До питання про федералізацію України: проблеми забезпечення бюджетної самодостатності регіонів // Фінанси України. 2011. № 3. С. 26.

17. Пустовойт О. Ринок споживчих товарів України: тенденції розвитку і вплив на структуру економіки // Економіка України. 2011. № 1. С. 59.

18. Радіонов Ю. Актуальні проблеми розвитку міжбюджетних відносин // Економіка України. 2011. № 5. С. 54.

19. Рибак С. Бюджетна стратегія: українські реалії та зарубіжний досвід // Економіка України. 2011. № 8. С. 40.

20. Рябініна Л. Сутнісні особливості сучасних грошей та їх функції // Економіка України. 2011. № 6. С. 40-49.

21. Ситник Л.С., Бервенова Т.М. Типи розвитку національної економіки // Вісник економічної науки України. 2010. № 2 (18). С. 97.

22. Скарга М., Шелегеда Б., Баєвска Р. Коригування відмінностей у соціально-економічному розвитку територій // Економіка України. 2011. № 4. С. 77.

23. Степаненко А., Чамара І. Вплив іноземних фінансово-кредитних установ на національну банківську систему // Фінанси України. 2011. № 2. С. 60.

24. Степаненко С. Історична еволюція поняття "власність" // Економіка України. 2011. № 9. С. 34.

Електронні інформаційні ресурси

1. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, електронні фахові видання URL: www.nbuv.gov.ua

2. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text

3. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030

року. URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179

4. Господарський кодекс. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text
5. Державна комісія з цінних паперів і фондового ринку. URL: http://www.ssmsc.gov.ua.
6. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.
7. Кабінет Міністрів України. URL: http://www.kmu.gov.ua.
8. Міністерство економіки. URL: http://www.me.gov.ua.
9. Міністерство фінансів. URL: http://www.minfin.gov.ua.
10. Національний банк України. URL: http://www.bank.gov.ua.

КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ (ЗАЛІКУ)
З ДИСЦИПЛІНИ
«Економіка та організація діяльності»

для здобувачів освіти
Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»
Спеціальність: 022 «Дизайн»
Освітньо-професійна програма
«Перукарське мистецтво та декоративна косметика»
«Графічний дизайн»
«Дизайн одягу»
«Дизайн інтер’єру»

Київ-2024

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ (ЗАЛІКУ)

1. Що таке підприємство, і які основні функції воно виконує в економіці?
2. Які види підприємств існують за формами власності та організаційно-правовими формами?
3. Що таке статутний капітал підприємства, і як він формується?
4. У чому полягає роль підприємництва в сучасній економіці?
5. Які основні етапи життєвого циклу підприємства?
6. Що таке основні засоби підприємства? Які їх види та особливості?
7. Як розрахувати коефіцієнт зносу та придатності основних засобів?
8. Що таке оборотні засоби підприємства, і як вони використовуються?
9. У чому полягає роль людського капіталу в діяльності підприємства?
10. Як оцінюється ефективність використання трудових ресурсів підприємства?
11. Що таке виробнича програма підприємства, і як вона розробляється?
12. Які види виробничих процесів існують?
13. Що таке виробнича структура підприємства?
14. У чому полягають основні принципи організації виробництва?
15. Які види спеціалізації підприємства розрізняють?
16. Що таке валовий дохід підприємства?
17. Як розраховується прибуток підприємства, і які його основні види?
18. Що таке рентабельність підприємства, і як вона оцінюється?
19. Які чинники впливають на прибутковість підприємства?
20. Як проводиться аналіз фінансово-економічних показників підприємства?
21. Що таке система управління підприємством, і які її основні елементи?
22. Які функції виконує менеджмент у діяльності підприємства?
23. У чому полягає сутність стратегічного управління?
24. Як здійснюється планування на підприємстві?
25. Які сучасні підходи до управління підприємством використовуються в умовах глобалізації?
26. Що таке фінансова стратегія підприємства, і як її формують?
27. Як оцінюється фінансова стійкість підприємства?
28. Що таке амортизаційна політика, і як вона впливає на фінансові показники підприємства?
29. Як підприємство може залучати інвестиції для свого розвитку?
30. У чому полягають особливості управління витратами на підприємстві?

Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»

ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

Модульна контрольна робота
З ДИСЦИПЛІНИ
«Економіка та організація діяльністю»
для здобувачів освіти
Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»
Спеціальність: 022 «Дизайн»
Освітньо-професійна програма
«Перукарське мистецтво та декоративна косметика»
«Графічний дизайн»
«Дизайн одягу»
«Дизайн інтер’єру»

Київ-2024

МОДУЛЬНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА

(ПРИКЛАДИ ТЕСТОВИХ ТА ПРАКТИЧНИХ ЗАВДАНЬ)

Варіант 1

1. Що вивчає економічна теорія?
а) Природні процеси у виробництві
б) Поведінку людей у суспільстві загалом
в) Економічні явища, закони та закономірності, що регулюють виробництво, розподіл, обмін і споживання благ
г) Ефективність використання техніки у промисловості
Правильна відповідь: в

2. Що таке валовий внутрішній продукт (ВВП)?
а) Загальна сума прибутків усіх підприємств країни
б) Ринкова вартість усіх кінцевих товарів і послуг, вироблених на території країни за певний період
в) Кількість грошей, надрукованих державою за рік
г) Доходи громадян, які працюють за кордоном
Правильна відповідь: б

3. Який із факторів НЕ належить до основних факторів виробництва?
а) Праця
б) Капітал
в) Природні ресурси
г) Готова продукція
Правильна відповідь: г

4. Що відображає крива попиту?
а) Залежність ціни від рівня інфляції
б) Кількість товару, яку споживачі готові придбати за різних цін
в) Обсяги виробництва товару за різних технологій
г) Співвідношення між обсягами експорту та імпорту
Правильна відповідь: б

5. Що таке інфляція?
а) Зниження рівня зайнятості населення
б) Зростання рівня виробництва товарів
в) Зростання загального рівня цін у країні
г) Скорочення державного боргу
Правильна відповідь: в

6. Що є основною ознакою ринкової економіки?
а) Централізоване планування
б) Монополія держави на всі ресурси

в) Вільна конкуренція між виробниками
г) Відсутність приватної власності
Правильна відповідь: в
7. Яка з наведених форм є прикладом монополії?
а) Ринок із багатьма продавцями та покупцями
б) Єдиний виробник певного товару або послуги
в) Держава, що регулює ціни
г) Ринок, де продавці співпрацюють для визначення цін
Правильна відповідь: б

8. Що характеризує еластичність попиту?
а) Залежність доходів від цін
б) Відсоток зміни ціни товару за умови зміни попиту
в) Здатність попиту змінюватися у відповідь на зміну ціни
г) Відношення витрат на виробництво до обсягу попиту
Правильна відповідь: в

9. Що є прикладом непрямого податку?
а) Податок на прибуток підприємств
б) Податок на нерухомість
в) ПДВ (податок на додану вартість)
г) Прибутковий податок з фізичних осіб
Правильна відповідь: в

10. Який із зазначених показників є макроекономічним?
а) Доходи окремого підприємства
б) Рівень безробіття в країні
в) Витрати на утримання конкретного бізнесу
г) Попит на певний товар
Правильна відповідь: б

11. Що є головним завданням маркетингу?
а) Зниження витрат на виробництво
б) Максимізація доходів за мінімальних зусиль
в) Задоволення потреб споживачів і забезпечення прибутковості компанії
г) Управління фінансами підприємства
Правильна відповідь: в

12. Що таке державний бюджет?
а) Запас грошей, яким володіє Національний банк
б) Сума державних витрат на оборону
в) План доходів і витрат держави за певний період
г) Рівень податків, зібраних з населення
Правильна відповідь: а

Практичне завдання 1

Припустимо, Ви маєте намір відкрити власну справу. Цей намір ґрунтується на двох чинниках:

• Ваших особистих навичках (знаннях, досвіді) щодо певного виду діяльності;

• наявних (або таких, до яких Ви маєте доступ) ресурсах.

Вам пропонується розробити карту ідей – відшукати та адаптувати до наявних навичок та ресурсів бізнес-можливості одночасно у трьох напрямах:

1. виробництво продукції;

2. надання послуг;

3. торгівельна діяльність.

Вихідні дані – варіанти доступних ресурсів: салон краси; різноманітні косметичні засоби та доглядова продукція.

Практичне завдання 2

Визначити місію та цілі організації; вибрати стратегію розвитку фірми, проаналізувавши фактори зовнішнього середовища, що впливають на організацію; розробити план реалізації стратегії на три роки існування фірми. Умови: а) вид діяльності – надання рекламних послуг; б) обсяг продажу - зменшується; в) стан ринку – зростає; г) зовнішні фактори приймаються студентом самостійно.

Практичне завдання 3

Визначити, наскільки зміняться доходи підприємства та період обороту, якщо коефіцієнт оборотності у звітному періоді – 12 оборотів, у запланованому – 13 оборотів, середньорічні залишки оборотних коштів – 1,2 млн. грн., календарний період – 360 днів. Зробити висновки з отриманих результатів.

Практичне завдання 4

Підприємство виготовляє за рік три види продукції в таких обсягах: продукції А – 150 тис. од., Б – 70 тис. од, В – 100 тис. од. Собівартість виготовлення одиниці продукції А – 45 грн., Б – 65 грн., В – 55 грн. Обчислити річну собівартість товарної продукції підприємства.

Практичне завдання 5

Розрахувати чисту рентабельність роботи підприємства та рентабельність за засобами, якщо: • сума доходів – 8 млн. грн.; • сума витрат – 6,5 млн. грн.; • середньорічна вартість основних засобів – 1,3 млн. грн.; • середньорічні залишки оборотних засобів – 0,7 млн. грн.

Структурний підрозділ «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
ВНЗ «КИЇВСЬКА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ МИСТЕЦТВ»

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
З ДИСЦИПЛІНИ
«Економіка та організація діяльності»

для здобувачів освіти
Галузь знань: 02 «Культура і мистецтво»
Спеціальність: 022 «Дизайн»
Освітньо-професійна програма
«Перукарське мистецтво та декоративна косметика»
«Графічний дизайн»
«Дизайн одягу»
«Дизайн інтер’єру»

Київ-2024

Тема № 1
Загальна характеристика поняття економіка та підприємницької діяльності

1. Поняття економіки та підприємницької діяльності

Економіка та підприємницька діяльність є фундаментальними складовими сучасного суспільства. Вони не лише визначають рівень розвитку окремих країн, але й впливають на якість життя кожної людини. Давайте розглянемо ці поняття детальніше, щоб зрозуміти їхню суть, основні принципи та значення.

Економіка — це наука, яка вивчає виробництво, розподіл, обмін і споживання матеріальних благ і послуг. Вона є основою функціонування будь-якого суспільства, адже забезпечує його життєдіяльність. Основна мета економіки — ефективне використання обмежених ресурсів для задоволення потреб людей.

Економіка поділяється на два основні рівні:

1. Макроекономіка - досліджує функціонування економіки в цілому. Вона аналізує такі явища, як валовий внутрішній продукт (ВВП), рівень інфляції, безробіття, державний бюджет та зовнішньоекономічні зв'язки.

2. Мікроекономіка - зосереджується на поведінці окремих суб'єктів економіки: домогосподарств, підприємств та окремих ринків. Вона вивчає, як приймаються рішення щодо купівлі, продажу, виробництва та споживання.

Макроекономіка розглядає економіку як єдине ціле і досліджує процеси формування сукупного попиту і пропозиції, національного доходу і валового національного продукту, аналізує вплив бюджетної політики уряду і грошової політики Національного банку на економічний ріст, інфляцію, рівень безробіття, досліджує регулювання макроекономічних процесів на рівні держави.

Макроекономічні дослідження охоплюють аналіз таких показників, як загальний обсяг продукції, загальний рівень зайнятості, загальний рівень доходів і витрат, загальний рівень цін тощо. Усі перелічені процеси і показники, безперечно, впливають на діяльність конкретних підприємств. Мікроекономіка досліджує поведінку окремих елементів та структур на ринку, а також вибори, які здійснюють економічні одиниці (окремі індивіди, домогосподарства, підприємства, фірми) в процесі виробництва, розподілу і споживання матеріальних благ. Вона вивчає закономірності формування обсягів виробництва окремих товарів, цін на них, вплив податків на рівень заощаджень населення та ін. на основі дії об'єктивних економічних законів - попиту і пропозиції, спадної доходності тощо. Економіка підприємства не може не враховувати впливу цих законів та закономірностей на діяльність суб'єктів господарювання

Економіка також має різні моделі функціонування, які визначаються способом організації виробництва і розподілу ресурсів. Основні моделі включають ринкову, планову та змішану економіку.

Підприємницька діяльність — це самостійна ініціативна діяльність, спрямована на отримання прибутку шляхом виробництва товарів, надання послуг або реалізації інших економічних проектів. Підприємництво є рушійною силою економіки, адже воно створює робочі місця, стимулює інновації та сприяє зростанню добробуту.

2.Основні характеристики підприємницької діяльності.

Процес виробництва матеріальних благ, а також надання послуг, виконання робіт має бути певним чином організованим у просторі і часі. Така організація відбувається

шляхом створення підприємств. Задовольняти ринкові потреби у продукції (роботах, послугах) можуть також суб'єкти підприємницької діяльності - фізичні особи.

Підприємство є організаційно відокремленою, економічно самостійною одиницею виробничої сфери національної економіки, яка спеціалізується на виготовленні продукції, наданні послуг або виконанні робіт.

Сутність підприємства як організаційної форми господарювання визначена Господарським Кодексом України (ст.62): підприємство - це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами.

На практиці часто використовують два схожих поняття - підприємство і фірма. Однак, поняття «фірма», як правило, означає загальну назву господарюючого суб'єкта виробничого, торгівельного, побутового та іншого профілю. Також фірма може об'єднувати комерційні, виробничі, сервісні підрозділи, філіали, дочірні підприємства, які функціонують під однією назвою і є юридичними особами. Тобто, фірма може бути багатопрофільною організацією. Підприємство не має у своєму складі інших юридичних осіб. На підприємстві здійснюється виробництво продукції, надання послуг шляхом безпосереднього зв'язку працівника із засобами виробництва. До виробничих підприємств належать заводи, фабрики, шахти, комбінати, кар'єри, порти та інші господарські організації виробничого призначення. Також є підприємства торговельного або торговельнопосередницького профілю (магазини, гуртові, гуртові склади); сфери надання послуг (ремонтні майстерні, автосервіси, ательє, хімчистки, салони краси тощо).

Мета функціонування підприємства на ринку - задоволення суспільних потреб у певних видах продукції (роботах, послугах; далі «продукції») та одержання прибутку. Підприємство повинно одержувати прибуток, але забезпечити досягнення такої цілі можна лише через виготовлення за допомогою наявних у нього ресурсів необхідної споживачам продукції відповідного призначення, профілю і асортименту. Цивілізовані ринкові відносини вимагають розумного поєднання обох цілей. Важливішими завданнями підприємств є: о одержання доходу власником підприємства (державою, приватною особою, акціонерами); о забезпечення споживачів продукцією підприємства у відповідності до ринкового попиту та укладених договорів; о забезпечення виплати заробітної плати персоналу підприємства, нормальних умов праці та можливостей професійного росту працівників; о створення робочих місць для населення; о створення та підтримка потенціалу для майбутнього розвитку, безперервності існування підприємства; о охорона довкілля (землі, повітряного та водного басейнів); о недопущення зриву поставок або випуску неякісної продукції, скорочення обсягів виробництва та зниження доходів підприємства. Завдання підприємства визначаються інтересами власника, розміром задіяного капіталу, умовами внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування. До основних функцій виробничого підприємства можна віднести:

Виробничо-технологічні функції підприємства пов'язані із пошуком постачальників, споживачів, матеріально-технічним забезпеченням виробництва, використанням засобів праці для виготовлення продукції, впровадженням нових технологій, раціоналізацією виробничих процесів, винахідництвом, підвищенням якості

продукції. Економічні функції передбачають управління процесами виробництва і збуту товарів, укладання контрактів з постачальниками і споживачами, найом робочої сили, раціональна організація праці працівників, виплата заробітної плати, розподіл прибутків, сплата податків, зборів та інших платежів, розрахунок економічної ефективності діяльності, ціноутворення, залучення інвестицій.

Соціальні функції підприємства полягають у забезпеченні належних умов праці та відпочинку працівників, створенні сприятливого психологічного клімату у колективі, наданні допомоги та пільг працівникам, членам їх сімей та ін.

Зовнішньоекономічні функції пов'язані із виконанням підприємством функцій в системі міжнародного обміну товарів, спільному з іноземними партнерами виробництві, науково-технічному співробітництві тощо. Крім основних, можуть бути виділені допоміжні функції підприємства, які зводяться до забезпечення документообігу, обліку, гарантування безпеки, статистичної звітності, дослідних функцій тощо.

Функції підприємства конкретизуються і уточнюються і залежності від розмірів підприємства, галузевої приналежності. форми власності, наявності соціальної інфраструктури, ступеня спеціалізації і кооперування.

Ефективне управління персоналом на підприємстві є пріоритетним напрямком його діяльності за умов соціально орієнтованої економіки. Підприємство як основна організаційна та виробнича ланка народного господарства характеризується певними ознаками. Серед них:

1) виробничо-технічна єдність: –спеціалізація на виготовленні певного виду продукції, наявність закінченого циклу її виготовлення, тобто продукція в умовах поділу праці набуває форми товару; –володіння певним складом виробничих фондів; –розробка єдиної технічної політики; –спільність допоміжного і обслуговуючого господарства;

2) організаційно-соціальна єдність: –наявність єдиного трудового колективу з його специфічними інтересами; –управління підприємством одним керівником та адміністрацією; –наділення підприємства реквізитами і правами юридичної особи (самостійний баланс, розрахунковий та інші рахунки в банку, печатка, штамп з назвою підприємства, ідентифікаційний код, юридична адреса, фірмовий бланк, товарний знак);

3) фінансово-економічна самостійність: – вільний вибір виду діяльності; – можливість самостійного формування програми діяльності, вибору постачальників матеріально-технічних та інших ресурсів і споживачів продукції, що виробляється, встановлення цін на продукцію або послуги відповідно до закону; – вільний найом працівників в залежності від власної потреби; – самостійний розподіл прибутку, що залишається у підприємства після сплати податків, зборів та інших, передбачений законом платника; – визначення і обґрунтування форм і розмірів матеріального стимулювання працівників.

Ознаки підприємницької діяльності випливають із визначення її сутності, а саме:

1) економічна самостійність: суб'єкти підприємництва, керуючись власною волею, вільно обирають види підприємницької діяльності, а також час, місце та способи її здійснення;

2) ініціативність: означає, що підприємець має бути активним у своїй діяльності, особисто займатись підприємництвом, а не «делегувати» його третім особам;

3) систематичність: означає, що підприємницька діяльність здійснюється багаторазово, тривалий час;

4) діяльність на власний ризик: підприємницький ризик - це певна подія з ознаками ймовірності і випадковості настання, яка може призвести до негативних наслідків для підприємця; одержання прибутку як мета підприємницької діяльності не завжди може бути досягнута, інколи підприємець зазнає збитків, за які він сам несе відповідальність, тобто має місце підприємницький ризик;

5) діяльність з метою одержання прибутку, тобто суми коштів, на яку одержані підприємцем доходи перевищують здійснені ним витрати;

6) правомірність: означає, що підприємницька діяльність зареєстрована у встановленому законодавством порядку та здійснюється у відповідності з ним.

Об'єктивними рушійними силами підприємництва є:

ϖ суперечності - між виробництвом і споживанням, зростанням потреб і можливістю їх задоволення, між різними формами власності, інтересами, попитом і пропозицією та ін.;

ϖ ділова творчість людини - особиста ініціатива, енергія, активність, працьовитість, прагнення реалізувати свої ідеї, винаходи, проявити себе, задовольнити здорове честолюбство є спонукальним мотивом до підприємництва;

ϖ ризик - притаманний лише людині; це гра, обґрунтований розрахунок, змагання в конкурентній боротьбі, радість перемоги або гіркота поразки; він загартовує підприємця, стимулює бізнес;

ϖ потреби - випереджають рівень виробництва; розвиток суспільства і підприємництва породжує такі потреби, які не можуть бути задоволені наявними продуктивними силами, що зумовлює потребу в нових продуктивних силах (техніці, технології, нових професіях), а отже, стимулює розвиток підприємництва;

ϖ економічний інтерес - це форма реалізації потреби, це вигода, яка досягається в процесі реалізації економічних відносин; специфіка економічних інтересів, а отже, і підприємництво, визначаються економічним та соціальним становищем людей; підприємництво є водночас реалізацією їх інтересів і задоволенням потреб;

ϖ економічна конкуренція - це суперництво між підприємцями щодо задоволення власних інтересів, пов'язаних з продажем виробленої ними продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим самими споживачам; конкуренція є об'єктивною закономірністю становлення і розвитку підприємництва, сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств.

Підприємницька діяльність реалізується на основі таких принципів:

1) вільний вибір видів діяльності, які не заборонені чинним законодавством;

2) залучення у підприємницьку діяльність коштів громадян та юридичних осіб на добровільних засадах;

3) самостійне формування програми діяльності;

4) самостійний вибір постачальників та споживачів продукції;

5) самостійне встановлення цін на продукцію;

6) вільний найом працівників;

7) залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових і природних ресурсів;

8) вільне розпорядження прибутком, який залишається в розпорядженні підприємства, та часткою належної йому валютної виручки;

9) самостійне здійснення підприємством зовнішньоекономічної діяльності.

Підприємницька діяльність може здійснюватися як фізичними особами (індивідуальне підприємництво), так і юридичними особами (компанії, корпорації). Вона охоплює широкий спектр галузей: від торгівлі й виробництва до інформаційних технологій і послуг.

3.Взаємозв'язок економіки та підприємництва

Економіка та підприємництво тісно пов'язані між собою. Економічне середовище створює умови для розвитку підприємницької діяльності, а підприємництво, у свою чергу, сприяє зростанню економіки. Наприклад:

- У ринковій економіці підприємці відіграють ключову роль у забезпеченні попиту і пропозиції.
- Інновації в бізнесі сприяють підвищенню продуктивності праці та створенню нових галузей.
- Підприємці створюють робочі місця, що знижує рівень безробіття і підвищує купівельну спроможність населення.

Водночас держава відіграє важливу роль у регулюванні економіки та підтримці підприємництва. Вона створює законодавчу базу, забезпечує захист прав власності, стимулює інвестиції та підтримує розвиток малого і середнього бізнесу.

Економіка та підприємництво мають велике значення для суспільства:

1. Соціально-економічний розвиток. Ефективна економіка та активне підприємництво сприяють підвищенню рівня життя населення.
2. Інновації. Завдяки підприємцям у суспільство впроваджуються нові технології, продукти й послуги.
3. Глобалізація. Підприємницька діяльність стимулює міжнародну співпрацю та обмін досвідом між країнами.
4. Стабільність. Розвинена економіка забезпечує фінансову стабільність у державі та зменшує соціальну нерівність.

Економіка та підприємницька діяльність є основою сучасного світу. Вони забезпечують матеріальний добробут суспільства, створюють умови для інноваційного розвитку та сприяють інтеграції у світову спільноту. Розуміння цих понять дозволяє краще усвідомити механізми функціонування суспільства і знайти своє місце в ньому — як споживача, працівника чи підприємця.

Тема № 2
Підприємець та його ділові якості

1.Підприємницьке середовище

Пригадайте, як найчастіше називають власників кав'ярні чи пекарні, майстерні з ремонту взуття чи смартфонів, готелю чи керамічного цеху? «Господар», «бізнесмен», «підприємець». Вживаючи поняття «бізнесмен», мають на увазі підприємця, комерсанта, людину, яка робить відповідну справу (бізнес).

Для того, щоб мати прибуток, підприємець повинен придбати (купити чи орендувати) приміщення, обладнання, інструменти, матеріали, розробити ефективну технологію, найняти працівників, організувати виробництво і збут продукції (послуги). Різниця між доходом від продажу продукції та сумою витрат на її виробництво і реалізацію складає прибуток. Якщо витрати вищі за дохід – підприємець має збитки. Отже, успішний результат підприємницької діяльності не гарантований.

За яких умов бізнес буде успішний? Одна з них – особистість підприємця. Успішний підприємець виділяється серед господарюючих суб'єктів тим, що виготовляє новий вид товару або створює нову якість певного товару; освоює новий ринок збуту; отримує нове джерело сировини чи напівфабрикатів; впроваджує новий метод чи технологію виробництва; може оновити весь бізнес.

Для такої діяльності підприємцю які потрібно мати якості? Теорія і практика підприємництва дає відповідь на це питання: підприємець спроможний і готовий брати на себе ініціативу; самостійно приймати основні рішення; пропонувати нові продукти, ризикувати вкладеними засобами, своїм часом, працею, діловою репутацією.

Але якщо людина навіть не робила спроби започаткувати власний бізнес, про успіх говорити зарано. Підприємець скаже: «Перед стартом потрібні знання й досвід». Про що йдеться? Це, передусім, знання у своїй сфері діяльності. Наприклад, щоб започаткувати бізнес з ремонту й технічного обслуговування тракторів, потрібно знати, як працює механізм, що найчастіше потрібно ремонтувати, як, скільки потрібно часу й коштів на це, де і на яких умовах придбати комплектувальні та багато інших фахових знань. Крім теоретичних знань потрібні практичні фахові навички. Особливу вагу мають отримані безпосередньо на виробництві практичні знання, досвід.

Якщо найняти працівників, то їхню роботу потрібно організувати, знайти замовлення, вести облік, вчасно сплачувати податки. Тож потрібні ще глибші економічні, юридичні знання, з менеджменту, маркетингу, психології. Тут у нагоді стане навчальний курс з основ підприємництва!

Які індивідуальні якості необхідні людині для започаткування власної справи? Підприємці кажуть: рішучість! Якщо вже наважились і почали діяти, потрібно наполегливо йти до своєї цілі, вчитися долати перешкоди.

Може здаватися, що підприємець організував процес виробництва, розбудував бізнес і може відпочивати, а найняті працівники забезпечать йому прибуток. Насправді у підприємця ненормований, насичений робочий день, тому, мабуть, він має бути здоровим, працездатним, дисциплінованим.

Часто про успішного підприємця кажуть: у нього чи неї підприємницький хист, підприємницькі здібності. За статистикою лише 5−10 % дорослого населення має підприємницький хист. Проте підприємці кажуть інакше: «Підприємницький хист – це, здебільшого, талант, помножений на наполегливу працю і достатні знання». Деякі необхідні якості підприємця − це природжені властивості людей, інші – результат розвитку природних здібностей, навчання і практичного досвіду.

Важливо розуміти, що підприємницька діяльність – це ще й відповідальність за результати, тобто, за те, щоб виконати умови контрактів, щоб вчасно і в повному обсязі найняті працівники отримали заробітну плату, щоб товар чи послуга задовольнили потреби споживачів, їх купили і не нарікали на якість.

Якщо вирішено започаткувати підприємницьку діяльність, необхідно вчитися знаходити, накопичувати й аналізувати інформацію. Яку і про що?

Розглянемо на прикладі. Вирішено зареєструвати фермерське господарство, об'єднавши приватні земельні ділянки родини. Спеціалізація – розведення кіз, виробництво молока і молочної продукції. Тож потрібна інформація про

- ринок свого товару – козиного молока (споживачів, конкурентів);
- сучасні технології (породи, продуктивність, особливості відгодівлі, догляду);

- постачальників ресурсів (молодняка чи дорослих кіз, кормів, ветеринарних послуг);
- методи управління таким бізнесом;
- можливості найму працівників і способи мотивації до праці;
- систему відносин своєї ферми зі споживачами молока чи продукції з нього, конкурентами, банками, інспекціями (податковою, охорони праці, екологічною, санітарною, пожежною), громадськими організаціями.

Зважаючи на це, необхідно вчитися збирати, упорядковувати й зберігати потрібну вам інформацію.

Разом з тим важливо постійно оцінювати й удосконалювати важливі для бізнесу вміння: ставити реальні цілі і завдання; обмірковувати ситуації; планувати, передбачати; розумно ризикувати; приймати рішення; співпрацювати, керувати.

Тож підсумуємо отримані знання. За результатами досліджень характеру підприємців визначено риси успішного підприємця:

- ясно формулює ціль, бачить перспективу;
- готовий долати перешкоди заради досягнення мети;
- знаходить способи виробляти краще, швидше, дешевше;
- прагне володіти інформацією щодо покупців, постачальників, конкурентів;
- планує свою діяльність;
- аналізує показниками своєї підприємницької діяльності, використовує їх для прийняття рішень;
- спроможний встановлювати ділові та особисті зв'язки;
- прагне незалежності, вірить у свою здатність досягати цілі.

Неупереджено міркуючи над цими рисами, можна оцінити свої можливості та намітити план роботи над собою. Діагностувати свої здібності до підприємницької діяльності можна за опитувальниками, тестами (потрібно зважати на те, що їх розроблено для тестування дорослих людей з практичним досвідом роботи в певній галузі).

Підприємницькі здібності проявляються в повсякденному житті людини і не завжди спонукають її започаткувати свій бізнес. Отримавши певну спеціальність, можна стати успішним працівником на державному чи приватному підприємстві. На питання «Що краще: найм чи свій бізнес?» однозначної відповіді немає, адже найманий співробітник та власник бізнесу − це зовсім різні ролі.

Підприємництво має перевагу − більше можливостей реалізувати свої ідеї, амбіції, розпоряджатися бізнесом, своїм часом. Важливо відчувати насолоду від успіху власного бізнесу. Але до переваг додаються підприємницький ризик, відповідальність, в тому числі за своєчасну виплату заробітної плати найманим працівникам, погашення кредиту, сплату податків. Отримані досягнення можуть не збігатися з амбіціями: підприємцю може не вистачати коштів, іноді справа рухається не так швидко, якби того хотілось її власнику. А ще − постійна залученість та робота 24 години на добу незалежно від дня тижня, особливо на етапі становлення бізнесу.

Експерти провели комплексне дослідження, в якому визначили сучасного підприємця в Україні. У межах цього дослідження було опитано 2000 підприємців. Підприємці в Україні − переважно чоловіки, вік від 30 до 45 років. Більшість − люди, які створили свою справу приблизно 8-9 років тому. Основні мотиви − самореалізація, можливості фінансової забезпеченості та незалежність від волі роботодавця. Згідно з

дослідженням, ділова людина в Україні витрачає на бізнес по 47 годин на тиждень, вважаючи цей час виправданим вкладенням своїх ресурсів. І покладається на власні завзятість та енергію, називаючи їх рушійною силою своєї справи. Виживати і заробляти допомагає гнучкість у прийнятті рішень

Робота за наймом має свої переваги (дзеркально-протилежні) − відсутність підприємницьких ризиків, захищеність з боку Трудового кодексу, та відчуття свободи на ринку праці незалежно від стартових фінансових можливостей, заробітна плата (може бути більшою, ніж прибуток від підприємницької діяльності). Щодо мінусів − це питання особистих амбіцій, готовності опинитися в зоні ризику, якщо підприємство закривається, змінюються профіль, власники чи менеджери.

Важливо чесно відповісти собі на питання: чи легко мені перебувати в стані, коли не можу впливати на процеси виробництва, стосунки в колективі тощо. Якщо так, то краще залишатись найманим працівником. Проте люди з тією самою «підприємницькою жилою» так не можуть.

Необхідність розвивати бізнес, витримувати конкуренцію спонукає підприємців отримувати нові знання, наймати консультантів, використовувати досвід успішних бізнесменів і ділитися своїм.

Для початківця важливо отримати відповіді на питання: як заснувати бізнес, прорахувати витрати, правильно вести облік і звітність, скласти фінансовий план, отримати фінансування на розвиток бізнес-ідеї, просувати свій продукт, управляти працівниками тощо. Крім даного стартового відео-курсу є інші освітні ресурси, якими можна скористатися, щоб розвивати свій бізнес. Розвиток бізнес-освіти в Україні досягнув рівня, що відповідає світовими стандартам в цій сфері. Українці готові створювати та навчатись якісно новим підходам до ведення бізнесу, в основі яких лежить не лише значення грошей, але й цінності, місія. Саме тому з’являється багато доступних програм для підприємців.

Сучасна освіта для підприємців може бути платною і безоплатною (завдяки численним освітнім програмам за підтримки міжнародних організацій). Бізнесменам-початківцям краще починати з можливостей, доступних безкоштовно.

У межах Програми ООН із відновлення та розбудови миру проводять серії безкоштовних тренінгів з розвитку підприємницьких компетентностей. Для участі в таких семінарах достатньо попередньо зареєструватися.

Використовуючи інтернет-ресурси, можна пройти навчання в зручний час за програмою, яка відповідає конкретним потребам майбутнього підприємця. Приклад − «Національна онлайн-школа для підприємців» на онлайн-платформі «Дія.Бізнес». Може стати в нагоді освітня платформа Державної служби зайнятості. Тож спробуйте пройти тест, оцініть свій підприємницький хист на цьому етапі, поміркуйте над удосконаленням своїх здібностей робити власну справу.

2.Підприємець як визначальна особистість у бізнесі

Необхідною передумовою започаткування та успішного здійснення підприємництва є наявність самих підприємців. Постать підприємця як основного суб’єкта ринкових відносин є ключовою у конструкції ринку. Підприємець – це людина, яка здійснює самостійну, систематичну, ініціативну, ризикову діяльність, спрямовану на виробництво товарів та надання послуг з метою одержання прибутку або особистого доходу, і передбачає здійснення нововведень.

Нагромаджений досвід розвинених країн незаперечно підтверджує істину, що

бізнесу не можна навчитися, перегортаючи підручники, але вони допоможуть кожному, хто приходить у бізнес, зрозуміти його таємниці і освоїтися в ньому. Виходячи з цього, необхідно на основі обробки літературних джерел з'ясувати набір якостей, необхідних підприємцеві.

Якості успішного підприємця:

а) постановка мети та наполегливість: важливо, щоб власник вмів встановити чітку мету і завдання, які були б високими і багатообіцяючими, і водночас реалістичними і досяжними. Паралельно до цього має існувати зобов'язання на довгострокові майбутні проекти і на виконання завдань, що можуть мати доволі віддалену перспективу у майбутньому. Суттєвою запорукою успіху власника є рішучість виконати роботу за майже будь-яку ціну;

б) здатність поводитися з людьми: успішний підприємець має вміти продавати. Це означає здатність переконувати інших робити кроки у конкретних напрямах. Цього навряд чи можна досягти, якщо певна особа перебуває у поганих стосунках із іншими. Тут важливими є такі риси, як весела вдача, бажання співпрацювати та тактовність;

в) здатність спілкування: власник повинен вміти спілкуватися, розуміти почуте і прочитане, а також володіти даром письмового спілкування. Здатність передавати думки іншим є життєво необхідною для кожного підприємства, однак для малого підприємства вона обов'язкова;

г) конкуренція із встановленими для себе стандартами: для успіху власника є важливими бажання і схильність встановлювати високі, але реалістичні стандарти для самого себе, а тоді конкурувати із самим собою. Доволі часто на малому підприємстві встановлення мети і її виконання може виконуватися однією особою. Більше нема кого звинувачувати у банкрутстві малого підприємства, окрім як особу, що все взяла на себе;

д) уроки банкрутства: якщо навіть справи на малому підприємстві спочатку ідуть добре, необхідно, щоб власник навчився ставитись до банкрутства як до способу отримання кращого розуміння того, як запобігти повторному банкрутству;

е) впевненість у своїх силах та віра у власне призначення: власник повинен непохитно вірити у свою здатність досягти цілей і вірити у власне призначення. Також дуже важливо, щоб особа вірила у те, що успіх і невдача швидше залежать від особистого контролю, а не визначені долею;

ж) вдавання до помірного ризику: кожному комерційному і особливо малому підприємству притаманний ризик, тому власник повинен бути схильним вдаватися до помірного, прорахованого ризику, що дасть не гарантовану, та все ж реальну можливість досягти успіху;

к) ініціативність та пошук особистої відповідальності: ніхто не допоможе власникові прийняти важливі рішення чи визначити наступні кроки. Важливою складовою частиною успіху є заповнення вакууму керівництва, якщо такий є. До того ж, майбутньому власнику повинні подобатися такі ситуації, за яких можна визначити особистий вплив на проблеми;

л) рівень працездатності та енергійності: ведення власної справи є тяжкою роботою. Власник повинен вміти працювати допізна і спати менше звичайного. Тут надзвичайно важливо бути енергійним, наполегливим і мати добре здоров'я;

м) пристосування до невизначеності: кожне мале підприємство стикається з багатьма критичними ситуаціями, які може вирішити тільки власник. Він повинен вміти жити за середньо-високого рівня непевності щодо роботи та безпеки роду занять, і має

вміти вирішувати кілька завдань водночас;

н) здатність мислити: для того щоб стати успішним власником і незалежним бізнесменом, ви маєте володіти оригінальним мисленням, творчим підходом та здатністю критично аналізувати ситуації. Тут вкрай важливо вміти вирішувати проблеми - особливо, якщо це можна робити за скрутних обставин;

п) залучення персоналу зі сторони: підприємець повинен мати здатність до пошуку ідей і застосування думок інших, для того щоб вдатися до виправних дій і покращити якість ділових рішень. Така орієнтація спрямована на отримання знань і досвіду, а також допомоги для вирішення проблем;

р) технічні знання: небезпечно входити в комерційну діяльність, не знаючи броду. Якщо підприємцеві бракує необхідних знань, то він має отримати їх завдяки програмі самоосвіти, працюючи співробітником в подібному підприємстві, отримуючи право діяльності в певному районі, стаючи партнером чи наймаючи досвідченого працівника. Деякі з цих варіантів криють в собі небезпеку, через те що ставлять підприємця в залежність від милості інших;

с) відчуття чисел: стан підприємства оцінюється за фінансовими звітами. Не обов'язково бути знавцем цих звітів, але "цифри" не повинні лякати майбутнього бізнесмена. Рано чи пізно доведеться приймати важливі рішення на основі "чисел". Чим краще підприємець здатний зрозуміти ці показники, тим ефективнішими будуть його рішення;

т) відчуття грошей: підприємець повинен усвідомлювати, що гроші є важливим фактором у веденні справи. Рання повага до грошей й уміння користуватися ними є важливими аспектами успіху незалежного бізнесмена;

у) родинні зв'язки: успішний підприємець часто має родинні зв'язки, що вказують на підприємницьку вдачу з боку батька, матері чи близьких родичів;

ф) послужний список: люди, що справді хочуть відкрити своє підприємство, мають спочатку попрацювати на інших. Їм здається, що більшість начальників не такі розумні, як вони, а робота дуже швидко перетворюється на “нудьгу зелену”. Комерційна діяльність і стаж роботи у дитинстві допомагають виробити у людей дух самостійної зайнятості.

3.Професійна культура бізнесової діяльності

Професійна культура бізнесової діяльності безпосередньо впливає на підприємницький успіх. Насамперед варто усвідомити, що сучасна підприємницька діяльність може ефективно здійснюватися і розвиватися за умов належного дотримання вимог не тільки економічного, а й соціального та політичного характеру. Йдеться про те, що у своїй діяльності підприємець має обов’язково

керуватися установленими у всіх цивілізованих країнах нормами поведінки. Підприємницька культура охоплює широкий спектр питань ділової етики і етикету, з якими необхідно ознайомитися в навчальному посібнику з предмету, а також в інших джерелах сучасної літератури. Основну увагу слід приділити основним складникам ділової етики підприємця, а саме: етика спілкування; етика привітання, прийомів та переговорів; етичні норми реклами. Варто звернути увагу на те, що ділова етика (етика бізнесу) є одночасно економічною і духовною категорією.

Рухливий і динамічний підприємницький сектор, зокрема мале підприємництво, сприяє формуванню здорового конкурентного середовища, розширяє можливості працевлаштування населення, зумовлює появу нових стимулів до суспільно-корисної,

продуктивної діяльності. Однак реалізація потенційних можливостей не відбувається автоматично. Вона вимагає глибоких та різноманітних знань підприємців, менеджерів, неабияких зусиль щодо самостійного ініціативного ведення власної справи. Набуття знань з проблем сучасного підприємництва — безперервний процес. Механізм створення власної справи — це винятково складний і багатогранний процес, який вбирає в себе глибокі знання з економіки, права та психології. Створюючи власну справу, потрібно знати, що це не лише можливість користуватися благами, які пророкує це починання, а й відповідальність за функціонування, розвиток та виживання цієї справи. Хто може бути підприємцем, які його функції та правовий статус? Які є форми організації підприємництва? Як створити власну справу? Саме ці питання та практичні поради ми і розглянемо в цьому розділі.

Успіх у підприємництві базується на здатності підприємця приймати правильні (обґрунтовані) рішення. Підприємець є визначальною особою в підприємництві, ключовою (центральною) фігурою в ринковій економіці. Будь-який підприємець працює як ділова людина, але не будь-яку ділову людину можна назвати підприємцем. Хто ж такий підприємець? Чим він відрізняється від інших суб'єктів господарської діяльності?

Підприємцем прийнято вважати ділову людину, котра придумує щось нове або покращує щось уже існуюче і реалізує його в практичній діяльності. Зміст самостійного прийняття інноваційного рішення підприємцем зводиться до організації виробництва і поставки на ринок товарів та послуг з певним зиском для себе. Таким чином, підприємець — це людина, яка здійснює самостійну, систематичну, ініціативну, ризикову діяльність, що спрямована на виробництво товарів та надання послуг з метою одержання прибутку або особистого доходу і передбачає здійснення нововведень.

Отже, підприємець — це суб'єкт, що поєднує в собі комерційні, організаторські та новаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ та їхніх нових якостей, нових сфер застосування капіталу. Саме ініціатива, самостійність, творчість та динамізм дають змогу енергійним людям, якими є підприємці, перетворювати цікаві ідеї у реальність. Успіх підприємницької діяльності багато в чому залежить від здібностей і таланту людини, яка нею займається. Це, власне, й робить підприємця центральною постаттю ринкової економіки в цілому.

Поняття "підприємець" часто вживають як синонім таких понять, як "господар", "власник", "новатор", "бізнесмен". Людину, яка організувала свою справу і веде її, називають одним із цих понять. Але виникає запитання: суб'єкта, який має свою майстерню або ферму, де виробляється певна продукція, реалізація якої дає йому змогу лише існувати, можна назвати підприємцем? Ясна річ, що ні. Це поняття більш широке, ніж підприємець. Підприємця від інших суб'єктів господарювання відрізняють специфічні функції, які він виконує (має виконувати), та його визначальні (характерні) ділові якості.

Які ж основні функції виконує підприємець?

Підприємець виконує чотири функції, специфічні саме для цього виду діяльності, а саме: ресурсну, управлінську, інноваційну, ризикову.

Ресурсна функція полягає в тому, що підприємець бере на себе ініціативу поєднання фінансових, виробничих, матеріальних, сировинних, людських, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів у процесі виробництва товару чи надання послуги, організовує виробництво, розподіляє засоби виробництва і трудову діяльність.

Управлінська функція підприємця — це прийняття управлінських рішень на всіх стадіях виробничої та збутової діяльності, здійснення організації, планування, мотивації та контролю виробництва.

Інноваційна функція передбачає здійснення інновацій (нововведень), освоєння нової продукції, нових технологій та нових форм організації виробництва і праці, пошук нових ринків збуту, нових засобів задоволення потреб споживача, перехід від традиційних до нових форм господарювання, які не мають аналогів у господарській діяльності.

Ризикова функція (функція ризику) полягає в необхідності прийняття рішень, які спрямовані на досягнення успіху, але не гарантують його через невизначеність та мінливість економічної ситуації. Підприємець ризикує не лише власним майном, своєю власністю, вкладеними коштами, а й своєю працею, своїм часом, діловою репутацією. Функції підприємця є підставою для виділення підприємницької діяльності у самостійних фактор виробництва. Ось чому ми стверджуємо, що є чотири фактори виробництва: земля, праця, капітал, здатність до підприємництва.

Кожний фактор виробництва дістає винагороду: земля — земельну ренту, праця — заробітну плату, капітал — відсоток, а підприємець за здатність до підприємництва — підприємницький дохід.

Підприємницький дохід складається з двох частин: нормального (звичайного) прибутку та економічного прибутку (надприбутку). Нормальний (звичайний) прибуток — це відшкодування підприємцю за його працю з організації ресурсів та управління виробництвом, що пов'язане з ресурсною та управлінською функціями. Економічний прибуток (надприбуток) — це специфічна частина підприємницького доходу, одержання якого пов'язане з функціями ризику й особливо інновації.

Сьогодні в Україні з метою забезпечення свободи розвитку підприємництва, встановлення правових гарантій його функціонування вироблено певні права, обов'язки і відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності. Розглянемо більш детально правовий статус підприємця, тобто його права, обов'язки та відповідальність.

Права підприємця. Право — це нормативна форма вираження принципу формальної рівності господарюючих суб'єктів в економічних відносинах, це система встановлених або санкціонованих державою загальнообов'язкових правил (норм) поведінки. З метою реалізації господарської ініціативи підприємець має право:

- створювати для здійснення підприємницької діяльності будь-які види підприємств;
- купувати повністю або частково майно та набувати майнового права;
- самостійно формувати господарську діяльність, добирати постачальників та споживачів, встановлювати ціни й тарифи, вільно розпоряджатися прибутком;
- укладати з громадянами трудові договори про використання їхньої праці (контракти, угоди);
- самостійно визначати форми, системи і розміри оплати праці та інші види доходів осіб, які працюють за наймом;
- отримувати будь-який необмежений за розмірами особистий доход;
- брати участь у зовнішньоекономічних відносинах, здійснювати валютні операції;
- користуватися державною системою соціального забезпечення і соціального страхування.

Обов'язки підприємців. Обов'язки — це правові норми (правила), що підлягають обов'язковому виконанню. Основні обов'язки підприємців такі:

- укладати трудові договори (контракти, угоди) з громадянами, яких приймають на роботу за наймом;
- здійснювати оплату праці осіб, які працюють за наймом на рівні, не нижчому від мінімальних розмірів, встановлених законодавством;
- забезпечити відповідні умови й охорону праці, а також інші соціальні гарантії;
- дотримуватися прав з метою забезпечення законних інтересів споживачів, підтримуючи надійну якість вироблених товарів (послуг);
- отримувати ліцензію на діяльність у сферах, які підлягають ліцензуванню відповідно до чинного законодавства.

Відповідальність підприємця. Відповідальність — це правові та етичні відносини підприємців із суспільством (із господарюючими суб'єктами, зі споживачами тощо), які характеризуються виконанням своїх правових норм (правил).

Підприємець відповідає:

- за зобов'язаннями, пов'язаними з цією діяльністю, всім своїм майном, за винятком того, на яке відповідно до законодавчих актів не може бути звернене стягнення;
- за охорону навколишнього середовища;
- за додержання заходів з техніки безпеки, охорони праці, виробничої гігієни та санітарії;
- за заподіяну шкоду і збитки.

Для входження у світ підприємництва для підприємців-початківців необхідні знання, ентузіазм, велике вміння та бажання знайти своє місце в цьому складному світі бізнесу. Велике значення мають і знання головних заповідей підприємця. Які ж основні заповіді підприємця?

1. Постійно генеруйте ідеї.
2. Умійте збагачувати власність.
3. Не бійтеся конкуренції.
4. Працюйте на споживача, його вимоги.
5. Не бійтеся зменшити ціну, бійтесь її збільшити.
6. Створіть команду на довірі.
7. Складайте бізнес-план.
8. Рекламуйте не стільки товар, скільки імідж своєї фірми.
9. Не бійтеся брати кредити (якщо їх дають).
10. "Не тримайте всі яйця в одному кошику".
11. Вудьте доброзичливі.
12. Безперервно навчайтеся і творіть.

Тема № 3
Правові засади підприємницької діяльності в Україні

1.Правові засади підприємницької діяльності в Україні

Планування власного бізнесу спонукає шукати відповіді на низку питань:

- хто має право займатися підприємницькою діяльністю;
- які види економічної діяльності дозволені в Україні;
- як зареєструвати, або узаконити свою діяльність;

– як оподатковується дохід чи прибуток підприємця, та чимало інших.

Відповіді на такі питання потрібно шукати передусім у Господарському кодексі України, який діє з 2004 року. І в інтернеті, де є його електронна версія.

Податковий кодекс України визначає перелік податків та зборів, платників, їхні права та обов''язки, відповідальність за порушення податкового законодавства та інші аспекти у сфері оподаткування.

Раджу знайти онлайн Господарський і Податковий кодекси України, ознайомитися з обсягом, структурою цих документів, особливостями пошуку необхідної інформації.

Кодекс законів про працю України визначає правові основи найму працівників підприємцем: укладання трудового договору, робочий час, нормування й оплату праці та інші питання.

Нині чинний Закон «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні». Цей закон визначає за яких умов і яким чином підприємці можуть отримати фінансову чи інформаційну державну підтримку.

Правові основи підприємництва висвітлено в низці інших законів України, постановах Верховної Ради та Кабінету Міністрів, указах Президента та інших нормативних актах. Якщо виникатимуть питання, потрібно зайти відповідні закони в інтернеті. За необхідності – можна звернутися за консультацією до юриста.

У правовому полі України для здійснення підприємницької діяльності може бути створене підприємство, яке є юридичною особою, або зареєстровано підприємцем фізичну особу.

Читаємо Господарський кодекс України: підприємство – самостійний субєкт господарювання, створений для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами.

Підприємство діє на основі статуту, має відокремлене майно, самостійний баланс доходів і витрат, рахунки в установах банків та може мати печатки.

Підприємство може складатися з цехів, відділень, дільниць, бригад, лабораторій, а також підрозділів управління.

Залежно від форм власності в Україні є підприємства таких видів: приватне, колективне, комунальне, державне та підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності).

В Україні можуть діяти також інші види підприємств, передбачені законом. Наприклад, якщо в статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить не менш як 10%, воно є підприємством з іноземними інвестиціями. Якщо в статутному капіталі іноземна інвестиція становить 100%, це – іноземне підприємство.

Залежно від способу утворення, або заснування та формування статутного капіталу в Україні діють підприємства двох типів: унітарні і корпоративні. Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне майно, формує статутний капітал, розподіляє доходи. Корпоративне підприємство утворюється, як правило, двома або більше засновниками, але за їхнім спільним рішенням, діє на основі об’єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників, або як ми кажемо учасників. Засновники розподіляють і доходи, і ризики підприємства.

Підприємства залежно від кількості працюючих та доходів за рік можуть належати до суб’єктів малого, середнього або великого підприємництва.

За законодавством України з 2018 р. підприємства розрізняють таким чином:

	кількість працівників	річний дохід
мікропідприємство	до 10 осіб	не більше 700 тис. євро
мале підприємство	до 50 осіб	не більше 8 млн євро
середнє підприємство	до 250 осіб	не більше 40 млн євро
велике підприємство	більше 250 осіб	понад 40 млн євро.

Пам’ятаємо: підприємства – юридичні особи в економічному середовищі країни.

В Україні підприємницьку діяльність можуть вести фізичні особи-підприємці. Читаємо закони. Фізична особа-підприємець, скорочено ФОП – це громадянин, який веде підприємницьку діяльність, зареєстрований у державних органах і сплачує відповідні податки.

Відповідно до чинного законодавства місцеві органи мають дати йому дозвіл для заняття певним бізнесом. Згідно з новим Цивільним кодексом України підприємцем можна зареєструватися з 16 років.

Переваги фізичної особи-підприємця:

легко зареєструвати ій вести облік, просто отримувати прибуток (усі кошти, які надходять на рахунок фізичної особи-підприємця, він може знімати, і не потрібно за них звітувати, головне − своєчасно сплачувати податки та подавати звітність). Офіс необов’язковий, тому що фізичні особи-підприємці реєструють за місцем реєстрації фізичної особи.

Основний недолік ФОП − ризик власним майном, але якщо вести діяльність у правовому полі, на таку ситуацію можна ніколи не натрапити.

Перш, ніж реєструвати статус підприємця, потрібно визначитися з тим, яку групу

фізичних осіб-підприємців як платників єдиного податку обрати. Пам’ятаємо, вищий ранг групи – більші податки ій платежі.

Фізичні особи-підприємці I групи можуть торгувати на ринку, надавати побутові послуги населенню. Наприклад: виготовляти за індивідуальним замовленням, надавати послуги з ремонту, або реставрації, технічного обслуговування, прання, чищення, фарбування, виконання фоторобіт, виробки хутра, прибирання приміщень, перукарські, ритуальні послуги, послуги, пов’язані з сільським і лісовим господарством. Передбачено, що підприємець виконує всю роботу самостійно, без найнятих працівників. Встановлено максимальний дохід 1 млн грн за рік (з квітня 2020 р.).

Фізичні особи-підприємці II групи можуть надавати послуги і населенню, і платникам єдиного податку, тобто фізичним особам-підприємцям, вони можуть виробляти й продавати товари і в торговельній точці, і в інтернеті, торгувати пивом, вести ресторанний бізнес, працювати на фрілансі. ФОПам цієї групи дозволено наймати в штат до десяти співробітників. Максимально допустимий дохід за рік не може перевищувати 5 млн грн.

Фізичні особи-підприємці III групи можуть вести будь-яку діяльність, крім тих, які заборонені для підприємців на єдиному податку. Для ФОПів цієї групи немає обмежень щодо кількості співробітників. Максимально допустимий дохід за рік становить 7 млн грн.

До IV групи належать фізичні особи-підприємці, які провадять діяльність виключно в межах фермерського господарства. Для застосування ФОП-фермером IV групи єдиного податку необхідно дотримуватись таких вимог: не використовувати працю найманих осіб, а площа сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду у власності та/або користуванні членів фермерського господарства має становити не менше 2 гектарів, але не більше 20 гектарів.

В Україні законодавчо визначено права, обов'язки і відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності. Познайомимось з основними правами підприємця:

- створювати будь-які види підприємництва;
- купувати майно;
- самостійно організовувати господарську діяльність;
- вільно розпоряджатися прибутком;
- використовувати найману працю;
- встановлювати в межах законодавства форми, розміри оплати праці;
- отримувати будь-який особистий дохід;
- користуватися державною системою соціального забезпечення.
- А тепер обов'язки підприємця:
- дотримуватися чинного законодавства;
- вести фінансовий облік;
- здійснювати обов'язкові платежі;
- укладати трудові договори з громадянами, яких прийнято на роботу за наймом;
- забезпечувати належні і безпечні умови праці, оплату праці не нижчу визначеної законом та її своєчасне одержання працівниками, а також інші соціальні гарантії;
- дотримуватися прав споживачів, не завдавати шкоди довкіллю.

Підприємець відповідає за зобов'язаннями, пов'язаними з його діяльністю, усім своїм майном (за винятком того, на яке відповідно до законодавчих актів не може бути накладеное стягнення); за охорону навколишнього середовища, дотримання техніки безпеки, охорони праці, виробничої гігієни та санітарії. За завдану шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом відповідальність.

2.Основні організаційно-правові форми підприємств малого бізнесу

Будь-яка підприємницька діяльність здійснюється в певних організаційних формах. Вибір форми організації підприємницької діяльності залежить від особистих пристрастей та смаків, але в основному визначається об'єктивними умовами — сферою діяльності, наявністю грошових коштів, перевагами та недоліками відповідних форм підприємств. Щоб зробити правильний вибір, треба знати, з чого можна вибрати.

Організаційною одиницею підприємництва є фірма або компанія.

Фірма — це підприємство, організація, установа, яка здійснює господарську діяльність з метою одержання прибутку. Фірмою можуть бути представлені індивідуальні підприємці або об'єднання їх.

Компанія — це асоціація підприємств, що функціонує на принципах партнерства, корпорації або інших формах організації бізнесу.

Це лише загальна назва, що використовується щодо будь-якого підприємства. Вона відбиває лише те, що підприємства або організації мають права юридичної особи або фізичної особи (громадяни-підприємці). Проте поняття "фірма" або "компанія" не

відображають організаційно-правового статусу суб'єкта підприємницької діяльності. Тому, крім назви фірми, будь-якому підприємцю важливо вибрати конкретну організаційно-правову форму своєї діяльності, тобто зафіксовану нормами права єдність організаційних і економічних засад діяльності суб'єкта підприємництва.

Найбільш прикметними ознаками, що відрізняють одну організаційно-правову форму від інших, доцільно вважати:

- кількість учасників створюваного господарського суб'єкта (об'єднання);
- хто є власником використаного капіталу;
- джерела майна як матеріальної основи господарської діяльності;
- межі майнової (матеріальної) відповідальності;
- спосіб розподілу прибутку і збитків;
- форму управління суб'єктом господарювання.

Загальновідомі три основні організаційно-правові форми підприємницької діяльності:

1) одноосібні володіння;

2) партнерства (товариства);

3) корпорації.

Розглянемо детальніше ці форми.

Одноосібне володіння. Суть його полягає в тому, що все майно фірми належить одному власникові, який самостійно управляє фірмою, одержує прибуток і несе повну особисту відповідальність за всі зобов'язання фірми. Одноосібні володіння мають свої переваги.

По-перше, оскільки весь прибуток належить підприємцеві, він кровно зацікавлений в ефективній праці. Зосередження прибутку в одних руках дає можливість безпосередньо використовувати його в інтересах справи. До того ж прибуток підприємця в ринковій економіці розглядається як його індивідуальний дохід і оподатковується лише індивідуальним прибутковим податком (а не податком на прибуток, як в інших формах підприємницької діяльності).

По-друге, у власника фірми витрати на організацію виробництва невеликі. Його управлінські рішення негайно втілюються в життя. Він непідзвітний співвласникам чи будь-яким керівним органам. Невеликі розміри фірми дають змогу підприємцеві підтримувати прямі контакти зі своїми працівниками та клієнтами. Повна незалежність дуже цінується підприємцями.

По-третє, одноосібному володінню властива простота в організації фірми та її ліквідації. В обох випадках достатньо лише рішення самого підприємця.

Проте ця форма підприємництва має і значні недоліки.

1. Труднощі із залученням великих капіталів, оскільки власних фінансових ресурсів одноосібного підприємця здебільшого не вистачає для розвитку свого діла. Через невисокий рівень платоспроможності комерційні банки неохоче надають таким підприємцям великі кредити, вимагаючи більш високу плату за користування ними.

2. Повна відповідальність за борги. Це означає, що в разі невдалого господарювання одноосібний власник може втратити не лише особисті заощадження, а й усе власне майно, яке піде на сплату боргів кредиторам.

3. Немає спеціалізованого менеджменту, що, ясна річ, негативно позначається на ефективності підприємницької діяльності. Адже одноосібний власник сам виконує всі управлінські функції. Проте далеко не всі люди здатні не це.

4. Невизначеність термінів функціонування. Підприємницька діяльність такої організаційної форми юридично припиняється в разі банкрутства, позбавлення волі за карний злочин, психічного захворювання або смерті одноосібного власника.

Партнерство (товариство). Ця форма організації підприємництва є логічним продовженням розвитку одноосібного володіння. Така організаційно-правова форма підприємницької діяльності передбачає об'єднання капіталів двох і більше окремих фізичних або юридичних осіб за умов розподілу ризику, прибутку і збитків на основі рівності, спільного контролю результатів бізнесу, активної участі в його веденні. Основою взаємин між сторонами, що вступають у партнерство, є договір.

За ступенем участі засновників (партнерів) у діяльності підприємства прийнято розрізняти товариства: повні (з повною відповідальністю); командитні; товариства з додатковою та обмеженою відповідальністю. Розглянемо, які переваги має партнерство перед одноосібним володінням.

По-перше, зростають фінансові можливості фірми внаслідок об'єднання кількох капіталів. Банки сміливіше дають кредити таким фірмам.

По-друге, вдосконалюється управління фірмою. Заявляється спеціалізація в управлінні, тобто розподіл управлінських функцій між партнерами. Крім того, є можливість найняти професійних менеджерів.

По-третє, велика свобода й оперативність господарських дій.

По-четверте, як і одноосібні володіння, партнерства користуються податковими пільгами, оскільки прибуток кожного учасника оподатковується як його індивідуальний дохід.

Проте цей тип організації підприємницької діяльності має певні недоліки, через що він інколи не тільки не може подолати недосконаліть одноосібної власності, а й породжує нові проблеми.

1. Необмежена відповідальність будь-якого товариства може загрожувати всім партнерам так само як і одноосібному власнику. Крах одного з партнерів може спричинити банкрутство товариства в цілому, оскільки в більшості випадків учасники несуть солідарну відповідальність.

2. Недостатність досвіду господарювання і несумісність інтересів партерів можуть провокувати малоефективну діяльність, а колективний менеджмент - негнучке управління товариством

3. Непередбачуваність процесу і результатів діяльності товариства як нестійкої організаційно-правової форми підприємств значно збільшують господарський ризик і зменшують впевненість у досягненні очікуваного зиску.

Корпорація (акціонерне товариство) є зараз домінуючою формою підприємницької діяльності. її власниками вважаються акціонери, що мають обмежену відповідальність у розмірі свого внеску в акціонерний капітал корпорації. Весь прибуток корпорації належить її акціонерам. Виокремлюють дві його частини. Одна частина розподіляється серед акціонерів у вигляді дивідендів, друга — це нерозподілений прибуток, що використовується на реінвестування. Функції власності та контролю поділені між акціонерами (власниками акцій) і менеджерами.

Переваги корпорації (акціонерного товариства) достатньо відомі.

По-перше, корпорація є найефективнішою формою організації підприємницької діяльності з огляду на реальну можливість залучення необхідних інвестицій. Саме через ринок цінних паперів (фондову біржу) вона може об'єднувати різні за розмірами капітали

великої кількості фізичних і юридичних осіб для фінансування сучасних напрямів науково-технічного й організаційного прогресу, нарощування виробничого потенціалу.

По-друге, потужній корпорації значно простіше постійно збільшувати обсяги виробництва або послуг. Це дає добру можливість отримувати постійно зростаючий прибуток.

По-третє, кожний акціонер як співвласник корпорації несе лише обмежену відповідальність (за банкрутства фірми він втрачає тільки вартість своїх акцій). Важливо й те, що окрема особа може зменшити свій власний фінансовий ризик, якщо купуватиме акції кількох корпорацій. Кредитори можуть пред'явити претензії лише корпорації як юридичній особі, а не окремим акціонерам як фізичним особам.

По-четверте, корпорація — це організаційно-правове утворення, яке може функціонувати дуже тривалий період (постійно), що створює необмежені можливості для перспективного розвитку.

Корпоративна форма організації підприємницької діяльності, як і всі інші, має відповідні недоліки:

1. Є певні розбіжності між функціями власності та контролю, що негативно впливає на необхідну гнучкість оперативного управління корпорацією. Розподіл функцій власності та контролю може призвести до виникнення соціальних суперечностей (конфліктів) між менеджерами й акціонерами корпорації.

2. Корпорація сплачує більші податки в розрахунку на одиницю отримуваного прибутку, ніж інші організаційні форми бізнесу. Адже оподаткуванню підлягає спочатку отриманий корпорацією прибуток, а потім — дивіденди акціонерів, тобто фактично існує проблема подвійного оподаткування.

3. У корпоративній формі бізнесу існують потенційні можливості для зловживань посадових осіб. Наприклад, керівництво корпорації може організувати емісію акцій для покриття збитків, спричинених безгосподарністю певних структурних ланок.

Таким чином, кожне з трьох основних організаційно-правових форм підприємництва має свої переваги та недоліки (обмеження), які враховує підприємець, розпочинаючи свою справу. Вибір орієнтованої форми залежить від мети та фінансових потреб конкретного напряму підприємницької діяльності.

Тема № 4
Підготовка до початку бізнесу. Бізнес-план. Структура бізнес-плану.

1.Бізнес-планування як основа створення бізнесу. Сутність і види бізнес-плану

Бізнес-планування – це процес розроблення і детального обґрунтування реалізації підприємницької ідеї, який включає аналіз ринкових, виробничих, організаційних і фінансових аспектів передбачуваного бізнесу та визначення найкращих способів досягнення наперед встановлених цілей. У процесі бізнеспланування вирішуються такі основні стратегічні й тактичні завдання:

- оцінювання організаційно-управлінського та фінансово-економічного стану підприємства;
- аналіз зовнішнього бізнес-середовища підприємства, його сильних і слабких сторін діяльності;
- формування цілі, розроблення стратегії і тактики конкурентної боротьби підприємства;

- визначення потреби та джерел надходження матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, необхідних для досягнення цілей підприємства;

- оцінювання фінансових результатів на перспективу та виявлення ризиків у діяльності підприємства;

- інформування працівників підприємства про цілі бізнесу й засоби їхнього досягнення;

- розроблення заходів для мотивації працівників підприємства на виконання завдань підприємства тощо.

Результатом бізнес-планування є своєрідна модель задуманої справи – бізнес-план. Бізнес-план – це: – робочий інструмент менеджера для організації своєї роботи; – розгорнена програма (раціонально організованих заходів, дій) здійснення бізнес-проекту, що передбачає оцінювання витрат і доходів; – документ, що характеризує основні сторони діяльності і розвитку підприємства; – результат дослідження й обґрунтування конкретного напряму діяльності підприємства на певному ринку. Підприємство може мати одночасно декілька бізнес-планів, у яких ступінь деталізації обґрунтувань може бути різним. У малому підприємництві бізнес-план і план підприємства можуть збігатися і за обсягом, і за змістом.

Бізнес-план – документ, де аналізуються головні проблеми, з якими може зіткнутися підприємець, і визначаються основні способи їхнього вирішення. Бізнес-план – це план розвитку підприємства, необхідний для вдосконалення існуючих та освоєння нових сфер діяльності підприємства; створення нового вигляду і форм бізнесу.

Мета розроблення бізнес-плану – планування фінансової, виробничої і реалізаційної діяльності фірми на найближчі і віддалені періоди відповідно до потреб ринку та можливостей залучення необхідних матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Бізнес-план у системі управління підприємством виконує дві найважливіші функції: зовнішню – ознайомити різних представників ділового світу з сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї; внутрішню – опрацювати механізм самоорганізації, тобто цілісну, комплексну систему управління реалізацією підприємницького проекту.

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

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

1) як інструменту стратегічного планування та оперативного управління діяльністю підприємства. Розроблення бізнес-плану вимагає визначення не тільки стратегічних напрямів і цілей діяльності, але й оперативних дій та шляхів їхнього досягнення. Тобто бізнес-план є основою поточного планування усіх аспектів діяльності підприємства;

2) як механізму аналізу, контролю та оцінювання діяльності підприємства. Бізнес-план дає можливість аналізувати, контролювати та оцінювати успішність діяльності у процесі реалізації підприємницького проекту, виявляти відхилення від плану та своєчасно коригувати напрями розвитку бізнесу. Специфіка бізнес-плану полягає в тому, що це комплексний документ, який відображує всі основні аспекти підприємницького

проекту. У ньому розглядається широке коло проблем, на які може натрапити підприємець, і визначаються засоби вирішення цих проблем. Водночас слід зазначити, що принципи управління за допомогою бізнес-плану передбачають необхідність урахування в процесі розроблення конкретного бізнес-плану багатьох специфічних для даного підприємницького проекту факторів.

Так, комерційно-виробничий бізнес-план (бізнес-план розвитку підприємства) необхідний для обґрунтування шляхів і способів досягнення цілей розвитку підприємства з найменшими витратами, визначення економічних і фінансових показників на перспективу, обґрунтування доцільності залучення необхідних інвестицій та ресурсів.

Метою інвестиційного бізнес-плану є обґрунтування доцільності будівництва нового об'єкта або впровадження нової технології виробництва продукції, пов'язаних із залученням інвестицій. У бізнес-планах такого типу основна увага приділяється поверненню кредитів і своєчасній оплаті відсотків за їхнє використання. Зазвичай банки розробляють певні стандарти інвестиційних бізнес-планів.

Бізнес-план структурного підрозділу розробляється для обґрунтування обсягів і ступеня пріоритетності централізованого виділення ресурсів або величини прибутку, що залишається в розпорядженні окремого підрозділу.

Бізнес-план фінансового оздоровлення визначає цілі та розкриває процес проведення санації підприємства-боржника. В ньому дається докладна оцінка кризового стану підприємства та обґрунтовуються основні параметри його фінансового оздоровлення.

Метою бізнес-плану реорганізації підприємства є обґрунтування доцільності поділу підприємства або злиття підприємств.

Бізнес-план диверсифікації розробляється не стільки для залучення зовнішнього капіталу на фінансування проекту, скільки для власників підприємства, які бажають розширити свій бізнес. В ньому обґрунтовується сумісність існуючих і нових сфер бізнесу.

2.Структура бізнес-плану

На зміст і структуру бізнес-плану суттєво впливають розміри бізнесу й обсяги фінансових потреб. Чим масштабнішим є підприємницький проект, тим більше інвестицій він потребує, тим ширше коло питань має бути висвітлено у бізнес-плані, тим детальнішими та обґрунтованішими мають бути відповідні розрахунки. Зміст і структура бізнес-плану залежать також і від інших факторів, зокрема: − конкретних характеристик майбутнього продукту бізнесу та стадії його життєвого циклу; − сили конкуренції в галузі; − можливостей розширення бізнесу в майбутньому.

Наявність багатьох факторів, які впливають на зміст, структуру та обсяги бізнес-плану, свідчить, що не існує певної стандартної, універсальної або найліпшої форми бізнес-плану. Кожний підприємець чи компанія складають бізнес-план по-своєму. Підходи до його розроблення змінюються згідно з характером бізнесу, особливостями його середовища, конкретними цілями бізнес-плану, індивідуальними запитами потенційних інвесторів.

Структура бізнес-плану за стандартами Європейського Банку Реконструкції та Розвитку має такий вигляд:

1 Титульний аркуш.

2 Меморандум про конфіденційність.

3 Резюме.

4 Підприємство. 4.1 Історія розвитку підприємства та його стан на момент створення бізнес-плану, опис поточної діяльності. 4.2 Власники, керівний персонал, працівники підприємства. 4.3 Поточна діяльність. 4.4 Фінансовий стан. 4.5 Кредити.

5 Проект. 5.1 Загальна інформація про проект. 5.2 Інвестиційний план проекту. 5.3 Аналіз ринку, конкурентоспроможність. 5.4 Опис виробничого процесу. 5.5 Фінансовий план. 5.6 Екологічна оцінка.

6 Фінансування. 6.1 Графіки отримання та погашення кредитних коштів. 6.2 Застава і поручительство. 6.3 Обладнання та роботи, які будуть фінансуватися за рахунок кредитних коштів. 6.4 SWOT – аналіз. 6.5 Ризики і заходи щодо їх зниження.

7 Додатки.

Узагальнення світового та вітчизняного досвіду складання бізнес-плану підприємств дало змогу Міністерству економічного розвитку та торгівлі України розробити Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств для надання методичної допомоги суб'єктам господарювання при складанні річних і довгострокових планів їхнього розвитку. Відповідно до цих Методичних рекомендацій, затверджених наказом Міністерства економічного розвитку та торгівлі України від 6 вересня 2006 р. № 290, бізнес-план підприємства має складатися з таких основних розділів:

1 Резюме.

2 Характеристика підприємства.

3 Характеристика продукції (послуг), що виробляється підприємством.

4 Дослідження та аналіз ринків збуту продукції (послуг).

5 Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги.

6 План маркетингової діяльності.

7 План виробничої діяльності підприємства.

8 Організаційний план.

9 План охорони навколишнього середовища.

10 Фінансовий план і програма інвестицій.

11 Аналіз потенційних ризиків.

12 Бюджетна та економічна ефективність інвестиційного бізнес-плану.

13 Соціально-економічні наслідки реалізації інвестиційного бізнес-плану.

Однак найбільш поширеною у сфері підприємницької діяльності є така структура бізнес-плану:

- можливості фірми (резюме);
- опис підприємства;
- правове забезпечення діяльності фірми;
- аналіз стану справ у галузі;
- опис продукції / послуг;
- аналіз ринків збуту продукції / послуг; - оцінювання конкурентів і вибір конкурентної стратегії;
- план маркетингу;
- виробничий план;
- інвестиційний план;
- організаційний план;
- фінансовий план;
- аналіз можливих ризиків і страхування.

3.Загальна методологія розробки бізнес-плану

Процес складання бізнес-плану є специфічним у кожному конкретному випадку. Тому практично неможливо дати якусь універсальну (стандартну) схему його розробки. Найбільш складною є процедура опрацювання бізнес-плану для започаткування нового бізнесу. Узагальнення підприємницького досвіду дає змогу виділити в процесі розробки такого бізнес-плану три стадії: початкову; підготовчу; основну. Загальна методологія розробки бізнес-плану передбачає наступні етапи.

1-й етап. Формування інформаційного забезпечення розробки бізнесплану. Перший етап підготовки бізнес-плану включає збір інформації про вимоги до нього щодо даної галузі та масштабів діяльності. Крім того, необхідно сформувати комплекс правової, політичної, економічної, комерційної, науково-технічної, зовнішньоекономічної інформації для забезпечення процесу його розробки.

II-й етап. Розробка концепції та визначення цілей бізнес-плану. Даний етап передбачає опрацювання концепції майбутнього бізнесу, тобто принципових рішень, що становитимуть основу бізнес-плану.

III-й етап. Збір та аналіз інформації щодо обраної підприємницької ідеї, формулювання цілей та завдань. На цьому етапі збирається маркетингова, виробнича, фінансова та загальноекономічна інформація, що безпосередньо стосується обраної ідеї (бізнесу), способів її реалізації, можливих перешкод та сприятливих чинників. Оцінюються також сильні та слабкі сторони діяльності підприємства. Приймається рішення про те, чим даний бізнес (виготовлена продукція) буде відрізнятися від продукції конкурентів, за рахунок чого створюватимуться конкурентні переваги підприємства в даному бізнесі. Важливим моментом цього етапу є визначення стратегічних та першочергових цілей підприємства, а також завдань та термінів їх виконання. Цілі повинні відображати той рівень бізнесу, якого хоче досягти підприємець (підприємство). При цьому досягнення їх можливе через вирішення конкретних завдань, що формують спосіб досягнення. Загальні завдання розділяють на складові, що уточнюють та конкретизують діяльність підприємства, тобто таким чином формується план дій.

IV етап. Основний (розробка бізнес-плану). На основній стадії здійснюється безпосередня розробка конкретного бізнес-плану. На його зміст та структуру впливають масштабність бізнесу та обсяг потреб у грошових коштах. Для масштабного проекту, що потребує значних інвестицій, бізнес-план повинен висвітлювати максимально широке коло питань, включати детальні та ретельно обґрунтовані розрахунки. V-й етап. Презентація бізнес-плану. Презентація, тобто публічне представлення бізнес-плану, здійснюється для ознайомлення зацікавлених осіб з новим бізнесом, демонстрації сутності підприємницької ідеї, налагодження ділових стосунків із потенційними інвесторами (кредиторами). Важливим в процесі презентації є демонстрація очікуваних обсягів продажу в динаміці, обґрунтування обсягів необхідних інвестицій та напрямів їх використання, доведення прибутковості вкладеного капіталу. Доцільно зосередити увагу на вмінні передбачити всі можливі ризики в ході реалізації бізнес-плану та розробити заходи для його зниження. В ході проведення презентації особливе значення має демонстрація особистих якостей керівника, його зацікавленості у своїй справі, професійна компетентність, здатність сформувати кваліфіковану команду менеджерів.

Тема № 5
Реєстрація підприємницької діяльності

1.Поняття ФОП та його реєстрація

ФОП (фізична особа-підприємець) — найпоширеніша форма ведення бізнесу в Україні. За даними сервісу YouControl, протягом 2023 року майже 315 000 українців зареєструвалися як ФОП.

З цифровізацією бізнесу ця процедура стає дедалі простішою. Відкривати і закривати ФОП сьогодні можна онлайн, не виходячи з дому. Як відкрити ФОП в Україні в 2024 році — розглянемо у статті.

Реєстрація ФОП — з чого почати?

Відкрити ФОП може будь-який громадянин України, якому виповнилось 16 років. Він буде сплачувати податки за місцем прописки чи за офіційно зареєстрованим місцем проживання.

Переселенці з тимчасово окупованих українських територій можуть зареєструвати ФОП не за місцем прописки. Попередньо слід отримати документ про тимчасову реєстрацію у Державній міграційній службі України.

Для реєстрації ФОП потрібні такі документи:

- копія паспорта;
- копія ідентифікаційного коду;
- заява на реєстрацію;
- заяву на єдиний податок (для спрощеної системи оподаткування).

Форма заяви на реєстрацію ФОП затверджена наказом № 3268/5 Мін'юсту. Її шаблон можна завантажити за посиланням.

Крок 1. Обираємо КВЕД

КВЕД — це класифікатор видів економічної діяльності. Його можна знайти на сайті Держкомстату. Коди структуровано за галузями економіки. ФОП має право займатися підприємницькою діяльністю лише за тими кодами, які записані в його реєстраційних документах.

Податківці вимагають, щоб ФОПи вносили до Державного реєстру коди КВЕД і вели за ними діяльність. «Єдинникам» потрібно зазначити КВЕД у реєстрі платників єдиного податку.

Отримувати дохід від ведення діяльності можна тільки в рамках зареєстрованих КВЕД. В іншому випадку податкова може позбавити статусу платника єдиного податку і донарахувати податки.

КВЕД впливає на ставку єдиного податку на I і II групах. Для них ставку встановлюють місцеві ради, її розмір залежить від виду діяльності, яким займається ФОП.

Згідно зі ст. 293.6 Податкового кодексу України, якщо ФОП веде діяльність одразу за кількома КВЕД, використовується максимальна для його групи ставка єдиного податку.

Під час подання реєстраційних документів треба вказати, який КВЕД буде основним. Він описує основний напрям бізнесу. Вважається, що за ним ФОП буде отримувати найбільший дохід.

ФОП може вказати лише один основний КВЕД. В паперових документах основним вважається КВЕД, вказаний у списку першим.

Перед реєстрацією ФОПу варто продумати наперед усі види підприємницької діяльності і вказати додаткові КВЕДи. Їх можна додавати в будь-який час. Також ФОП може змінювати КВЕДи, якщо він міняє галузь діяльності або конкретний код йому потрібен для того, щоб отримати ліцензію (наприклад, для продажу алкоголю, тютюнових виробів тощо).

Податкове законодавство не забороняє вести бізнес одразу в кількох галузях (таких як, наприклад, торгівля і надання послуг), тому кількість КВЕД, які можна зареєструвати, необмежена. Але банківські установи можуть сприйняти велику кількість не пов'язаних між собою КВЕДів як ознаку фіктивного бізнесу і відмовити у відкритті рахунку. Розрізнені КВЕДи також можуть привернути увагу податкової.

Чинний класифікатор може не включати окремі види сучасних послуг. У таких випадках ФОПу слід обирати КВЕД, суміжний з його галуззю. Наприклад, для SMM-фахівців підійдуть коди 63.99 «Надання інших інформаційних послуг» та 73.12 «Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації».

Крок 2. Обираємо групу для ФОП

Після вибору КВЕДу необхідно обрати систему оподаткування — загальну або спрощену (єдиний податок).

Загальну систему використовують великі підприємства з великою кількістю найманих працівників. Розмір податку визначається відсотком від суми чистого прибутку за місяць.

Спрощена система підходить для невеликих підприємств. Підприємці на цій системі сплачують єдиний податок (ЄП) — фіксовану суму чи відсоток від обсягу доходу.

Податковий кодекс України (ПКУ) визначає чотири групи платників єдиного податку (ЄП):

ФОП 1 групи — це підприємці без найманих працівників, які займаються роздрібною торгівлею на ринках або наданням побутових послуг людям. Обсяг річного доходу має не перевищувати 1,11 млн грн на рік. Співпрацювати з юридичними особами заборонено.

ФОП 2 групи — невеликі бізнеси з більшим обсягом доходів, ніж у попередній групі. Підприємці можуть займатися виробництвом харчових та нехарчових продуктів, лісовим та рибним господарством, розведенням тварин, ресторанним бізнесом, торгівлею на ринках та в магазинах, наданням побутових послуг, виробництвом товарів, фрилансом тощо. Кількість найманих працівників не більше 10 осіб. Максимальний річний дохід — 5,9 млн грн на рік. ФОПи 2 групи можуть співпрацювати та укладати договори з юридичними особами.

ФОП 3 групи — це підприємці, які можуть працювати самостійно або наймати необмежену кількість робітників. Протягом календарного року обсяг доходу у них не перевищує 8,2 млн грн. Вони можуть співпрацювати з юридичними особами.

ФОП 4 групи — це підприємці, які займаються сільськогосподарською діяльністю. Для цієї категорії передбачені спеціальні системи оподаткування і немає максимального річного ліміту доходу. ФОПи 4 групи можуть співпрацювати з юридичними особами.

Критерії вибору групи для ФОП

Обираючи групу для ФОП, підприємець повинен врахувати такі особливості власного бізнесу:

Обсяг діяльності. Для невеликого бізнесу найкраще підійде 1 група ФОП, для

середнього і великого — 3 група.

Очікуваний прибуток. Якщо він не буде перевищувати 500 000 грн на місяць, варто обрати 2 групу, якщо очікується більш високий прибуток — 3 групу.

Масштабування бізнесу. 3 група ФОП дає найбільше можливостей для розширення бізнесу.

Крок 3. Відкриваємо банківський рахунок

В окремих банках (Приватбанк, Monobank, Raiffeisen Bank-Aval) рахунок можна відкрити онлайн. Підприємець відкриває карту в мобільному застосунку і реєструє її на ФОП. Також рахунок можна відкрити в будь-якому відділенні банку.

Згідно з п. 69.4 Податкового кодексу України, видаткові операції за рахунком можуть розпочинатися лише після того, як банк отримає повідомлення від органу контролю про взяття рахунку на облік.

ФОП має повідомити банк про свій підприємницький статус (п. 69.7 ПКУ). Повідомляти податкову про відкриття рахунку не обов'язково.

Крок 4. Отримуємо кваліфікований електронний підпис

Кваліфікований електронний підпис (КЕП) потрібен підприємцю для реєстрації ФОП онлайн. В подальшому за допомогою КЕП підприємець може вирішувати багато питань, пов'язаних з електронною комерцією: реєструвати ПРРО; підписувати електронні документи; подавати податкову звітність в електронній формі тощо.

Крок 5. Обираємо спосіб реєстрації ФОП

Підприємці можуть зареєструвати ФОП онлайн самостійно у сервісі «Дія», звернутися до ЦНАП або державного реєстратора, а також скористатися послугами юристів.

2.Реєстрація ФОП у сервісі «Дія»

Найпростіший спосіб відкриття ФОП — онлайн через сервіс «Дія». Для цього підприємцю потрібен кваліфікований електронний підпис.

Реєстрація відбувається автоматично без участі державного реєстратора. Потрібно виконати такі дії:

- увійти до кабінету в сервісі «Дія»;
- перейти в меню «Послуги» — «Створення бізнесу»;
- натиснути кнопку «Відкрити за 10 хвилин»;
- вказати громадянство і адресу реєстрації ФОП;
- обрати зі списку КВЕД;
- обрати систему оподаткування (загальну чи спрощену);
- уточнити контактні дані;
- підтвердити заповнену заявку електронним підписом.

Результати про відкриття ФОП можна отримати через протягом 2 робочих днів. В період воєнного стану реєстрація ФОП у податковій може тривати довше.

Для офлайн-реєстрації підприємцю потрібно заповнити заяву на реєстрацію ФОП і записатися на прийом у ЦНАП або до державного реєстратора за місцем прописки.

Для реєстрації у ЦНАП потрібні такі документи:

- паспорт;
- оригінал індивідуального податкового номера;
- заява на реєстрацію ФОП (її можна заповнити на місці);
- за необхідності — заява про перехід на спрощену систему оподаткування.

Протягом доби після подання документів підприємцю стане доступний витяг із

Єдиного державного реєстру. Його можна отримати в електронному кабінеті сервісу «Дія».

Якщо в населеному пункті, де мешкає підприємець, немає ЦНАП, можна звернутися до акредитованого державного реєстратора. Оформлення ФОП відбувається за такою ж процедурою.

Як зареєструвати ФОП через юристів-підрядників

ФОП може скористатися послугами юридичної компанії — її працівники візьмуть на себе підготовку всіх необхідних документів. Вартість таких послуг залежатиме від термінів реєстрації.

Крок 6. Що потрібно зробити ФОПу після реєстрації?

Щоб розпочати бізнес, після реєстрації ФОПу потрібно додатково оформити такі документи:

Виписка про державну реєстрацію ФОП потрібна для співпраці з контрагентами, банківськими установами, перевізниками тощо.

Після реєстрації виписка автоматично надходить на електронну пошту. Також її можна завантажити в особистому кабінеті «Дії» через протягом 24 годин після реєстрації.

Виписка з реєстру платників єдиного податку потрібна ФОПу-«єдиннику», щоб уникнути додаткового оподаткування. Витяг можна замовити в особистому кабінеті на сайті податкової служби і завантажити через 4-5 днів.

Договір із NovaPay потрібен власникам інтернет-магазинів і всім підприємцям, які надсилають товари Новою Поштою. Договір дозволить оподатковувати отриману готівку за ставкою ФОП, а не фізичної особи. Отримати бланк договору можна на сайті NovaPay або в будь-якому відділенні Нової Пошти.

Крок 7. Реєструємо РРО або ПРРО

Згідно з чинним законодавством, для всіх розрахункових операцій з клієнтами ФОП повинен використовувати РРО або ПРРО. Якщо підприємець не дотримується цієї норми, він отримує штраф від податкової.

<u>3.Відмова у реєстрації ФОП та його закриття.</u>

Причини відмови у реєстрації можуть бути такими:

– документи подані неуповноваженою особою

– реєстрація заборонена судовим рішенням, про що є запис у Єдиному державному реєстрі;

– ця фізична особа вже зареєстрована як ФОП, про що є запис у ЄДР;

– намагаєтесь оформити підприємницьку діяльність, яка заборонена законом.

У разі відмови у реєстрації документи надсилають заявнику з детальним поясненням причини. Після усунення проблем документи на відкриття ФОП можна подати повторно.

Закрити ФОП так само просто, як і відкрити. Для цього слід написати заяву і передати її будь-якому державному реєстратору. Також це можна зробити онлайн через сайт «Дія», для чого заповніть форму у спеціальному розділі сайту. Вся персональна інформація вже зберігається в базі даних сайту, тому просто перевірте її уважно, після чого сміливо підтверджуйте за допомогою електронного цифрового підпису. Готова заява автоматично надсилається державному реєстратору, а далі – в державну податкову службу. Після подання та обробки заяви ви побачите її статус в особистому кабінеті та в електронній пошті.

Далі потрібно здати ліквідаційну звітність: підприємці, які сплачували податки за загальною системою, повинні подати податкову декларацію про майновий стан і доходи, а також звіт про суми нарахованого доходу застрахованих осіб і суми нарахованого єдиного внеску протягом 30 днів із моменту закриття ФОП

ФОП на єдиному податку мають подати податкову декларацію платника ЄП, звіт про суми нарахованого доходу застрахованих осіб і суми нарахованого єдиного внеску протягом 40 днів із останнього календарного дня звітного кварталу

Датою припинення роботи фізичної особи-підприємця вважається той день, коли запис про закриття з'явився у системі Єдиного державного реєстру. Перевірити, чи закритий ФОП, можна в особистому кабінеті на сайті «Дія».

Якщо у підприємця були наймані працівники, то треба здати по них звіт із ЄСВ плюс податковий розрахунок сум доходу, нарахованих на користь фізичних осіб, і сум утриманого з них податку (форма 1-ДФ). Найманих співробітників необхідно звільнити відповідно до КЗпП, і тому оплатити не лише їхню працю відповідно до договору, а й видати, зокрема, оплату за невикористану відпустку.

Усі звіти з ЄСВ необхідно здати не пізніше, ніж 30 днів із моменту припинення діяльності ФОП.

На фінальній стадії необхідно закрити рахунок у банку (щоб не платити за обслуговування рахунку, на який уже не приходять платежі) та відкликати ліцензії (за наявності таких), наприклад на збут тютюнових виробів і алкоголю.

Слід зазначити, що й після того, як ФОП закрито, з експідприємця можуть стягнути борги. Їх потрібно сплатити у будь-якому разі, навіть якщо доведеться розрахуватися своїм майном.

Тема № 6
Організація виробництва товару та послуги

1.Основні етапи організації виробництва

Організація виробництва товару або послуги є ключовим аспектом успішної діяльності будь-якого підприємства. Вона охоплює весь комплекс заходів, спрямованих на створення продукції, забезпечення її якості, ефективного використання ресурсів та задоволення потреб споживачів. У цій статті ми розглянемо основні етапи організації виробництва, її принципи та значення для сучасного бізнесу.

Основні етапи організації виробництва

Процес організації виробництва складається з кількох ключових етапів, кожен із яких має своє значення для досягнення кінцевого результату.

1. Аналіз ринку та визначення потреб споживачів

Перед початком виробництва необхідно провести детальний аналіз ринку. Це включає вивчення попиту на товар чи послугу, аналіз конкурентів, а також визначення цільової аудиторії. На цьому етапі формується розуміння того, які саме характеристики продукції будуть важливими для споживачів.

2. Розробка концепції товару чи послуги

На основі зібраної інформації створюється концепція майбутнього продукту. Це може бути як фізичний товар, так і послуга. Важливо врахувати всі аспекти: функціональність, дизайн, якість, ціну та унікальність.

3. Планування виробництва

Планування є одним із найважливіших етапів організації. Воно включає визначення обсягів виробництва, вибір технологій, розрахунок необхідних ресурсів (матеріальних, фінансових і людських). Також на цьому етапі розробляється графік виробничого процесу.

4. Закупівля ресурсів

Для забезпечення безперебійного виробництва необхідно завчасно закупити всі необхідні матеріали та обладнання. Важливо співпрацювати з надійними постачальниками, які гарантують якість і своєчасність поставок.

5. Організація виробничого процесу

Цей етап включає безпосереднє виготовлення продукції. Виробничий процес має бути налагоджений таким чином, щоб забезпечити максимальну ефективність і мінімізацію витрат. Важливу роль відіграє контроль якості на кожному етапі.

6. Реалізація продукції

Після завершення виробничого процесу товар чи послуга потрапляє на ринок. На цьому етапі важливо організувати ефективну систему збуту, маркетингові кампанії та роботу з клієнтами.

Принципи організації виробництва.

Для досягнення високої ефективності організації виробництва підприємства керуються певними принципами:

- Раціональність: оптимальне використання ресурсів і мінімізація втрат.
- Гнучкість: здатність швидко адаптуватися до змін ринкових умов.
- Безперервність: забезпечення постійного циклу виробництва без перебоїв.
-Інноваційність: впровадження нових технологій і підходів для підвищення конкурентоспроможності.
- Екологічність: дотримання екологічних стандартів і відповідальне ставлення до навколишнього середовища.

Правильна організація виробництва має велике значення для успіху підприємства. Вона дозволяє:

- Знизити витрати та підвищити прибутковість.
- Забезпечити високу якість продукції.
- Задовольнити потреби споживачів і підвищити їхню лояльність.
- Зміцнити позиції на ринку та підвищити конкурентоспроможність.
- Забезпечити стійкий розвиток бізнесу в довгостроковій перспективі.

Організація виробництва товару чи послуги — це складний і багатогранний процес, який потребує ретельного планування та управління. У сучасних умовах успіх підприємства залежить від його здатності адаптуватися до змін ринку, впроваджувати інновації та забезпечувати високу якість продукції. Дотримуючись основних принципів і етапів організації виробництва, компанії можуть досягти значних результатів і зміцнити свої позиції в конкурентному середовищі.

2.Показники ефективності використання ресурсів виробництва

Для суспільства та окремого підприємця дуже важливо знати, якою ціною можливе зростання обсягу виробленого товару чи послуги. Найважливіша категорія економіки – ефективність.

Ефективність можна визначити як співвідношення між результатом і витратами для досягнення цього результату. Якщо підприємець здійснює свою діяльність з мінімальними витратами усіх факторів виробництва, то говорять про високу ефективність виробництва даного господарського суб'єкта. Інакше кажучи, чим менше обсяг витрат і чим більше величина, в якій втілений результат господарювання, тим вища ефективність.

Відношення «результат/витрати» може бути виражене як в натуральних, так і в грошових ве- личинах; показник ефективності в цьому випадку може виявитися різним для однієї і тієї ж ситуації.

Розподільна ефективність означає, що ресурси скеровуються на виробництво тих товарів та послуг і в такому їх співвідношенні, яке найбажаніше для суспільства, відповідає попиту. Вона досягається тоді, коли виробляється продукція, що має найкращу, або оптимальну для суспільства, структуру.

Виробнича ефективність досягається, коли бажані для суспільства товари та послуги виробляються з мінімальними витратами. Коли ми виробляємо, наприклад, керамічний посуд із найнижчими можливими витратами на одиницю продукції, то це означає, що ми витрачаємо найменшу кількість ресурсів для виробництва посуду, і, отже, більша кількість ресурсів залишається для виробництва інших потрібних товарів, наприклад, декоративних виробів.

Які ж фактори можуть збільшити ефективність? Передусім – це спеціалізація. Спеціалізація – це зосередження зусиль кожного з учасників господарського життя суспільства на здійсненні певного виду діяльності.

Спеціалізація має місце в тих випадках, коли господарська одиниця виробляє менший набір товарів або послуг. Наприклад, станція технічного обслуговування автомобілів може зосередити ресурси тільки на рихтуванні кузова автомобіля або ремонті двигунів; одна кав'ярня пропонує лише кілька видів кави, тоді як інша – великий асортимент кавових напоїв, кондитерських виробів і приготування меленої кави.

Чинниками зростання ефективності також є комплексна автоматизація, інформатизація, використання відновлюваних джерел енергії, нових матеріалів, біотехнологій тощо.

Продуктивність – це кількість продукції (товарів і послуг), виробленої на одиницю витрачених виробничих ресурсів. Зростання продуктивності означає виробництво більшої кількості товарів і послуг з незмінної кількості ресурсів, або виробництво тієї ж кількості товарів і по- слуг з меншої кількості ресурсів, або комбінацію цих двох можливостей.

Є три основні способи збільшення продуктивності: (1) спеціалізація; (2) інвестиції в капітальні блага; (3) інвестиції в людський капітал. Розглянемо детальніше основні способи підвищення продуктивності.

Поглиблення спеціалізації праці пояснюється декількома причинами. По-перше, усі люди різні, наділені різними здібностями, тому вони неоднаково пристосовані до виконання тих чи інших видів робіт. Спеціалізація дозволяє кожній людині знаходити ту сферу діяльності, той вид робіт, де її особливості виявляються найбільше повно, а праця буде найменш виснажливою. По-друге, спеціалізація дозволяє людям досягати більшої майстерності, а це дає можливість виготовляти блага чи надавати послуги вищої якості. По-третє, фахове зростання дозволяє людям витрачати на виготовлення благ меншу кількість часу та уникати його втрат під час перемикання з одного виду робіт на інший.

Інвестиції в капітальні блага − це фінансування будівництва нових приміщень, закупівельнового устаткування, засобів зв'язку тощо. Заощадження утворюються, якщо підприємець не споживає повністю весь поточний дохід (або всю вироблену продукцію). Придбання капітальних благ часто вимагає великої кількості грошей; ці блага використовуються протягом тривалого часу, тому інвестиції у капітальні блага часто пов'язані з ризиком.

Отже, підприємці, що інвестують у капітальні блага, повинні передбачити отримання дохо- дів, які були б достатні для того, щоб виправдати можливий ризик.

Інвестиції в людський капітал мають місце в тих випадках, коли підприємець витрачає кошти на збереження здоров'я, освіту та професійну підготовку (власну і найнятих працівників). Такі інвестиції також містять елементи ризику.

Впливати на продуктивність можуть конкретні заходи уряду і його політика. Окремі закони, політична стабільність сприяють укладенню довгострокових ділових угод та отриманню від них прибутків. Однак, діяльність держави може також гальмувати зростання продуктивності, якщо її закони служать інтересам окремих груп, або її політика негативно впливає на інвестиції, можливості розширити виробництво.

Інколи продуктивність може збільшуватися шляхом реорганізації виробничого процесу або переміщення виробництва в іншу місцевість.

Одним із показників продуктивності виробництва є продуктивність праці – кількість товарів і послуг, вироблених одним працівником в одиницю часу (за годину, день, тиждень). Трудомісткість застосовується для виміру витрат праці на одиницю продукції. Трудомісткість показує, скільки часу потрібно для випуску одного виробу (у натуральному вираженні) чи для виробництва продукції на одну гривню (у вартісному вираженні). Показник трудомісткості обернено пропорційний продуктивності праці.

При розрахунку продуктивності праці застосовують такі методи:

продуктивність праці виробництва однорідного товару розраховується в натуральних величинах (штуках, тоннах, літрах) і не залежить від зміни цін, тому ціни не враховуються при розрахунку продуктивності праці.

продуктивності праці у вартісному вираженні вимірюють тоді, коли підприємець виробляє різну продукцію, різної якості та складності.

порівняльну продуктивність визначають через оплату праці за одиницю часу і через ціни основних товарів.

Тема № 7
Аналіз витрат на надання послуг. Ціноутворення

1.Розробка стратегії ціноутворення.

Стратегія ціноутворення підприємства - це його довгострокова політика, що включає в себе шість етапів:

1) визначення мети цінової пропозиції (виживання, максимізація поточного прибутку, поточних доходів, обсягу продажів, охоплення ринку або лідерства за ціновими та якісними показниками);

2) оцінка обсягу продажів при кожному можливому рівні цін (чим нееластичний попит, тим більш високу ціну може встановити компанія);

3) визначення рівня витрат при різних обсягах випуску з урахуванням пропозицій служби маркетингу;

4) аналіз витрат, ціни і пропозицій конкурентів;

5) вибір одного з методів ціноутворення;

6) встановлення остаточної ціни з урахуванням факторів, що роблять психологічний вплив, впливу інших елементів маркетингу, політики ціноутворення і впливу ціни на інші суб'єкти ринку.

Стратегію ціноутворення підприємства можна схематично представити наступним чином:

Стратегія ціноутворення = Мета підприємства + Метод встановлення остаточної ціни + Рух остаточної ціни.

У практиці ціноутворення використовують різноманітні методи визначення вихідної ціни на

товари (роботи, послуги), які можна об’єднати у базові моделі відповідно до факторів, що визначають цінову політику підприємства:

1) модель ціноутворення, що базується на витратах виробництва;

2) модель ціноутворення, що базується на попиті;

3) модель ціноутворення, що базується на конкуренції;

4) модель ціноутворення, що базується на врахуванні різних груп інтересів.

Калькулювання собівартості послуги.

Процес визначення собівартості називають калькулюванням. Калькулювання - основний метод бухгалтерського обліку для підрахунку собівартості послуг, який дає можливість сформувати ціну продукції, управляти господарською діяльністю. Під об'єктами калькулювання собівартості розуміють продукти виробництва певного підприємства, його підрозділів. Тобто об'єктом калькулювання собівартості на підприємствах готельного бізнесу є готельні послуги. Процес калькулювання полягає у визначенні вартості одиниці готельного продукту, а тому повинен включати:

- науково обґрунтоване групування витрат;

- визначення об'єктів обліку витрат, об'єктів калькулювання і калькуляційних одиниць;

- вибір методу розподілу непрямих витрат;

- відокремлення обліку поточних витрат на надання послуг і капітальних вкладень;

- вибір методу обліку витрат та підрахунку собівартості.

На практиці застосовують різні калькуляції:

- планова калькуляція визначається шляхом прямого розрахунку витрат за окремими статтями на основі норм витрат праці, матеріалів, палива, енергії та строгого режиму економії у витратах на управління та обслуговування;

- кошторисна калькуляція має перспективний характер і складається, як правило, на нові види послуг для розрахунку відпускної ціни на готельні послуги;

- нормативні калькуляції відображають рівень норм використання засобів та робочого часу. Вони можуть складатися двома способами: послідовно на послуги без групування витрат за періодами організаційного процесу;

- звітна калькуляція - це розрахунок фактичної собівартості одиниці окремих видів послуг основних та допоміжних підрозділів готелю за калькуляційними статтями витрат.

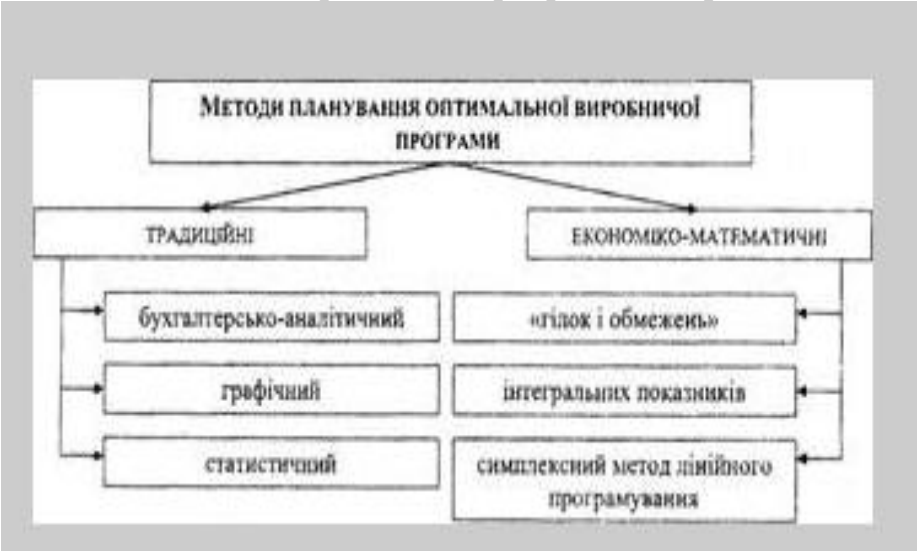
Для салону краси (або наприклад готелю) об'єкт калькулювання - це вид робіт, послуг або вид діяльності, які потребують визначення пов'язаних з їх наданням (виконанням) витрат. Вибір об'єктів калькулювання повинен здійснюватись з огляду на облікові ознаки та бути пов'язаним з групуванням витрат в аналітичному обліку. Крім

того, з метою надання керівництву необхідної інформації для прийняття управлінських рішень, вибір об'єктів калькулювання повинен забезпечувати належний контроль за використанням ресурсів та величиною прямих затрат, накладних затрат, за обґрунтованим розподілом загальновиробничих витрат на об'єкти калькуляції, за порівнянням складових планової і фактичної собівартості.

Залежно від технології та характеру послуг (продукції) об'єктами калькулювання можуть бути: продукти чи комплекси продуктів повної чи часткової готовності (за процесами, стадіями, фазами); вироби або напівфабрикати, групи однорідних виробів, серії виробів чи індивідуальні одиничні вироби, будівельні об'єкти, закінчені етапи будівництва; види робіт і послуг. Форма, за якою здійснюється калькуляція, є довільною і визначається підприємством з урахуванням специфіки та галузі діяльності.

В економічній літературі описано велику кількість методів підрахунку собівартості. Згідно з нормативним забезпеченням право обрання методу калькулювання надається готелю на власний розсуд. А відсутність методології обліку у готелях ускладнює цей процес на практиці та знижує важливість (достовірність) показника собівартості.

Мета та методи оптимізації виробничої програми підприємства



Формування виробничої програми, її особливості в готельно-ресторанному бізнесі.

Виробнича програма підприємств харчування - це план випуску продукції власного виробництва. Механізми обгрунтування цієї програми для підприємств харчування сфери туристичного бізнесу потребують врахування пріоритетних напрямів розвитку туризму, виявлення взаємозв'язку туристичних потоків і виробничих потужностей підприємств харчування, оцінки кон'юнктури ринку послуг підприємств харчування туристів, рівня завантаження наявних виробничих потужностей цих підприємств і можливостей підвищення ефективності їхнього використання. Особлива увага повинна приділятися підвищенню пропускної спроможності залів для приймання їжі, застосуванню прогресивних методів обслуговування туристів.

Обґрунтування виробничої програми і товарообороту підприємства харчування носить цільовий характер. Воно повинне орієнтуватися на показники індикативних планів розвитку різних видів туризму і враховувати економічний, соціальний та демографічний стан суспільства.

Розробка виробничої програми і планування товарообороту конкретного підприємства охоплює такі етапи:

1) аналіз ситуації на основі моніторингу туристичної діяльності регіону і країни в цілому;

2) визначення цілей виробничої діяльності;

3) вивчення попиту на послуги підприємства;

4) багатоваріантність розрахунків планового випуску продукції харчування;

5) планування реалізації продукції;

6) контроль діяльності за допомогою теорії "директ-костинг";

7) розробка заходів забезпечення виконання виробничої програми.

Центром вибору цілей діяльності підприємства виступає підвищення прибутку на вкладений капітал при поліпшенні якості обслуговування споживачів і розширенні частки ринку. Вихідними даними для планових розрахунків виступають передбачувані зміни контингенту туристів, які обслуговуються підприємством.

Тема № 8
Основи обліку. Податки

1.Сутність, основні функції та елементи податків

Податкова система України та основні засади податкового законодавства України Податкова система в кожній країні є основою економічної системи. Вона, з одного боку, забезпечує фінансову базу держави, а з іншого – виступає головним знаряддям реалізації державної економічної політики. Податкова система кожної країни відображає її специфічні умови, такі як: рівень розвитку економіки, внутрішню та зовнішню політику країни, рівень розвитку соціальної сфери, традиції народу, географічне положення країни та інші фактори. Тому, форми оподаткування однієї країни відрізняються від іншої. Система оподаткування – це нормативно визначені платники податків, їхні обов’язки та права, об’єкти оподаткування, види податків, зборів і платежів, а також порядок їх стягнення.

Система оподаткування характеризується її елементами - суб’єкт, об’єкт оподаткування, податкова ставка, одиниця обкладання податком, джерело сплати, податкова пільга, порядок обчислення, податковий період, строк та порядок сплати, строк та порядок подання звітності. Суб’єкти оподаткування – платники податків (фізичні чи юридичні особи), на яких законом покладено обов’язок сплачувати податки.

Об’єкт оподаткування – це доходи (прибуток), додана вартість продукції (робіт, послуг), вартість продукції (робіт, послуг), у т.ч. митна або її натуральні показники, спеціальне використання природних ресурсів, майно юридичних і фізичних осіб, інші об’єкти, визначені законодавством про оподаткування. Це предмет, який підлягає оподаткуванню.

База оподаткування - це фізичний, вартісний чи інший характерний вираз об'єкта оподаткування, до якого застосовується податкова ставка і який використовується для визначення розміру податкового зобов'язання.

Ставка податку – розмір податку з одиниці об’єкту оподаткування. Порядок обчислення податку – обчислення суми податку здійснюється шляхом множення бази оподаткування на ставку податку із/без застосуванням відповідних коефіцієнтів. Специфічні ставки, фіксовані ставки та показники, встановлені Податковим Кодексом у вартісному вимірі, підлягають індексації в порядку, визначеному Податковим Кодексом.

Податковий період - податковим періодом визнається встановлений Податковим

Кодексом період часу, з урахуванням якого відбувається обчислення та сплата окремих видів податків та зборів. Строк та порядок сплати податку - строком сплати податків та зборів визнається період, що розпочинається з моменту виникнення податкового обов'язку платника податку із сплати конкретного виду податку і завершується останнім днем строку, протягом якого такий податок чи збір повинен бути сплачений у порядку, визначеному податковим законодавством. Податок чи збір, що не був сплачений у визначений строк, вважається не сплаченим своєчасно. Строк та порядок подання звітності про обчислення і сплату податку.

Зобов'язання платника податків:

1. стати на облік у контролюючих органах в порядку, встановленому законодавством України;

2. вести в установленому порядку облік доходів і витрат, складати звітність, що стосується обчислення і сплати податків та зборів;

3. подавати до контролюючих органів у порядку, встановленому податковим та митним законодавством, декларації, звітність та інші документи, пов'язані з обчисленням і сплатою податків та зборів;

4. сплачувати податки та збори в строки та у розмірах, встановлених цим Кодексом та законами з питань митної справи;

5. подавати на належним чином оформлену письмову вимогу контролюючих органів (у випадках, визначених законодавством) документи з обліку доходів, витрат та інших показників, пов'язаних із визначенням об'єктів оподаткування (податкових зобов'язань), первинні документи, регістри бухгалтерського обліку, фінансову звітність, інші документи, пов'язані з обчисленням та сплатою податків та зборів. У письмовій вимозі обов'язково зазначаються конкретний перелік документів, які повинен надати платник податків, та підстави для їх надання;

6. подавати контролюючим органам інформацію, відомості про суми коштів, не сплачених до бюджету в зв'язку з отриманням податкових пільг (суми отриманих пільг) та напрями їх використання (щодо умовних податкових пільг - пільг, що надаються за умови використання коштів, вивільнених у суб'єкта господарювання внаслідок надання пільги, у визначеному державою порядку);

7. подавати контролюючим органам інформацію в порядку, у строки та в обсягах, встановлених податковим законодавством;

8. виконувати законні вимоги контролюючих органів щодо усунення виявлених порушень законів з питань оподаткування та митної справи і підписувати акти (довідки) про проведення перевірки;

9. не перешкоджати законній діяльності посадової особи контролюючого органу під час виконання нею службових обов'язків та виконувати законні вимоги такої посадової особи;

10. повідомляти контролюючим органам за місцем обліку такого платника про його ліквідацію або реорганізацію протягом трьох робочих днів з дня прийняття відповідного рішення (крім випадків, коли обов'язок здійснювати таке повідомлення покладено законом на орган державної реєстрації);

11. повідомляти контролюючі органи про зміну місцезнаходження юридичної особи та зміну місця проживання фізичної особи - підприємця;

12. забезпечувати збереження документів, пов'язаних з виконанням податкового обов'язку, протягом строків, установлених цим Кодексом;

13. допускати посадових осіб контролюючого органу під час проведення ними перевірок до обстеження приміщень, територій (крім житла громадян), що використовуються для одержання доходів чи пов'язані з утриманням об'єктів оподаткування, а також для проведення перевірок з питань обчислення і сплати податків та зборів у випадках, встановлених цим Кодексом;

14. використовувати електронний кабінет для листування з контролюючими органами в електронній формі у разі подання звітності в електронній формі, а також після проходження електронної ідентифікації он-лайн в електронному кабінеті, крім платників податків, які відмовилися від використання електронного кабінету в порядку, встановленому цим Кодексом, та платників податків, які не визначили спосіб взаємодії із контролюючим органом;

15. забезпечувати надання посадовими (службовими) особами платника податку письмових пояснень на письмовий запит контролюючого органу з питань, що стосуються предмета перевірки, та їх документального підтвердження.

У практиці оподаткування розрізняють тверді, пропорційні, прогресивні і регресивні ставки податків. Тверді ставки встановлюються в абсолютній сумі на одиницю обкладання незалежно від розміру доходу (наприклад, за тонну нафти, за 1 куб. м газу).

Пропорційні - діють в однаковому відсотковому відношенні до об`єкта податку без врахування диференціації його величини. Прогресивні ставки - середня ставка прогресивного податку підвищується у міру зростання доходу. Регресивні ставки - середня ставка регресивного податку знижується у міру зростання доходу. Існують такі підходи до встановлення податкових ставок: універсальний (для всіх платників встановлюється єдина податкова ставка); диференційований (для різних платників існують різні рівні ставок).

Поєднання в єдиній системі оподаткування різноманітних за об’єктами оподаткування і методами обчислення податків дозволяє державі реалізувати на практиці основні функції податків: фіскальну; регулюючу; розподільчу; стимулюючу; контрольну. Фіскальна функція – є найважливішою, оскільки згідно з цією функцією податки виконують своє головне призначення – наповнення доходної частини бюджету, доходів держави для задоволення потреб суспільства.

Основна ознака цієї функції – її стабільність, що дозволяє формувати надходження податків до бюджету на постійній, стабільній засаді.

Регулююча функція полягає у впливі податків на різні сторони діяльності платників податків. Її реалізація виявляється в наданні пільг з оподаткування окремим галузям та виробникам, враховуючи їх перспективи, діяльність, рівень прибутковості та інше.

Розподільча (Соціальна) функція – полягає у підтримці соціальної рівноваги через зменшення розбіжностей реальних доходів окремих платників податків. Наприклад, через непрямі податки створюються умови для перерозподілу коштів одних платників іншим (акцизи).

Стимулююча (стримуюча) функція створює орієнтири для розвитку або згортання виробництва, діяльності. Може бути пов'язана із застосуванням пільг, зміною об'єкта оподаткування, зменшенням бази оподаткування.

Контрольна функція забезпечує нагляд та контроль за своєчасністю, повнотою сплати податків платниками в Україні.

2. Класифікація податків

Класифікація – це розподілення множини об’єктів на підмножини на підставі їх схожості чи несхожості. Типологія класифікацій залежить від: - сфери їх застосування; - предметної області; - ступеня гармонізації; -рівня розповсюдження тощо. Жодна класифікація не є вичерпною, може доповнюватись та вдосконалюватись, оскільки можуть виникнути нові ознаки за якими можна здійнити класифікацію, нові групи та види податків.

Залежно від сфери використання податкових надходжень:

1) податки загального призначення (абстрактні) - податки, що використовуються на загальні цілі (без конкретизації).

2) цільові (спеціальні) – для фінансування конкретних заходів (ЕСН);

3) змішані - податки, що допускають як платника і юридичних, і фізичних осіб (податок з власників транспортних засобів, земельні податки і т. ін.).

За повнотою права використання податкових надходжень:

1) власні (закріплені) – податки, які повністю або частково закріплені як дохідне джерело конкретного бюджету (єдиний податок, податок на майно).

2) регулюючі – податки, які можуть надходити до різних бюджетів (екологічний податок, податок на прибуток підприємств).

За економічним змістом об’єкта оподаткування податки поділяються на:

1)Податки на доходи справляються з фізичних та юридичних осіб. Безпосередніми об'єктами оподаткування є заробітна плата та інші доходи громадян, прибуток або валовий дохід підприємств.

2)Податки на споживання сплачуються не при отриманні доходів, а при їх використанні.

3)Податки на майно встановлюються щодо рухомого чи нерухомого майна.

4) Податки ресурсного або рентного характеру

Залежно від рівня державних структур, які встановлюють податки, вони поділяються:

1) Загальнодержавні податки установлюють вищі органи влади, їх стягнення є обов'язковим на всій території країни незалежно від того, до якого бюджету (центрального чи місцевого) вони зараховуються.

2) Місцеві податки установлюються місцевими радами народних депутатів, їхня особливість полягає в тому, що на відміну від інших податків, чинним законодавством визначаються тільки види місцевих податків і зборів, їх граничні розміри, платників та порядок обчислення. Конкретні ж види податків для кожної місцевості, їхні ставки, порядок сплати встановлюють і визначають органи місцевого самоврядування відповідно до переліку і в межах установлених граничних розмірів.

За способом встановлення податкових зобов'язань:

1) розкладні (розкладкові) податки, які визначаються як розподілення загальної суми податку на певну кількість платників (подушні податки). Такі податки широко використовувались на ранній стадії розвитку оподаткування. В теперішній час розкладні податки використовуються рідко, в основному в місцевому оподаткуванні;

2) окладні (квотарні, дольові, кількісні) податки, які справляються за певними ставками від чітко визначеного об’єкту оподаткування та прямо або опосередковано враховують майновий стан платника податку.

Залежно від форми оподаткування податки поділяються на:

1) прямі - податки, які стягуються безпосередньо із прибутку або майна платника податків (податок на прибуток, на майно, податок на доходи фізичних осіб);

2)непрямі - податки, які включаються в ціну товару у вигляді певної надбавки; ці податки оплачують споживачі товарів, і вносяться в бюджет продавцями товарів, які виступають посередниками між державою й фактичними платниками податків (ПДВ, акцизний податок, мито).

За періодичністю нарахування та сплати:

1) регулярні податки – це податки, які стягуються з певною періодичністю в плині всього часу володіння майна або заняття платником яким-небудь видом діяльності, тобто часу існування об'єкта обкладання.

2)разові податки – сплата разових податків пов'язана з певними подіями (наприклад, податок на майно).

За методом встановлення:

1) регресивні ті, які передбачають зменшення податкової ставки із зростанням бази оподаткування.

2) прогресивні ті, що передбачають збільшення податкових ставок із зростанням бази оподаткування.

3) пропорційні - коли розмір податкової ставки залишається незмінним незалежно від розміру бази оподаткування.

4) тверді ставки, які встановлюються в абсолютній сумі в розрахунку на одного платника податку.

Облік і звітність в оподаткуванні в системі бухгалтерського обліку Встановлення головних компонентів податків (формування об’єктів та бази оподаткування, сплата податку, подання звітності про обчислення і сплату податку), відображення зобовязань підприємства за податками, відображення штрафних (фінансових) санкцій тощо ґрунтується на веденні бухгалтерського обліку та складанні фінансової звітності на підприємстві. Всі податкові декларації, розрахунки, звіти крім керівника підписує головний бухгалтер, який несе відповідальність за достовірність інформації як у фінансової, так й у податкової звітності. Під обліком у системі оподаткування слід розуміти підсистему бухгалтерського обліку, яка забезпечує відповідно до чинного податкового законодавства документування, групування облікової інформації для визначення за встановленими правилами об’єктів і бази оподаткування податків і зборів, їх алгоритмів нарахування, розрахунків і сплати до бюджетів на підприємстві та складання податкової звітності. Облік у системі оподаткування ведеться з метою формування своєчасної, повної й достовірної інформації про здійснені господарські операції платником податків протягом звітного податкового періоду з метою оподаткування, а також забезпечення користувачів інформацією для контролю за правильністю нарахування, повнотою і своєчасністю перерахування податків і зборів до відповідних бюджетів. Тобто призначенням такої системи обліку є забезпечення збору, реєстрації, групування, обробки інформації за податками і зборами відповідно до вимог податкового законодавства для складання податкової звітності й фінансового управління розрахунками з бюджетами. З появою потреби в новому виді податкової інформації, основним зовнішнім користувачем якої є органи державної податкової служби, завдання і функції обліку як системи узагальнення даних про діяльність суб’єкта господарювання, його фінансовомайновий стан і фінансові результати значно розширилися, доповнилися й ускладнилися.

Податкові розрахунки і податкова звітність є важливою складовою документообігу підприємства і важливим об’єктом графіка документообігу. Тим більше, що платник податків зобов’язаний за кожний звітний період подавати податкові декларації про кожен окремий податок, платником якого він є, незалежно від того, чи вів такий платник податку господарську діяльність у звітному періоді. Основне призначення обліку для цілей оподаткування – забезпечення виконання платником свого конституційного і податкового обов’язку зі сплати податків і зборів, групування необхідної інформації за даними бухгалтерського обліку в податкових реєстрах, відомостях, журналах, податкових деклараціях із податку на додану вартість і податку на прибуток підприємства, складання податкових розрахунків, звітів за іншими податками, зборами до державного та місцевих бюджетів.

Загальний порядок сплати податків (зборів, обов’язкових платежів) та подання звітності за ними

ПДВ - платник податку: юридичні і фізичні особи – платники ПДВ. База та об’єкт оподаткування: платник податку зобов’язаний зареєструвати податкову накладну в Єдиному реєстрі податкових накладних протягом 15 днів (до 180 днів із штрафними санкціями). Для операцій, що оподатковуються, і операцій, звільнених від оподаткування, складаються окремі податкові накладні. Звітним (податковим) періодом є один календарний місяць, а у окремих випадках, особливо визначених Податковим Кодексом, календарний квартал. До декларації вносяться дані податкового обліку платника окремо за кожний звітний (податковий) період без наростаючого підсумку. Декларація подається до органу державної податкової служби, в якому перебуває на обліку платник податку засобами електронного зв'язку в електронній формі з дотриманням умови щодо реєстрації електронного підпису підзвітних осіб у порядку, визначеному законодавством. Усі показники у податковій звітності проставляються у гривнях без копійок з відповідним округленням за загальновстановленими правилами.

Термін подання: 1) якщо звітний (податковий) період дорівнює календарному місяцю, декларація подається до контролюючого органу, в якому перебуває на обліку платник податку, протягом 20 календарних днів, наступних за останнім календарним днем звітного (податкового) місяця; 2) якщо звітний (податковий) період дорівнює календарному кварталу, декларація подається до контролюючого органу, в якому перебуває на обліку платник податків, протягом 40 календарних днів, наступних за останнім календарним днем звітного (податкового) кварталу. Термін сплати: платник податку зобов'язаний самостійно сплатити суму податкового зобов'язання, зазначену у поданій ним податковій декларації, протягом 10 календарних днів, що настають за останнім днем відповідного граничного строку, передбаченого для подання податкової декларації.

Податок на прибуток. Платник податку: юридичні особи-платники податку на прибуток. База та об’єкт оподаткування: прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності, на різниці, які виникають відповідно до положень цього розділу. Термін подання та сплати: звітними періодами для податку на прибуток є календарні: квартал, півріччя, три квартали, рік. При цьому податкова декларація розраховується наростаючим підсумком. Подання

декларації за відповідні звітні періоди: квартал, півріччя, три квартали та рік здійснюється протягом 40 календарних днів, що настають за останнім днем звітного податкового кварталу; Річна декларація з податку на прибуток має подаватися протягом 60 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) року

Платники податку на прибуток подають податковому органу разом з декларацією: • квартальну фінансову звітність (крім підприємств, що відповідно до Господарського кодексу України належать до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва); • річну фінансову звітність. Платники податку на прибуток, які є суб'єктами малого підприємництва, у тому числі суб'єктами мікропідприємництва, при поданні квартальної декларації з податку на прибуток не повинні подавати до податкового органу квартальну фінзвітність.

Податок на доходи фізичних осіб. Платники: - фізична особа - резидент, яка отримує доходи як з джерела їх походження в Україні, так і іноземні доходи; -фізична особа - нерезидент, яка отримує доходи з джерела їх походження в Україні; -податковий агент. Не є платником податку нерезидент, який отримує доходи з джерелом їх походження з території України і має дипломатичні привілеї та імунітет, встановлені на умовах взаємності міжнародним договором, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, щодо доходів, одержуваних ним безпосередньо від здійснення такої дипломатичної чи прирівняної до неї таким міжнародним договором іншої діяльності. Об’єкт оподаткування: загальний місячний (річний) оподатковуваний дохід; доходи з джерела їх походження в Україні, які остаточно оподатковуються під час їх нарахування (виплати, надання); іноземні доходи - доходи (прибуток), отримані з джерел за межами України. Об'єктом оподаткування нерезидента є: загальний місячний (річний) оподатковуваний дохід з джерела його походження в Україні; доходи з джерела їх походження в Україні, які остаточно оподатковуються під час їх нарахування (виплати, надання).

Тема № 9
Етика бізнесу. Корпоративна соціальна відповідальність

1. Наукові підходи до визначення сутності соціальної відповідальності

Соціальна відповідальність виступає невід'ємним елементом у макросистемі людина-держава-суспільство. З одного боку, люди за своєю суттю прагнуть до порядку, зазначеного в Книзі правителя області Шан, з іншого - своїми діями вони породжують безладдя. Категорії «порядок» і «безлад» є антиподами, і водночас перебувають між собою у взаємозв'язку та взаємозалежності. Тут можна спостерігати своєрідні прояви на рівні соціуму:

кожна складна соціальна структура прагне до самозбереження, зокрема, через упорядкування суспільних відносин;

кожна складна соціальна структура тяжіє до розпаду, дезінтеграції, зокрема, через розрив унормованих соціальних зв'язків. Для прикладу можна згадати Римську імперію, Київську Русь, Югославію, Чехословаччину, СРСР.

Тут маємо справу зі своєрідним проявом закону єдності і боротьби суперечностей. Встановлення норм відносин вимагає соціального контролю за їх дотриманням. Відповідальність виступає інструментом у механізмі соціального контролю.

Під реальною відповідальністю слід розуміти відповідальність в особистісному плані – реальні вчинки людини, що узгоджені з вимогами соціальних норм, а в соціальному плані - негативні наслідки для людини, що настають внаслідок неузгодженості її вчинків з вимогами соціальних норм.

Потенційна відповідальність у соціальному плані - це наявність дієвого механізму соціального контролю, здатного забезпечити притягнення кожного винного до відповідного виду соціальної відповідальності у випадках порушення ним приписів соціальних норм, а в особистісному - усвідомлення людиною можливості відповідальності за наслідки особистої діяльності.

У словниках відповідальність має декілька значень:

– положення, при якому особа, яка виконує яку-небудь роботу, зобов'язана дати повний звіт про свої дії і прийняти на себе вину за можливі наслідки, які можуть наступити при виконанні;

– виконання обов'язків, зобов'язань;

– покладений на когось або взятий на себе обов'язок відповідати за певну ділянку роботи, справу, дії, вчинки, слова;

– серйозність, важливість справи, моменту тощо.

Соціальна відповідальність – це соціальне явище, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб'єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм, а у випадку їхнього порушення - застосування до порушника заходів впливу, передбачених цими нормами.

Складовими соціальної відповідальності є суб'єкт та об'єкт.

Відповідальність має два критерії: об'єктивний, що характеризує об'єктивну зумовленість діяльного суб'єкта зовнішніми соціальними вимогами, тобто, його залучення до соціальних зв'язків та взаємовідносин; і суб'єктивний, який визначає соціально та морально-психологічні якості особи як суспільної істоти, як продукту суспільного виховання, формування і розвитку, що виявляє усвідомлення особою свого обов'язку, своєї невинності перед суспільством.

Таким чином, можна зробити висновок, що соціальна відповідальність - це соціальне явище, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб'єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм, а у випадку їхнього порушення – застосування до порушника заходів впливу, передбачених цими нормами.

2. Соціальна відповідальність у системі сталого розвитку

Соціальна відповідальність незалежно від рівня та масштабу дослідження визначається на глобальному, національному, регіональному та виробничому рівнях. Глобальний рівень розкриває зміст соціальної відповідальності через визначення проблем та умов існування людства та пошук шляхів їх розв'язання завдяки поширенню соціальної інтеграції, спрямованої на забезпечення сталого розвитку.

Соціальна відповідальність багатоаспектна та багаторівнева. Вона виявляється на особистісному (індивідуальному) рівні через ступінь громадянської зрілості особистості та є базовою для інших рівнів. Від світосприйняття та усвідомлення людиною своєї значущості у світових перетвореннях, від її прагнення до перетворень у всіх сферах своєї життєдіяльності залежать її прояви на інших рівнях.

3. Види соціальної відповідальності

Соціальні норми виконують охоронну, регулятивну і виховну функції, визначають

раціональні межі свободи людини. Розрізняють такі види соціальних норм: звичаї, традиції, норми моралі, релігійні (канонічні) норми, етичні норми, політичні норми, корпоративні норми, норми громадських організацій, технічні норми, норми культури, норми права тощо.

У залежності від видів соціальних норм виділяють такі різновиди соціальної відповідальності: моральна, релігійна, дисциплінарна, політична, правова (юридична) тощо.

Моральна відповідальність настає у випадку порушення традицій, звичаїв, норм культури та естетичних норм. Вона відображається у суспільному осуді та соціальному відмежуванні від суб'єкта, що порушує чи ухиляється від виконання норми поведінки.

Політична відповідальність настає при порушенні норм, дотримання яких покладається суспільством на публічного політика.

Корпоративна відповідальність настає у випадку порушення корпоративних правил, які прийняті певною соціальною структурою та не мають правового значення.

Релігійна відповідальність засновується на нормах, що регламентують порядок відправлення релігійних культів та на вірі у Бога.

Всі згадані вище види соціальної відповідальності мають пасивний характер, оскільки негативна реакція з боку суспільства у цих випадках не передбачає примусового впливу на порушника норм.

Правова відповідальність настає у випадку порушення норм державно-організованого права. Вона має активний характер, оскільки передбачає активний психологічний вплив на порушника аж до застосування примусового фізичного впливу.

4. Підстави соціальної відповідальності

Виділяють об'єктивні і суб'єктивні підстави відповідальності особи. При дослідженні об'єктивних підстав соціальної відповідальності передбачається всебічне вивчення і врахування цілої низки факторів: об'єктивних законів розвитку природи, суспільства, мислення, що визначають мету і вчинки людей.

Об'єктивні можливості вибору певного варіанту поведінки особи, а отже і ступінь відповідальності, залежать (поряд із соціальною орієнтацією особи) також і від її становища та соціальної ролі у суспільстві.

Передумовою суб'єктивної підстави для відповідальності є можливість пізнання суб'єктом законів природи і суспільства. Це, насамперед, пов'язано з проблемами свободи волі, необхідності вибору поведінки. Серед суб'єктивних підстав соціальної відповідальності, зазвичай, виділяють:

можливість пізнання індивідом законів об'єктивного світу, конкретної соціальної необхідності;

- свободу волі індивіда;
- відносну незалежність його свідомості і волі від навколишнього середовища;
- не жорсткий, а ймовірний характер детермінації поведінки людини;
- можливість вибору і свободу вибору різних варіантів поведінки;
- здатність індивіда оцінювати свої вчинки відповідно до інтересів суспільства.

Фактичною підставою позитивної соціальної відповідальності є правомірне діяння суб'єкта суспільних відносин, іншими словами - наявність в його діянні відповідного складу право мірного вчинку.

5. Принципи соціальної відповідальності

До основних принципів соціальної відповідальності відносяться:

- підзвітність, яка полягає у тому, що організація має звітувати щодо впливу від своєї діяльності на суспільство і довкілля;

- прозорість, яка означає, що суб'єктам господарської діяльності потрібно бути прозорими в їх рішеннях і діяльності, які впливають на інших. Прозорість не має на увазі розкриття службової інформації, а також інформації, що захищена відповідно до законів або може спричинити порушення правових зобов'язань;

- гуманність - визнання важливості і загальності прав людини, зазначених у Всесвітній Декларації з прав людини;

- страх як категорія, що обмежує ті сфери, на які за жодних умов не повинен поширюватися вплив людини (страх за майбутнє людства, породжений благоговінням перед життям);

- поміркованість у прийнятті тих чи інших рішень (мета поміркованості - збереження життя, і лише майбутнє покоління здатне повноцінно оцінити наслідки теперішньої діяльності);

- патріотизм як розуміння цінності та унікальності Батьківщини;

- відчуття обов'язку як моральні зобов'язання людини, котрі вона виконує з почуттям совісті;

- моральність як особлива сфера суспільної свідомості та вид суспільних відносин, мета яких - сформувати способи нормативного регулювання поведінки і дій людей у суспільстві за допомогою норм, принципів і категорій моралі;

- духовність як процес гармонійного розвитку духовних задатків людини;

- професійна компетентність як знання, досвід, здобування освіти з відповідної галузі діяльності;

- творча спрямованість як схильність до творчої ініціативи;

- працелюбність як риса характеру, котра полягає у позитивному ставленні особистості до процесу трудової діяльності, що виражається через активність, ініціативність, добросовісність, дисциплінованість тощо.

6. Історія становлення та розвитку корпоративної соціальної відповідальності

Теоретичне підґрунтя концепції соціальної відповідальності бізнесу було закладене у XVIII ст., коли відбувалися індустріальні революції та формувалося сучасне уявлення про підприємництво. Власники окремих підприємств брали на себе відповідальність за своїх працівників, керуючись при цьому власними релігійними чи етичними переконаннями.

На початку XX ст. у США зароджується доктрина капіталістичної благодійності, згідно якої прибуткові організації повинні жертвувати частиною своїх коштів на користь суспільства, тобто фінансувати суспільні потреби. В цей час відбувається різке зростання тиску з боку суспільства та його інституцій, від підприємств почали вимагати дотримання певних стандартів та контроль над їх впровадженням. Підприємства були змушені будувати свої відносини з державою та суспільством за новими правилами і розвивати нові адресні програми, перш за все, в галузі екології і захисту праці, що забезпечувало підприємству необхідні умови для ведення власної діяльності. В економіці отримали розвиток ідеї етичного фактору, недопустимості зведення відповідальності підприємств лише до економічного інтересу та визначення рівня етичності в залежності від потреб, які породжує система.

Однак, І етапом розвитку КСВ вважається 1920-1950 рр. У цей час з'являється відома робота Пітера Друкера «Практики менеджменту», у якій він розглядав громадську

відповідальність як один з восьми ключових чинників досягнення бізнес-цілей. Друкер зазначив, що компанії виступили в якості основних соціоекономічних інститутів, які заклали інші методи та способи майбутнього існування суспільства.

Визначним здобутком цього періоду стала наукова робота Г. Боуена (HowardR. Bowen) «Соціальна відповідальність бізнесмена», опублікована в 1953 р. На думку автора, соціальна відповідальність бізнесмена полягає в «реалізації такої політики, прийняття таких рішень чи слідування такій лінії поведінки, які були б бажаними для цілей та цінностей суспільства». В своїй роботі автор сформулював доктрину соціальної відповідальності як зобов'язання бізнесменів здійснювати щоденну ділову практику з дотриманням цілей та цінностей суспільства.

II етап. В 60-х рр. ідея корпоративної соціальної відповідальності отримала подальший розвиток та поширила свою популярність здебільшого завдяки роботам прогресивних науковців, поширеним в той час соціальним рухам на захист цивільних прав, прав жінок та споживачів, а також на захист навколишнього середовища. У світі зросла увага різних груп суспільства, в тому числі і підприємців, до таких соціальних проблем, як забруднення навколишнього середовища, боротьба за громадянські права, почали посилюватись вимоги держави до екологічної відповідальності компаній, зросли вимоги до бізнесу з боку профспілок та споживачів. В Західній Європі, під тиском громадськості та неурядових організацій, уряди багатьох країн прийняли більш суворі стандарти у сфері трудового законодавства та охорони природи.

III етап. Зв'язок між КСВ та сталим розвитком.80-ті роки стали визначальними у контексті розвитку КСВ. У цей період розвивається теорія стейкхолдерів Фрідмана, розпочинається розроблення організаційної структури для управління КСВ і вперше з'являється концепція сталого розвитку.

Найпоширеніше на сьогодні визначення поняття «сталого розвитку» було запропоноване у звіті комісії Брундтланд (Brundtland) «Наше спільне майбутнє» у 1987 р. Згідно з ним сталим є такий розвиток, «що задовольняє потреби сьогодення і не перешкоджає можливості прийдешніх поколінь задовольняти свої власні потреби». Він передбачає забезпечення високого рівня життя для нинішнього та наступних поколінь. Загальноприйнятим вважається твердження про те, що Концепція сталого розвитку охоплює, як мінімум, дві важливі ідеї:

IV етап. Становлення бізнес-кейсу для КСВ. 90-ті роки відзначалися розвитком концепції КСВ, більшою кількістю наукових робіт. Виникає теорія мотивацій компаній щодо реалізації КСВ. Так, Дебра Вуд виділяє 3 мотиваційні причини: управління охороною навколишнього середовища, різноманітними питаннями та стейкхолдерами.

Набула поширення концепція сталого розвитку, оскільки у 1992 р. було прийнято Декларацію Саміту Землі в Ріо-де-Жанейро.

У 90-х роках виникло кілька нових визначень КСВ, які привнесли в це поняття нові характеристики. В цей період Елкінгтоном (засновником компанії Sustain Ability) у книзі «Канібали з вилками: потрійний критерій бізнесу XXI ст.» була запропонована концепція потрійного критерію, що передбачає рівновагу між економічними, соціальними та екологічними цілями розвитку. Концепція базується на таких трьох категоріях, як: Люди, Планета, Прибуток. Дана концепція передбачає, що все те, що зроблено добре для суспільства, для навколишнього середовища також позитивно впливає на фінансові показники компанії.

V етап. Інституалізація КСВ на національному рівнях, поява міжнародних

стандартів. КСВ до 2003 р. була концепцією, яка мала близько 80 дефініцій: корпоративне громадянство, благодійність, соціальна відповідальність бізнесу тощо. У 2010 р. було прийнято «Міжнародне керівництво із соціальної відповідальності ISO 26000. Близько 450 експертів з 99 країн світу розробляли цей стандарт, який є першим всесвітньо узгодженим керівництвом для реалізації СВ будь-якою організацією.

За визначенням, що наведено у ISO 26000, «соціальна відповідальність» - це відповідальність підприємства за вплив його рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище, шляхом прозорої та етичної поведінки, яка:

сприяє сталому розвитку, а також здоров'ю та добробуту суспільства;

враховує очікування зацікавлених сторін;

відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки.

На європейському рівні прийнято Зелену книгу «Просування Європейської рамкової концепції задля корпоративної соціальної відповідальності» і розроблено Глобальний договір ООН.

7. Сутність концепції корпоративна соціальна відповідальність

Відповідно до класифікації Ф. Котлера соціально-відповідальну діяльність організації можна звести до шести основних ініціатив:

Благодійні справи - залучення уваги суспільства до певної соціальної потреби або допомога у зборі коштів, залучення учасників та волонтерів;

Благодійний маркетинг - зобов'язання робити внески або відраховувати відсотки від обсягів продажу на благодійну справу;

Корпоративний соціальний маркетинг - підтримка кампаній з покращення суспільного здоров'я або безпеки, та сприяння захисту навколишнього середовища;

Корпоративна філантропія - пожертви безпосередньо благодійній організації, як правило у вигляді грошових грантів, подарунків та/або товарів і послуг;

Волонтерська робота в інтересах суспільства - підтримка і заохочення працівників допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам;

Соціально-етичні підходи до ведення бізнесу - впровадження практики ведення бізнесу і інвестиції, що сприяють росту добробуту суспільства та збереженню навколишнього середовища.

Основними принципами корпоративної соціальної відповідальності є:

– налагодження тісних та довгострокових відносин зі споживачами, робітниками, постачальниками та іншими діловими партнерами;

– отримання репутації надійної організації, яка відповідально відноситься до соціальних та екологічних проблем;

– орієнтація на споживача, лідерство у якості, сервісному обслуговуванні та надійності;

– прискорення розробки високоякісних товарів і послуг та скорочення термінів їх просування на світовий ринок;

– новаторство, безперервне удосконалення;

– формування банку кваліфікованої та мотивованої на високу продуктивність робочої сили.

Однак, визначення поняття «КСВ» формується залежно від галузі, в якій працює підприємство, а також має вплив місцезнаходження, цілі діяльності організації. Наприклад, у США корпоративна соціальна відповідальність досить часто асоціюється із волонтерством компаній та благодійністю. У Європі під поняттям «корпоративна

соціальна відповідальність» розуміють саме ведення бізнесу в соціально - відповідальний спосіб.

У соціальній відповідальності підприємства виділяють внутрішню і зовнішню групи:

Внутрішня соціальна відповідальність	Зовнішня соціальна відповідальність
1. Медичне та соціальне страхування	1. Спонсорство і корпоративна благодійність
2. Стабільність заробітної плати	2. Охороні навколишнього середовища
3. Безпека праці	3. Взаємодія з місцевою владою
4. Розвиток людських ресурсів (програми підготовки та підвищення кваліфікації)	4. Участь в кризових ситуаціях
	5. Відповідальність перед споживачами

Так, вигодами, які отримує бізнес від виконання принципів соціальної відповідальності, є наступні:

- забезпечення суспільної репутації організації;
- зростання довіри населення до діяльності компанії, її товарів та послуг;
- підвищення професіоналізму та розвиток кадрового потенціалу на підприємстві, забезпечення лояльності персоналу;
- можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку компанії завдяки власній корпоративній політиці;
- відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти;
- можливість формування партнерських відносин із владними структурами, громадськістю та ЗМІ.

Переваги, які отримує суспільство від дотримання бізнесом принципів соціальної відповідальності:

- можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю;
- можливість надання адресної екстреної допомоги громадянам, які її потребують;
- удосконалення та розвиток соціальної захищеності населення;
- можливість залучення інвестицій у певні суспільні сфери;
- можливість підтримки громадських ініціатив, інноваційних проектів, розвиток соціальної і творчої активності населення, збереження та використання «інтелектуального ресурсу» на потреби країни і регіону.

8. Організація діяльності з соціальної відповідальності підприємства

Структура управління СВ на підприємстві зазвичай складається з трьох рівнів - управлінського, стратегічного і практичного:

Голова правління (відповідає за розроблення, впровадження та затвердження політики і програм СВ на підприємстві);

Група Стратегічного планування (розглядає питання стратегічного характеру та результати впровадження політики і програм СВ, погоджує їх);

Група з Соціальної відповідальності (розроблення політики і програм СВ, надання звітів щодо їх виконання).

Етапи впровадження системи КСВ в практику українських підприємств являє собою сукупність взаємопов'язаних складових та їх елементів, кожна з яких виконує певний склад процедур, спільний вплив яких за певних умов забезпечує досягнення мети

даного механізму.

Щоб розробити стратегію з КСВ слід необхідно:

– мати сталу підтримку вищого менеджменту та власників, провідних працівників компанії;

– здійснити аналіз відповідної діяльності аналогічних компаній;

– підготувати матрицю програм, що пропонуються;

– розробити варіанти можливих заходів/ партнерів/ресурсів;

– виробити, сформулювати, обґрунтувати ключові сфери у внутрішній та зовнішній КСВ, які збігаються з бізнес стратегією конкретної компанії.

Стратегія з КСВ має базуватися на врахуванні специфіки зовнішнього бізнес оточення та соціального середовища (велике місто або селище тощо), напрямку діяльності та масштабі компанії. Вона може містити заходи з підтримки освіти, інвестицій у людський капітал безпосередньо у компанії або підвищення кваліфікації для тих, хто не є працівниками, проте є важливими групами для організації. Також це можуть бути екологічні програми, заходи у сфері збереження здоров'я, співпраця з місцевими/локальними громадськими організаціями, місцевим самоврядуванням тощо.

Організація КСВ може здійснюватися через створені на підприємстві Центри соціальних програм. Для цього у структурі підприємстві необхідно здійснити зміни. На деяких підприємствах створюється головний офіс з метою контролю заходів із соціальної відповідальності. Можливо призначити виконавчого директора з програм КСВ, який нестиме загальну відповідальність за розробку, розвиток, управління програмами та персоналом.

9. Сучасні моделі корпоративної соціальної відповідальності

Історичні, культурні, політичні й соціальні відмінності, характерні для розвитку різних країн, сформували значні розбіжності в сферах прояву, об'єктах і заходах соціальної відповідальності бізнесу.

Основні розбіжності, на разі, визначаються на рівні взаємозв'язків підприємство-держава. Так, якщо діяльність американського бізнесу споконвічно формується власниками і менеджерами, то у Європі державні органи влади і професійні об'єднання жорстко регламентують мінімальні вимоги щодо ведення справ. Внаслідок цього відрізняються і підходи до реалізації інструментарію соціальної відповідальності бізнесу.

Сьогодні експертами та провідними науковцями прийнято виділяти три моделі соціальної відповідальності:

– американська;

– європейська;

– японська.

Однак, варто наголосити, що в науковій літературі можна зустріти й інші моделі, наприклад британську, англо-саксонську, континентальну, які, на нашу думку, є похідними від зазначених трьох моделей та базуються на них.

Американська модель соціальної відповідальності сформувалася у XIX ст.; вона акцентована на поведінку підприємства в умовах ринку, розвиток позитивних відносин з регіональною і місцевою владою. Традиційно в США соціальна відповідальність заснована на максимальній свободі суб'єктів і орієнтована на філантропічну модель. Історично бізнес мав зобов'язання лише по сплаті податків, тому певну частку прибутку віддавав на доброчинні цілі. У Сполучених Штатах загальна сума внесків у доброчинні організації дорівнює близько 1,7% ВВП.

Вирішення багатьох соціальних проблем (професійна освіта, страхування персоналу) в США реалізовується численними напрацьованими механізмами участі бізнесу в соціальній підтримці суспільства через корпоративні фонди. Також соціальна відповідальність часто пов'язується з програмами волонтерства персоналу підприємств і організацій в робочий час. Відповідальна соціальна діяльність і доброчинність стимулюються певними податковими пільгами, які встановлені на законодавчому рівні для організацій, що працевлаштовують інвалідів, пенсіонерів, молодь і ветеранів. Так, в Сполучених Штатах існують три види податкових пільг, які відшкодовують вартість робочих місць працівників-інвалідів і дозволяють зробити їх доступнішими:

– щорічне кредитування малого бізнесу з метою зробити його більш доступним для інвалідів;

– всі підприємства і організації можуть розраховувати на знижки для подолання перешкод різного характеру на робочому місці для осіб-інвалідів;

– податковий кредит для роботодавців, які працевланітовують певні групи осіб, тобто молодь, інвалідів, пенсіонерів, ветеранів.

Доброчинні організації в США також мають податкові пільги, зокрема, вони звільнені від податку на нерухомість і податку з продажів.

Європейська модель формування соціальної відповідальності. У Європі історично сформувалася дещо інша модель. Європейське розуміння принципів соціальної відповідальності формується з соціально-відповідальних механізмів ведення бізнесу при значному впливі держави. Вагомим чинником наразі є партнерські відносини: держава нерідко має представників в управлінні та пакети акцій у всіх структурах бізнесу.

Отже, європейська модель соціальної відповідальності бізнесу принципово відрізняється від американської прямим впливом держави. Європейський бізнес розцінює державу як інституцію, яка виконує прийняті в суспільстві правила поведінки, тоді як в США подібне втручання держави трактується як порушення свободи бізнесу. Згідно з американською моделлю прибутковість бізнесу є фундаментальною метою соціальної відповідальності, проте європейська відносить до неї додаткові аспекти: зобов'язання перед персоналом і територіальними громадами.

Таким чином, враховуючи специфіку системи перерозподілу цінностей і вплив держави, розповсюдження ідей соціальної відповідальності в європейських країнах має незначні темпи. Імпульсом становлення ідей соціальної відповідальності в країнах Європейського Союзу стала зустріч у Лісабоні у 2000 р. представників влади і бізнесу. Ключовою темою дискусій зустрічі була нагальна потреба постійного підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Було відмічено, що соціальна відповідальність нині розглядається як один з механізмів підвищення конкурентоспроможності й, разом з тим, як дієвий інструмент покращання стандартів життя громадян.

Японська модель формування соціальної відповідальності. Японська модель соціальної відповідальності бізнесу актуальна також для Республіки Корея. Дослідження японської моделі соціальної відповідальності засвідчують значний вплив інституту держави, але слід зазначити, що японський бізнес історично зосереджений на внутрішніх програмах, завдяки яким компанія стає для працівника сім'єю. У бідній на природні ресурси країні традиційно культивується принцип «Наше багатство - людські ресурси», згідно з яким створюються умови найбільш ефективного використання персоналу. В рамках відповідальності перед працівниками бізнес надає житло фахівцям, стимулює сімейні династії, оплачує навчання тощо. Шляхом реорганізації структури управління

виділяються департаменти соціальної відповідальності, які інформують громадськість щодо соціальних програм і заходів, публікують звіти та беруть на себе відповідальність за комунікації із стейкхолдерами. Одночасно простежується підвищена увага уряду, фундацій і бізнесу до зовнішньої складової соціальної відповідальності.

Отже, поділ моделей корпоративної соціальної відповідальності ґрунтується на принципі поділу компаній на ті, які в добровільному порядку вирішують актуальні соціальні проблеми і ті, які змушені проводити таку політику відповідно до вимог держави. Таким чином виділяють відкриту та закриту форми КСВ.

Тема № 10
Економічна суть оплати праці. Сучасні форми і системи оплати праці.

1.Економічне значення заробітної плати

Заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, в грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівнику за виконану ним роботу. Розмір заробітної плати залежить від складності й умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства.

Законодавство про оплату праці в Україні ґрунтується на Конституції України і складається з Кодексу законів про працю України, Закону України "Про оплату праці", Закону України "Про колективні договори і угоди" та інших актів законодавства України.

Організація оплати праці здійснюється на підставі:
– законодавчих та інших нормативних актів;
– генеральної угоди на національному рівні;
– галузевих (міжгалузевих), територіальних угод;
– колективних договорів;
– трудових договорів;
– грантів.

Структура заробітної плати:
– основна заробітна плата;
– додаткова заробітна плата;
– інші заохочувальні та компенсаційні виплати.

Основна заробітна плата – це винагорода за виконану роботу відповідно до встановлених норм праці (норми часу, виробітку, обслуговування, посадові обов'язки). Вона встановлюється у вигляді тарифних ставок (окладів) і відрядних розцінок для робітників та посадових окладів для службовців. Додаткова заробітна плата – це винагорода за роботу понад встановлені норми, за трудові успіхи, винахідливість і за особливі умови праці. Вона містить доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством; премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій. Інші заохочувальні і компенсаційні виплати. До них належать виплати у формі винагород за підсумками роботи за рік, премії за спеціальними системами і положеннями, компенсаційні та інші грошові й матеріальні виплати, не передбачені актами чинного законодавства, або які здійснюються понад встановлені вказаними актами норми.

Мінімальна заробітна плата – це законодавчо встановлений розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю, нижче якого не може здійснюватися оплата за

виконану працівником місячну, погодинну норму праці (обсяг робіт). До мінімальної заробітної плати не включаються доплати, надбавки, заохочувальні та компенсаційні виплати. Мінімальна заробітна плата є державною соціальною гарантією, обов'язковою на всій території України для підприємств усіх форм власності і господарювання та фізичних осіб, які використовують працю найманих працівників.

Основні функції заробітної плати як економічної категорії такі:

– відтворювальна (встановлює норми оплати праці на такому рівні, який забезпечував би нормальне відтворення робочої сили відповідної кваліфікації);

– стимулювальна (спонукає працівників до ефективної роботи на своїх робочих місцях);

– регулювальна (реалізує принципи диференціації рівня заробітку за фахом і відповідною кваліфікацією, важливістю та складністю трудових завдань);

– соціальна (забезпечує реалізацію принципу соціальної справедливості щодо одержання власного доходу).

Важливо розрізняти номінальну та реальну заробітну плату.

Номінальна заробітна плата – це нарахована і одержана працівником сума грошей, яка відповідає його праці за певний період часу.

Реальна заробітна плата визначає кількість товарів і послуг, які працівник зможе придбати за зароблену суму грошей. Тобто реальна заробітна плата характеризує купівельну спроможність номінальної заробітної плати.

Система оплати праці визначає механізм встановлення залежності між величиною винагороди працівника та кількістю витраченої ним праці, а також якістю досягнутих працівником результатів.

На підприємствах можуть застосовуватись тарифна та безтарифна (контрактна) системи оплати праці.

Організація на підприємстві тарифної системи оплати праці передбачає використання тарифної сітки, тарифних ставок, тарифно-кваліфікаційних довідників, схеми посадових окладів.

Тарифна сітка являє собою сукупність кваліфікаційних тарифних розрядів і відповідних їм тарифних коефіцієнтів, за якими визначається розмір тарифних ставок (у гривнях) оплати праці працівників залежно від складності виконуваних робіт і кваліфікації працівників.

Тарифний розряд – елемент тарифної сітки, що характеризує складність виконуваних робіт і рівень кваліфікації працівника, здатного виконувати роботу відповідної складності. Цей показник визначається за довідником кваліфікаційних характеристик професій працівників.

Тарифний коефіцієнт – елемент порозрядної диференціації тарифних ставок тарифної сітки, який є відношенням розміру тарифної ставки кожного наступного розряду тарифної сітки до розміру тарифної ставки першого розряду.

У сучасних умовах на більшості підприємств застосовують шести- та восьмирозрядні тарифні сітки. Тарифні коефіцієнти та їхні співвідношення встановлюються галузевими угодами. Виокремлюють чотири групи уніфікованих тарифних сіток, які диференційовані за галузями економіки:

– восьмирозрядна тарифна сітка зі співвідношенням тарифів 1-го і 8-го розрядів 1 : 2,4 – для оплати праці робітників цехів основного виробництва підприємств чорної металургії;

– восьмирозрядна тарифна сітка зі співвідношенням 1-го і 8-го розрядів 1,0 : 2,01 – для оплати праці робітників, безпосередньо зайнятих на виконанні відповідальних робіт підприємств машинобудування, охоплюючи електротехнічну, електронну, радіотехнічну промисловість і виробництво засобів зв'язку;

– семирозрядна тарифна сітка зі співвідношенням тарифів 1-го і 7-го розрядів 1,0 : 2,01 – для оплати праці робітників, безпосередньо зайнятих обслуговуванням, налагодженням і ремонтом основного устаткування теплових та електричних систем, атомних, теплових і гідроелектростанцій;

– шестирозрядна сітка зі співвідношенням тарифів 1-го і 6-го розрядів 1,0 : 1,8 – для всіх інших видів виробництв і робіт.

Тарифні сітки (тарифних розрядів і тарифних коефіцієнтів) можуть різнитися для різних видів виробництва, робіт, окремих груп і категорій робітників або на підприємстві може бути визначена єдина тарифна сітка (тарифних розрядів і тарифних коефіцієнтів) для оплати праці всіх груп і категорій робітників або навіть усіх працівників підприємства, в тому числі керівників, фахівців і технічних службовців.

Вибір тарифної системи і затвердження тарифної сітки відображається в колективному договорі та оформляється наказом керівника підприємства.

Годинні тарифні ставки, зазначені в тарифній сітці, залежать від рівня мінімальної заробітної плати, яка законодавчо встановлюється в Україні та щоразу переобчислюється одночасно з його зміною.

У межах тарифної системи розглянемо погодинну і відрядну форми оплати праці.

Погодинна форма передбачає оплату праці залежно від відпрацьованого часу і рівня кваліфікації.

Різновидами погодинної оплати праці є проста погодинна й погодинно-преміальна форми оплати праці, а також оплата праці за посадовими окладами.

2.Мотивація персоналу

Забезпечення ефективності використання праці на підприємстві можливе шляхом використання відповідної системи мотивації.

Мотивація – це сукупність взаємозв'язаних заходів, які стимулюють працівника або колектив працівників до досягнення індивідуальних та спільних цілей діяльності підприємства. Система мотивації повинна формувати свідоме ставлення до праці, яка є джерелом не лише матеріальних виплат, а й самовдосконалення та професійного і службового росту.

У визначенні моделей і методів мотивації потрібно враховувати той факт, що мотиваційний аспект щодо конкретного працівника в конкретній ситуації не впливатиме на нього в іншій ситуації, або не впливатиме на іншого працівника в аналогічній ситуації.

Тому моделі мотивації слід будувати за багатофакторним принципом.

Ці моделі можуть бути такими:

1) що ґрунтуються на змістовній теорії потреб А. Маслоу:

фізіологічні;

безпеки та захищеності;

соціальні;

поваги;

самовиявлення;

2) що ґрунтуються на процесуальній теорії очікування В. Врума:

щодо співвідношення витрат праці і результатів;

щодо співвідношення результатів праці та винагороди;

ступінь відносного задоволення отриманою винагородою;

3) що ґрунтуються на процесуальній теорії справедливості Адамса:

• суб'єктивне визначення співвідношення винагороди та затрат праці;

• порівняння особистої винагороди із заохоченням інших працівників, що виконують аналогічну роботу;

• зняття соціального напруження на основі дотримання принципу справедливості.

Система мотивації на рівні підприємства повинна базуватись на певних вимогах, а саме:

– надання однакових можливостей щодо зайнятості та посадового просування за критерієм результативності праці;

– узгодження рівня оплати праці з її результатами та визнання особистого внеску в загальний успіх;

– створення належних умов для захисту здоров'я, безпеки праці та добробуту всіх працівників;

– забезпечення можливостей для зростання професійної майстерності, реалізації здібностей працівників;

– підтримування в колективі атмосфери довіри, заінтересованості в реалізації загальної мети, можливості двосторонньої комунікації між керівниками і працівниками.

Методи мотивації:

1. Прямі економічні (підрядна оплата; погодинні оплата; оплатанавчання; премії за раціоналізацію; участь у прибутках).

2. Непрямі економічні (пільгове харчування; пільгове користування житлом, транспортом; доплати за стаж роботи).

3. Негрошові (гнучкі робочі графіки; охорона праці; просування по службі; участь у прийнятті рішень на більш високому рівні).

Праця на будь-якому підприємстві повинна бути організована з дотриманням норм і положень наукової організації праці.

Науковою є така організація праці, яка ґрунтується на досягненнях науки і техніки, передовому досвіді і дозволяє найкращим чином об'єднати в єдиному процесі виробництва техніку і людей, забезпечити ефективне використання ресурсів та збереження здоров'я працівників.

Наукова організація праці (НОП) має вирішувати такі завдання:

– економічне (ефективне використання ресурсів і ріст продуктивності праці);

– психофізіологічне (підвищення працездатності людини без шкоди її здоров'ю);

– соціальне (праця повинна бути задоволенням).

Основні напрями НОП:

– вдосконалення форм розподілу і кооперування праці;

– вдосконалення нормування праці, її морального і матеріального стимулювання;

– поліпшення умов праці;

– підготовка і підвищення кваліфікації кадрів;

– зміцнення трудової дисципліни.

Процес праці на підприємстві відбувається в просторі і часі. Регламентація праці в

часі здійснюється на основі врахування норм праці.

Основні соціометричні показники та дихотономічний розподіл.

Кожен колектив має свою внутрішню соціально-психологічну структуру, її утворення зумовлене багатьма об'єктивними і суб'єктивними факторами, але, склавшись, вона сама має великий вплив на колектив і особистість. Тому керівник мусить бути уважним, знати і враховувати психологічний клімат у колективі. Для того, щоб налагодити дисципліну, підвищити продуктивність праці, створити сприятливий психологічний клімат, керівнику необхідно знати міжособові стосунки в колективі.

Про важливість сприятливого психологічного клімату можна судити з тих обставин, що поганий настрій знижує ефективність роботи колективу приблизно в 1,5 раза.

Соціально-психологічний клімат є об’єктивно-існуючим явищем. Психологічний клімат – це емоційно-психологічний настрій колективу, в якому на емоційному рівні відображаються особисті і ділові взаємостосунки членів колективу, які визначаються моральними нормами та інтересами. Оскільки на обставини можна цілеспрямовано впливати, то соціально-психологічний клімат в певній системі можна коригувати. Психологічний стан колективу характеризується ступенем задоволеності ним своєю діяльністю та її результатами. На ступінь задоволеності впливають такі обставини, як характер і зміст діяльності, відношення до неї людей, престиж, винагорода, перспективи зростання, наявність супутніх можливостей та ін.

Згуртованість колективу проявляється в силі притягання до нього його членів, можливості їх сумісного впливу на окрему людину. Згуртованість обумовлена тяжінням людей один до одного в пошуках допомоги або підтримки в справі досягання тих чи інших цілей. Згуртованість колективу, задоволеність людей своїм перебуванням в ньому залежить також від їх психологічної та соціально-психологічної сумісності. Основу першої складає відповідність темпераментів членів колективу; в основі другої — відповідність професійних і моральних якостей.

Результати багатьох соціологічних досліджень свідчать про наявність прямої залежності між згуртованістю групи й ефективністю результатів її спільної діяльності. Безпосередньо корелюється з характером і змістом групових міжособистісних стосунків також творчий потенціал групи. Соціометрія дає змогу: виміряти ступінь згуртованості (роз'єднаності) групи; визначити «соціометричні позиції», тобто порівняльний авторитет членів групи за ознаками симпатії (антипатії), де на крайніх полюсах перебувають лідер і той, ким нехтують; зафіксувати угруповання, на чолі яких можуть бути свої неформальні лідери. За допомогою цього методу можна виявити неконфліктні та конфліктні (напружені) ділянки.

Соціометрична техніка, розроблена Дж. Моренно, застосовується для діагностики міжособових і міжгрупових стосунків в цілях їх зміни, поліпшення і вдосконалення. За допомогою соціометрії можна вивчати типологію соціальної поведінки людей в умовах групової діяльності, судити про соціально-психологічну сумісність членів конкретних груп. Використання соціометрії дозволяє проводити вимірювання авторитету формального і неформального лідерів для перегрупування людей в командах так, щоб понизити напруженість в колективі, що виникає із-за взаємної неприязні деяких членів групи та підвищити ефективність роботи команди вцілому.

Розрізняють персональні соціометричні індекси і групові соціометричні індекси. Перші характеризують індивідуальні соціально-психологічні властивості особи в ролі

члена групи. Другі дають числові характеристики цілісної соціометричної конфігурації виборів в групі. Вони описують властивості групових структур спілкування. Серед них слід виділити наступні:

- коефіцієнт згуртованості,
- показник соціометричного статусу,
- показник емоціональної експансивності,
- індекс взаємності у групі,
- показник конфліктності,
- індекс референтності,
- індекс комфортності.

За домінуючої ролі соціально-економічних умов психологічні аспекти представляють собою один з основних факторів будь-якої моделі мотивації. Вплив керуючої підсистеми підприємства на фактори поведінки залежить від пізнання елементів не лише індивідуальної психології, що визначає вчинки кожного працівника, але й колективної психології певних груп працюючих. Це обумовлює сприймання мотивації як імовірного процесу. Те, що мотивує, одного працівника у конкретній ситуації, не впливатиме на нього в інший час або на другого працівника в аналогічних умовах. Саме цим спричинюється необхідність конструювання багатофакторних моделей мотивації, де остання є функцією потреб, очікувань та сприймання працівниками справедливості винагороди.

Кожний працівник у рамках організаційної діяльності обмінює свій особистісний капітал у вигляді знань і переконань, здатностей і навичок за допомогою участі в організаційній життєдіяльності на матеріальні й нематеріальні блага, які одержує від роботодавця. При цьому виникає протиріччя між його інтересами й інтересами роботодавця. І працівник, і роботодавець зацікавлені в тім, щоб вкласти менше, а одержати більше. На практиці це знаходить вираження в прагненні деяких працівників продати свої вміння дорожче їхньої реальної вартості й зайняти позиції в організації, які не відповідають їхній професійній компетентності. Зі своєї сторони, роботодавці також проявляють прагнення заплатити працівникам менше, ніж вони коштують. Саме матеріальні стимули є визначальними в мотивації залучення й утримання персоналу. Той роботодавець, що пропонує найбільш високу оплату праці працівникам, стає найбільш привабливим для всіх категорій працівників, незалежно від ступеня кваліфікації, досвіду й амбіцій. Роботодавець, що пропонує більше низьку оплату праці, має проблеми із залученням і втриманням високопрофесійних і амбіційних працівників.

Якщо роботодавець не в змозі задовольнити порівняно високі матеріальні запроси претендентів на дане робоче місце, але бажає залучити до роботи молодих, сумлінних та енергійних фахівців, то йому при складанні заявки на вільну вакансію та при подальшому спілкуванні з претендентами на дану посаду слід скористатися наступними основними психологічними прийомами:

Прийом "приєднання до чужих проблем".

Прийом "ми − одного поля ягоди" .

Прийом "це цікаво!".

Прийом "ще небагато, ще трошки".

Прийом "загальнолюдські цінності".

Прийом "провокація".

Прийом "державне − значить стабільне".

Перед тим, як мотивувати працівників до більш ефективної праці, менеджер повинен залучити до праці на своєму підприємству гарних, перспективних фахівців. Якщо керівництво підприємства не обмежує менеджера по роботі з персоналом у матеріальних засобах, то дана задача вирішується досить просто, так як, нажаль, на сьогоднішньому етапі розвитку нашої країни для молодих фахівців велике значення має саме розмір матеріальної винагороди, яку вони можуть отримати за свою роботу. Якщо ж керівництво підприємства не в змозі, з будь-яких причин, задовольнити порівняно високі матеріальні запроси претендентів на дане робоче місце, але бажає залучити до роботи молодих, сумлінних та енергійних фахівців, то менеджеру при складанні заявки на вільну вакансію та при подальшому спілкуванні з претендентами на дану посаду слід скористатися наступними основними психологічними прийомами:

1. Прийом "приєднання до чужих проблем".На даний момент у нашій країні для більшості безробітних існує декілька основних проблем, які вони намагаються вирішити: робота, житло, підвищення свого матеріального становища тощо. На сьогодні великий прошарок молодих спеціалістів, які недавно закінчили ВНЗ, а також багато досить досвідчених фахівців з досвідом роботи не можуть знайти роботу за спеціальністю, особливо інтелектуали − лікарі, психологи, викладачі тощо. При спілкуванні з претендентами зробіть наголос на даній проблемі. Так як людина, що отримує роботу автоматично переходить в інший соціальний статус − з безробітного (невдахи, нахлібника) до службовця, працівника (шанованої людини, що забезпечує себе сама). Більшість людей, що шукають роботу не мають ніякого заробітку, і тому скільки б ви не запропонували, все одно, це буде більше, ніж вони заробляють насьогодні. Якщо ваше підприємство має можливість забезпечити своїх фахівців житлом (гуртожитком, квартирою найманою чи власною) − зробіть акцент на цьому моменті, так як майже усі без нормального житла. Багато фахівців, особливо молодих, мріють побувати в інших містах, поїхати за кордон: якщо специфіка вашого підприємства вимагає подібних поїздок − акцентуйте увагу на цьому, як беззаперечній перевазі даного робочого місця.

2. Прийом "ми − одного поля ягоди".

Якщо попередній психологічний прийом слід використовувати при складанні заявки на вільну вакансію, при рекламуванні конкретного робочого місця, то даний принцип доцільно використовувати при особистому спілкуванні з претендентом, який вас зацікавив, але хотів би працювати зовсім у іншому напрямку. Ключовий момент даного прийому − використання слова "ми": мовляв, такі, як ми, не потрібні... ми з Вами одного поля ягоди − інтелектуали, інтелігенти − як я вас розумію! Але зараз ми такі не потрібні бізнесу... А потрібні тямущі − ті, хто вміє перебудуватись.

3. Прийом "це цікаво!".

Даний прийом розрахований на молодих людей не обтяжених сім’єю (студентів вузів, технікумів тощо), безкорисливих ентузіастів або людей, здатних захоплюватись справою, яка їм до душі. Також даний прийом можна використати, якщо вам потрібні на дану роботу люди пенсійного віку, які надають перевагу не великим окладам, а можливості займатися улюбленою справою. І дійсно, майже завжди найдеться той, хто стане працювати тільки тому, що пропонована робота цікава. Акцент, який робиться на безкорисливість, яка все попереднє "радянське життя" країни протиставлялася роботі корисливої, спрацьовує завжди.

4. Прийом "ще небагато, ще трошки".Українська людина, на жаль, звикла до обіцянок, що царство Боже (комунізм, демократія, гарне життя, зарплата, кар’єра) буде

потім. А зараз треба ще небагато піднапружитися, ще мало-мало попрацювати, "затягти пояса", ще мало-мало потерпіти... Або зробити роботу в рахунок майбутньої репутації, що потім принесе нам гроші, популярність, престиж. І от уже на роботу можна приймати фахівця за копійки − на час випробувального терміну. Менеджерам по роботі з персоналом слід дуже обережно користуватися даним психологічним прийомом, якщо вони ставлять собі за мету подальшу співпрацю з даною людиною та не бояться знизити імідж підприємства. Даним прийомом досить часто користуються, так звані "мильні фірми", що створюються на короткий термін та наймають штат працівників за низьку плату або зовсім безкоштовно на випробувальний термін, а по закінченню цього терміну фірма спокійно закривається.

5. Прийом "загальнолюдські цінності". Чудово працюють заклики, які можна об'єднати під рубрикою "заради...": "Ми працюємо заради наших дітей! Заради майбутнього добробуту…це робиться для нашої країни... це робиться для всіх людей...". Даний психологічний прийом досить успішно використовується при прийняті на такі порівняно низькооплачувані професії, як лікарі, викладачі, вихователі − де робиться наголос на шляхетності даних професій, їх значущості для суспільства в цілому і для кожної людини окремо тощо.

6. Прийом "провокація". Провокація буває різною. Щоб зрозуміти суть даного прийому слід згадати недавню рекламу одного банку, який оголосив набір нових співробітників за досить низьку заробітну плату, ще й з досить тривалим випробувальним терміном. Основний акцент у даній рекламі робився на те, що про свою роботу у банку та досягнення розповідали ще вчорашні випускники вузів, які прийшли на роботу так само, як може прийти будь-який молодий спеціаліст, щойно закінчивши вуз (не обов’язково по спеціальності), пропрацювавши відповідний термін чудово себе зарекомендували і тепер є замісниками, а то й керівниками відділів, або філій даного банку.

7. Прийом "державне-значить стабільне". Не секрет, що люди старшого покоління з недовірою відносяться до роботи на приватних підприємствах, так би мовити, до роботи "на хазяїна". Ця недовіра має під собою реальне підґрунтя.

По-перше, якщо це нові чи недовго існуючі на ринку фірми є великий ризик того, що вони збанкротують, і працівникам знову доведеться шукати нову роботи. Звісно, державні підприємства також банкротують, але на підсвідомому рівні сприйняття інформації "держава" сприймається як щось велике, стабільне і неосяжне, а "приватне" − як щось маленьке, що легко можна знищити. Тому, коли молода людина буде обирати собі місце роботи між приватним і державним сектором, як правило, вона буде питати поради у своїх близьких (мами, тата), які і порадять їй обирати саме державний сектор, як більш стабільний.

По-друге, на сьогодні склалася така думка, що на державних підприємствах більш суворо дотримуються трудового законодавства, тобто, не звільнять без поважної причини, нададуть всі вихідні, які є за законом України, у визначений законом термін нададуть відпустку і оздоровчі (чи тринадцяту зарплату), тощо. Тобто виконають свої зобов’язання перед найманими працівниками, а у разі суперечок на державних підприємствах існує профспілка, яка захищає права працівників. Безперечно, все це виконується і на приватних підприємствах, але на керівника державного підприємства набагато легше "знайти управу", в разі порушення ним трудового законодавства, чим на приватного підприємця, який на своєму підприємстві "цар і бог".

Звісно, працівник може звернутися до суду, але нашим судовим інстанціям люди довіряють взагалі. По-третє, стосовно незаміжніх дівчат та молодих жінок, − на державному підприємстві жінка іде в декрет, їй нараховуються і декретні кошти, і місце роботи зберігається згідно трудового законодавства 3 або 6 років, і стаж нараховується. Приватні підприємці досить рідко згодні на таке. Як правило, вони намагаються не брати на роботу працівниць, в яких немає ще дітей, або є малі діти віком до 3-х років. По-четверте, не секрет, що на приватних підприємствах платять більші гроші, але "у конвертах".

Тобто, офіційно працівник отримує мінімальну зарплатню, з якої в майбутньому і буде нараховуватися пенсія (також мінімальна). Звісно молодих людей це не дуже хвилює, а от для їх батьків, до яких вони звернуться за порадою, це досить актуальне питання. Також, слід сказати і про те, що інколи дрібні підприємці наймаючи на роботу працівників самі пропонують їм вибір − або вони платять їм добрі гроші і не оформлюють їх на роботу офіційно, або всі податки сплачує сам працівник, що суттєво відбивається на його зарплатні. Звісно у державному секторі таких прецедентів не має.

Отже, як бачимо, набір "гасел-психокомплексів" для зацікавлення та маніпулювання людьми невеликий: первинні потреби, совість, страх, порядність, провина, марнославство, амбіції, надія тощо. Ці старі знайомі всіх часів і народів ідуть у хід, як інструменти первинного зацікавлення вакансіями, що пропонує підприємство, та створення мотивації безкоштовної самовідданої праці.

Тема № 11
Структура основних засобів підприємства

1.Поняття основні засоби

Основні засоби – це засоби праці, що беруть участь у виробництві тривалий час (більше 365 днів), не змінюють своєї речовинної форми та переносять свою вартість на готову продукцію частинами, по мірі їх зносу (шляхом амортизаційних відрахувань).

Основні засоби неоднорідні та відрізняються між собою натурально-речовим складом, термінами служби, призначенням і роллю у виробництві тощо. Все це обумовлює необхідність їх класифікації.

Залежно від участі у виробничому процесі основні засоби поділяють на виробничі (безпосередньо приймають участь у виробничому процесі або створюють необхідні умови для праці) та невиробничі (не приймають безпосередньої участі у виробництві, але перебувають на балансі підприємства).

До основних виробничих засобів відносять засоби праці, які беруть участь у процесі виробництва (будівлі, споруди, робочі машини та обладнання, транспортні засоби та інші основні засоби, що діють у сфері матеріального виробництва).

Основні невиробничі засоби не беруть безпосередньої участі в процесі виробництва (фонди житлово-комунальних господарств, будинки відпочинку, спортивні табори, дошкільні установи, об’єкти соціально-побутового призначення тощо).

У складі виробничих основних засобів виокремлюють активну та пасивну частини. До активної частини відносять основні засоби, які беруть безпосередню участь у процесі виробництва та прямо впливають на предмети праці (машини та устаткування, інструменти, приладдя та пристрої для вимірювання тощо). До пасивної частини належать основні засоби, що забезпечують нормальне функціонування виробничого процесу, створюють умови для нього (будівлі, споруди тощо).

За галузевою належністю основні засоби поділяються на засоби промисловості, будівництва, сільського господарства, транспорту, зв'язку та ін.

За натурально-речовинним складом основні засоби поділяють на такі види:

Будівлі (корпуси цехів, склади, кладові, адміністративно-господарські будівлі).

Споруди (інженерно-технічні об’єкти: очисні споруди, водопровідні башти, насосні станції тощо);

Передавальні пристрої – засоби, за допомогою яких передаються всі види енергії від машин – двигунів до робочих машин : електромережі, паро-, газо-, водо-, нафтопроводи.

Машини і обладнання (найважливіша складова) :

- силові машини і обладнання (котли, дизелі);
- робочі машини і обладнання (верстати, преси);
- вимірювальні та регулюючі прилади та пристрої, лабораторне обладнання;
- обчислювальна техніка.

Транспортні засоби – враховують засоби внутрішньо цехового, міжзаводського, міжцехового транспорту (тягачі, електрокари тощо);

Інструмент – механізовані та ручні інструменти всіх видів, а також різні пристосування – лещата, патрони;

Виробничий інвентар – інвентарна тара, контейнери, загорожі машин, стелажі і робочі столи;

Господарський інвентар – предмети канцелярського та господарського призначення.

Оцінка основних засобів – це грошовий вираз їх вартості. Є такі види оцінки: первісна, відновлена (переоцінена), залишкова, ліквідаційна, справедлива.

Первісна вартість (Сп) – історична (фактична) собівартість основних засобів у сумі грошових коштів або справедливої вартості інших активів, сплачених (переданих), витрачених для придбання (створення) необоротних активів.

Первісна вартість охоплює:

– суми, сплачені згідно з договором постачальнику (продавцю);

– суми, сплачені організаціям за здійснення робіт за договорами будівельного підряду та іншими договорами;

– суми, сплачені організаціям за інформаційні та консультаційні послуги, пов’язані з придбанням (створенням) основних засобів;

– реєстраційні збори, державне мито та аналогічні платежі, здійснені у зв’язку з придбанням (отриманням) прав на об’єкт основних засобів;

– сплачені мито, податки та інші платежі, пов’язані з придбанням (створенням) основних засобів, що не відшкодовуються підприємству;

– винагороди, сплачені посередницькій організації, через яку було придбано об’єкт основних засобів;

– витрати зі страхування ризиків, пов’язаних із доставкою основних засобів;

– витрати на встановлення, монтаж та налагодження основних засобів;

– інші витрати, безпосередньо пов’язані з придбанням (створенням) основних засобів та приведенням їх у робочий стан.

2.Основні засоби підприємства: ознаки

Далеко не все майно належить до основних засобів, навіть якщо воно має велику вартість. У бухгалтерському обліку передбачені певні правила щодо врахування та

визначення основних засобів. Насамперед майно, яке належить до цієї категорії, повинно мати такі ознаки:

Матеріально-речовий характер. Основні засоби мають упредметнену форму. Це будівлі, споруди, машини, обладнання.

Тривалість використання. Термін корисного використання основних засобів перевищує 12 місяців чи звичайний операційний цикл.

Перенесення вартості готової продукції. Вартість основних засобів бере участь у формуванні собівартості продукції у вигляді амортизаційних відрахувань.

Використання у виробничому процесі. Основні засоби — це активи, які залучені у виробництві продукції, виконанні робіт та наданні послуг.

Збереження натурально-речовинної форми. На відміну від сировини та матеріалів, основні засоби у процесі використання не втрачають своєї первісної форми.

Закріплення за підприємством на праві власності, господарського відання чи оперативного управління.

Амортизація. Вартість основних засобів переноситься на собівартість продукції або послуг за допомогою амортизації.

Класифікація основних засобів

Класифікація основних засобів — це можливість віднести актив до певної категорії. Регулюється це питання Міністерством доходів і зборів, а також ПСБО 7 «Основні засоби». Загалом основні засоби можуть бути класифіковані за різними критеріями:

Форма. Основні засоби можуть бути фізичними об'єктами, такими як будівлі, споруди, обладнання, транспортні засоби тощо, або інтелектуальними активами, такими як патенти, авторські права.

Сфера використання. Основні засоби можуть бути виробничими чи невиробничими. Виробничі кошти використовуються в процесі виробництва або надання послуг. Невиробничі кошти, такі як інтелектуальна діяльність, не беруть участь у виробничому процесі.

Статус. Основні засоби можуть бути новими або які вже використовуються. Нові кошти купуються для подальшого використання в процесі виробництва або надання послуг. Основні засоби, які вже використовуються, можуть бути амортизовані та додані в собівартість продукції або послуг.

Групи. Основні засоби можуть бути класифіковані за групами, такими як будівлі та споруди, обладнання, транспортні засоби.

Оцінка та амортизація. Основні кошти враховуються та амортизуються відповідно до бухгалтерського та податкового законодавства.

Амортизація — це процес перенесення вартості основних засобів на собівартість продукції чи послуг.

У рамках цієї класифікації деякі об'єкти можуть бути перетворені на основні засоби підприємства та враховуватися у бухгалтерському обліку та податковому плануванні.

Слід зауважити, що класифікація основних засобів у бухгалтерському та податковому обліку дещо відрізняється. Це впливає й на порядок обліку.

Одиницею бухгалтерського обліку основних засобів є інвентарний об'єкт. У податковому обліку це майно, яке амортизується. У бухобліку виділяють активну та пасивну частини основних засобів. У податковому обліку такого поділу немає.

У податковому обліку встановлено перелік майна, що амортизується. У бухобліку

переліку немає, це може бути будь-який основний засіб. Податковий кодекс містить свій перелік об'єктів, які не є майном, що амортизується. У бухобліку цього немає. Термін корисного використання у податковому обліку може відрізнятись.

Методи амортизації основних засобів та порядок розрахунку в Податковому кодексі та бухобліку відрізняються.

Встановлено різні граничні норми амортизаційних відрахувань.

Амортизація основних засобів — це процес поступового розподілу вартості основних засобів протягом усього терміну їхньої служби. Вона являє собою фінансову операцію, спрямовану на облік фізичного зносу коштів та витрат на втрати у процесі їхнього використання. Амортизація здійснюється протягом певного періоду часу та враховується в бухгалтерському обліку, як витрати, що впливають на фінансові показники підприємства. У цьому процесі основні засоби регулюються Податковим кодексом та нормативно-правовими актами. П.п. 138.3.3 п. 138.3 ст. 138 Податкового кодексу України також затверджує терміни амортизації, встановлені законодавством.

В Україні згідно з Податковим кодексом основні заходи амортизації, включаючи інвестиційну нерухомість, розраховуються у спеціальному документі-розрахунку. Строк нарахування амортизації фіксується в розпорядчому порядку при перерахуванні основних засобів, що визначаються за балансом.

Головні правила нарахування амортизації в податковому обліку:

Амортизація нараховується лише на активи, що перебувають на балансі підприємства на праві власності.

Застосовується прямолінійний метод нарахування амортизації з мінімально допустимих термінів корисного використання.

Амортизованим майном вважаються об'єкти первісною вартістю понад 6 000 грн та терміном служби понад 1 рік.

Амортизація не нараховується на земельні ділянки, об'єкти незавершеного капбудівництва, малоцінні необоротні активи.

Ставки амортизації, що неспроможні перевищувати нормативні терміни експлуатації, встановлюються залежно від групи основних засобів.

Амортизаційні відрахування по об'єктах, проданих протягом звітного періоду, припиняються з місяця, наступного за місяцем вибуття об'єкта.

У бухгалтерському обліку діють інші правила виконання процедури:

– Нарахування амортизації виробляється лінійним способом з терміну корисного використання.

– Амортизованим майном визнаються об'єкти з терміном служби понад 12 місяців та первісною вартістю понад 100 000 грн.

– Амортизація починає нараховуватися з 1 числа місяця, наступного за місяцем введення об'єкта в експлуатацію.

– Ставки амортизації, які неспроможні перевищувати граничні норми, встановлені Податковим кодексом кожної амортизаційної групи.

– Нарахована протягом місяця сума амортизації належить до витрат, зменшує податкову базу з податку на прибуток.

– При реалізації майна витрати визначаються з урахуванням залишкової вартості, яка визначається як різниця первісної вартості та нарахованої амортизації.

– Сама процедура в бухгалтерському обліку може виконуватись різними способами. Існує кілька методів амортизації основних засобів.

Прямолінійний (лінійний) метод.

– Річна сума амортизації розраховується, виходячи з первісної вартості об'єкта та норми амортизації, обчисленої із терміну його корисного використання.

Метод зменшеного залишку

– Річна сума амортизації визначається, виходячи з залишкової вартості основних засобів на початок звітного року та нормативного коефіцієнта прискореної амортизації.

– Кумулятивний метод

– Норма амортизації визначається, виходячи з фактичного терміну експлуатації та первісної вартості основних засобів.

Виробничий метод

– Норма амортизації залежить від натурального показника обсягу продукції (робіт), виготовленої з використанням об'єкта основних засобів.

– Важливо! На відміну від бухгалтерського, у податковому обліку нарахування амортизації основних засобів проводиться лише лінійним методом.

Балансова вартість основних засобів — це ціна, за якою об'єкт основних засобів відображається у бухгалтерському балансі підприємства. Розрізняють два типи вартості.

Первісна балансова вартість

Ціна станом на момент прийняття об'єкта основних засобів до бухгалтерського обліку. Дорівнює фактичним витратам на його придбання, спорудження та доведення до стану, у якому цей об'єкт є придатним для використання.

Залишкова балансова вартість - це первісна вартість основних засобів за вирахуванням суми нарахованої амортизації. Відображає ту частину вартості, яка ще не перенесена на продукцію, яка виготовляється. З часом залишкова вартість зменшується з нарахуванням амортизації.

Балансова вартість використовується визначення амортизаційних відрахувань та навіть під час вибуття основних засобів визначення фінансових результатів.

З.Строк корисного використання основних засобів

Термін корисного використання основних засобів — це період часу, протягом якого вони можуть використовуватися на підприємстві для здійснення своєї діяльності. Цей період визначається відповідно до бухгалтерських стандартів та вимог. Згідно з Податковим кодексом термін корисного використання основних засобів визначено в документі-розрахунку амортизації, який приймається установою при обчисленні основних засобів на баланс. Термін корисного використання основних засобів залежить від їхнього типу, якості та умов експлуатації.

Іншими словами, строк використання основних засобів — це період часу, протягом якого основні засоби функціонують. Тобто зберігають споживчі якості, які здатні приносити економічну вигоду підприємству.

Термін використання визначається такими факторами:

– очікуваний фізичний та моральний знос;

– законодавчо встановлені нормативи використання деяких видів основних засобів;

– очікувана продуктивність та потужність основних засобів.

Залежно від виду основних засобів термін корисного використання може становити від 1-3 до 50 років та більше. Наприклад, обчислювальна техніка — від 1 до 3 років, будівлі — від 20 до 100 років.

Визначення оптимального терміну використання впливає на розрахунок

амортизаційних відрахувань, технічне обслуговування та списання об'єкта.

Тема № 12
Фінансово-економічні результати і ефективність діяльності підприємства

1.Загальна оцінка динаміки та структури статей бухгалтерського балансу

Фінансовий стан – економічна категорія, яка відображає на певний момент стан капіталу в процесі його кругообороту і здатність суб'єкта господарювання до саморозвитку.

Фінансовий стан підприємства характеризується сукупністю показників, які відображають процес формування та використання його фінансових коштів.

В ринковій економіці він відображає кінцеві результати діяльності підприємства. Стійкість фінансового стану – необхідна умова діяльності підприємства в ринкових умовах. Від цього залежить своєчасність та повнота погашення його зобов'язань.

Фінансовий стан відображає взаємозв'язок виробничої та фінансової діяльності підприємства. Він прямо впливає на виробничу діяльність. Недостатнє чи неефективне використання фінансових ресурсів може стати головною причиною несвоєчасних погашень зобов'язань при розрахунках з постачальниками, а також різних порушень в процесі виробництва.

В свою чергу, фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої діяльності. При стабільному збільшенні обсягів виробництва та реалізації продукції, зменшенні її собівартості, підприємство отримує додатковий прибуток, створює додаткові джерела коштів, що зміцнюють фінансовий стан. Він залежить також від: забезпеченості оборотними активами, своєчасного погашення дебіторської заборгованості покупцями, ефективного використання кредитних ресурсів, зміни оборотності оборотних коштів і т.д.

В ході аналізу фінансового стану вирішуються наступні завдання:

- Аналіз забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами;
- Аналіз відповідності джерел фінансових ресурсів напрямкам їх використання;
- Знаходження резервів та можливостей найбільш раціонального використання фінансових ресурсів;
- Розробка заходів щодо оптимізації структури фінансових ресурсів та майбутнього їх ефективного використання

Основним джерелом інформації про фінансовий стан підприємства є його баланс. Його значення настільки велике, що аналіз фінансового стану нерідко називають аналізом балансу

Ціль та основні принципи бухгалтерського обліку і фінансової звітності були визначені Законом України „Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в України від 16 липня 1999 року. Згідно Закону метою бухгалтерського обліку та звітності є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та об'єктивної інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів.

Для того, щоб вказана мета була досягнута, бухгалтерський облік та складання звітності мають здійснюватись на певних принципах, а саме: обачності; повного висвітлення; автономності; послідовності (облікової політики); безперервності; нарахування; відповідності доходів та витрат (відображаються доходи та витрати, які були проведені для отримання цих доходів. Доходи та витрати відображаються в момент

їх проведення, незалежно від дати надходження чи перерахуванні грошових коштів); переважання суті над формою; єдиного грошового вимірника; періодичності; історичної (фактичної) собівартості.

Для більш детального вивчення причин відхилень показників балансу підприємства використовується „Звіт про фінансові результати ” .

Для деталізації окремих питань, що виникають в ході аналізу, використовують наступні джерела: регістри бухгалтерського обліку, первинні облікові документи, листування з банками, фінансовими органами, арбітражні матеріали.

Аналіз фінансового стану повинен супроводжуватись аналізом показників ефективності діяльності, так як він знаходиться в прямій залежності від виробничої діяльності.

Аналіз фінансового стану проводиться в напрямах, наведених на рисунку 12.1.

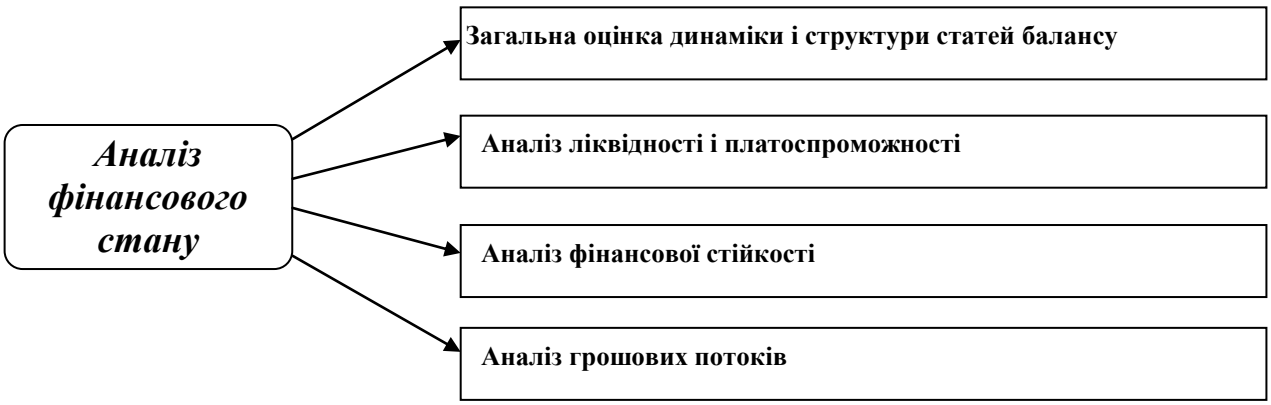


Рисунок 12.1 – Напрямки аналізу фінансового стану

Аналіз фінансового стану підприємства за звітний період починається з його загальної оцінки за даними балансу. . Баланс - це групування інформації на початок і кінець звітного періоду, тобто підсумок господарських операцій на певну звітну дату. Тому, вивчаючи баланс, керівники підприємства отримують уявлення про місце свого підприємства в системі аналогічних підприємств, пересвідчуються в правильності вибраного стратегічного курсу, ефективності використання ресурсів тощо. Важливу інформацію з балансу черпають і аудитори, які мають змогу вибирати правильне рішення щодо проведення перевірок, виявлення слабких місць у системі обліку, різних помилок у зовнішній звітності клієнта. І, нарешті, аналітики для аналізу фінансового стану підприємства використовують передусім дані балансу. Для аналізу фінансового стану підприємства важливо вміти читати баланс, тобто знати зміст кожної зі статей, спосіб її оцінки, взаємозв'язок з іншими статтями, якісну характеристику.

Уміння читати баланс дає можливість:

- одержати необхідний обсяг інформації про підприємство;
- розрахувати рівень забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- встановити, за рахунок яких чинників змінилася величина оборотних коштів;
- оцінити фінансовий стан підприємства за звітний період.

Баланс складається з двох частин.

В активі балансу відображається майно підприємства, а в пасиві – джерела його формування (або капітал). Актив балансу будується за принципом зростання ліквідності активів, пасив - за принципом збільшення терміновості зобов'язань.

Структура балансу наведена в таблиці 5.1

Відповідно до П(С)БО № 2 баланс будується за принципом нетто-баланс - основні засоби та матеріальні активи враховуються за залишковою вартістю; дебіторська заборгованість - за вирахуванням резерву сумнівних боргів; запаси - за вирахуванням недостач, уцінок, знижок; власний капітал - за фактично вкладеною сумою з вирахуванням непокритих збитків.

Таблиця 12.1 – Структура балансу

Актив	Пасив
I Необоротні активи	**I Власний капітал**
1 Нематеріальні активи	1 Статутний капітал
2 Незавершене будівництво	2 Додатковий капітал
3 Основні фонди	3 Резервний капітал
4 Довгострокові фінансові інвестиції	4 Нерозподілений прибуток
5 Довгострокова дебіторська заборгованість	**II Забезпечення наступних платежів і виплат**
6 Інші необоротні активи	**III Довгострокові зобов'язання**
II Оборотні активи	**IV Поточні зобов'язання**
1 Запаси	1 Короткострокові кредити банків
2 Векселі одержані	2 Векселі видані
3 Дебіторська заборгованість за товари (послуги)	3 Кредиторська заборгованість за товари (послуги)
4 Дебіторська заборгованість за розрахунками	4 Заборгованість за розрахунками
5 Грошові кошти та їхній еквівалент	5 Інші поточні зобов'язання
6 Поточні фінансові інвестиції	**V Доходи майбутніх періодів**
7 Інші оборотні активи	
III Витрати майбутніх періодів	
БАЛАНС	**БАЛАНС**

Аналіз балансу починається з попереднього аналізу**,** метою якого є поточна й оперативна оцінка фінансового стану та динаміки розвитку підприємства (іноді цей етап називають читання балансу).

Спочатку треба переконатися в тому, що баланс готовий до читання. Для цього проводиться проста рахункова перевірка балансу за формальними ознаками і по суті. На цьому етапі необхідно перевірити правильність заповнення граф, наявність усіх необхідних форм і додатків, перевірити валюту балансу і всі проміжні підсумки, а також перевірити, чи всім вимогам П(С)БО відповідає складений баланс.

Читання балансу передбачає попереднє загальне ознайомлення з результатами роботи підприємства і його фінансовим станом безпосередньо за бухгалтерським балансом.

Під час читання балансу з'ясовують:

- характер зміни підсумків балансу і його окремих розділів і статей;
- доцільність розміщення майна підприємства.

Для загальної оцінки динаміки фінансового стану необхідно встановити співвідношення динаміки валюти (підсумку) балансу ($Т_{рВб}$) з динамікою обсягу виробництва, реалізації продукції ($Т_{рвир}$), а також прибутку підприємства ($Т_{р\ приб}$).

$$\mathbf{Т_{рВб} < Т_{рвир} < Т_{р\ приб}} \quad (12.1)$$

Прискорений темп зростання обсягу виробництва, реалізації продукції і прибутку порівняно з темпом зростання валюти балансу свідчить про поліпшення використання засобів підприємства. Відставання темпу зростання цих показників від темпів зростання суми балансу свідчитиме про погіршення використання засобів підприємства. Для розрахунку темпів зростання використовуються звіти про виробництво продукції, про прибутки і збитки, складений баланс.

Загальну оцінку валюти балансу можна доповнити розрахунком коефіцієнтів приросту валюти балансу, коефіцієнтів виручки від реалізації продукції, коефіцієнтів приросту прибутку від реалізації, прибутку від інших видів діяльності підприємства. Ці коефіцієнти наведені в темі 2 і також дають змогу провести загальну оцінку фінансового стану підприємства.

Зміну валюти балансу можна оцінити за допомогою традиційних показників динаміки (абсолютне відхилення, темп росту) або коефіцієнта зміни валюти балансу.

$$K_{Вб} = \frac{B_{б\,к.р.} - B_{б\,п.р.}}{B_{б\,сер}}, \qquad (12.2)$$

де $B_{б\,к.р.}$, $B_{б\,п.р.}$, $B_{б\,сер}$ - валюта балансу відповідно на кінець року, початок року та середня за рік.

Зміна валюти балансу може бути викликана зміною обсягів виробництва, масштабів діяльності підприємства та інфляційними факторами.

Треба зазначити, що валюта балансу відображає орієнтовну оцінку суми коштів, які є в розпорядженні підприємства. Ця оцінка є обліковою, і не відображає реальної суми коштів, які можна отримати за майно, наприклад, у разі ліквідації підприємства. Поточна «ціна» активів залежить від ринкової кон'юнктури й може відхилятися в будь-який бік від звітної, особливо в період інфляції.

Як уже зазначалось, в процесі аналізу обов’язково слід звернути увагу на наявність “хворих” статей: “безнадійна дебіторська заборгованість”, “збитки минулих років”, “збитки звітного року”.

Завершується перший етап аналізу балансу складанням порівняльного аналітичного балансу, методика якого для агрегованих статей активів та пасивів наведена в темах 2 та 3.

2. Аналіз ліквідності і платоспроможності

Ліквідність характеризує можливість підприємства своєчасно розраховуватись за своїми поточними фінансовими зобов’язаннями за рахунок оборотних активів різного рівня ліквідності.

Поточна ліквідність – це зовнішній прояв фінансового стану підприємства.

Розрізняють декілька понять ліквідності:

- Ліквідність активів (здатність перетворюватись в найбільш ліквідні грошові форми);
- Ліквідність балансу (здатність покривати відповідними активами боргові зобов’язання);
- Ліквідність підприємства – більш широке поняття, враховує не тільки можливості мобілізації внутрішніх джерел, а й можливість залучати позикові засоби зі сторони.

Предметом нашого розгляду буде ліквідність балансу. Від ступеня ліквідності балансу залежить платоспроможність підприємства.

Платоспроможність – можливість наявними грошовими ресурсами вчасно погашати свої платіжні зобов’язання. Платоспроможність можна розглядати як реальну (або поточну платоспроможність) – тобто наявність у достатньому обсязі коштів для розрахунку за кредиторську заборгованість, що вимагає негайного погашення. Вона вивчається на підставі аналізу грошових потоків. Ознаками платоспроможності є: наявність грошей у касі, на поточних рахунках; відсутність простроченої кредиторської заборгованості. Однак тільки відсутність грошей на поточних рахунках не означає

неплатоспроможності підприємства, бо кошти на поточні рахунки можуть надійти протягом кількох днів.

Платоспроможність можна також розглядати як потенційну здатність підприємства розрахуватися з боргами за рахунок реалізації відповідних активів. Вона забезпечується погодженістю зобов'язань і платіжних засобів протягом прогнозованого періоду і аналізується на основі вивчення показників ліквідності.

Аналіз ліквідності балансу може проводитись двома методами: коефіцієнтним та методом балансових пропорцій.

Для оцінки ліквідності і платоспроможності використовують такі коефіцієнти.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує яку частину поточних боргів підприємство може повернути миттєво. Розраховується за формулою:

$$k_{ал} = \frac{Гр.кошти}{Короткостр окові зобов.} \quad (12.3)$$

Аналізують цей показник в динаміці та порівнюють з рекомендованим значенням. Коефіцієнт абсолютної ліквідності вважається достатнім, якщо він більше 0,2. Однак, слід зважати на те, що на величину цього показника значною мірою впливають випадкові фактори, пов'язані з рухом грошових коштів. Тому для більш достовірної оцінки коефіцієнта абсолютної ліквідності його слід аналізувати не рідше 1 разу на місяць.

Коефіцієнт поточної ліквідності показує, яку частину поточних боргових зобов'язань підприємство може повернути протягом короткого проміжку часу. Розраховується за формулою:

$$k_{пл} = \frac{Гр.кошти + Кор.фін.вкл + Деб.Заборг.}{Короткострокові\ зобов.} \quad (12.4)$$

Рекомендоване значення цього показника – більше 0,8. Аналізують цей показник в динаміці та порівнюють з рекомендованим значенням.

Коефіцієнт платоспроможності (коефіцієнт покриття) показує, на скільки поточні боргові зобов'язання підприємства покриті його оборотними активами. Є найбільш узагальнюючим з показників ліквідності. Розраховується за формулою:

$$k_{плат} = \frac{Оборотні\ активи}{Короткострокові\ зобов.} \quad (12.5)$$

Цей коефіцієнт має бути не менше 2, щоб підприємство після повернення всіх боргів мало в своєму розпорядженні кошти для продовження поточної діяльності.

Іноді розраховують коефіцієнт загальної ліквідності, який показує ступінь покриття всього позичкового капіталу оборотними активами :

$$k_{зл} = \frac{Оборотні\ активи}{Позичковий\ капітал} \quad (12.6)$$

Достатнім вважається рівень цього показника близько 1.

Коефіцієнти ліквідності необхідно аналізувати також в системі (комплексі), звертаючи увагу на співвідношення між ними. Аналіз співвідношень між показниками ліквідності дозволяє зробити обґрунтовані висновки щодо причин конкретної фінансової ситуації та шляхів її покращення.

Розрахуємо показники ліквідності для нашого прикладу (таблиця 12.2).

Таблиця 12.2 – Аналіз показників ліквідності

Показник	Рекомендоване значення	Значення на початок року	Значення на кінець року	Темп росту
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	≥0,2	0,24	1,64	6,8
Коефіцієнт поточної ліквідності	≥0,8	1,65	3,37	2,0
Коефіцієнт платоспроможності	≥2	2,21	4,39	1,9

Як бачимо, усі показники ліквідності і на початок і на кінець року відповідають нормативним значенням. Через наявність на кінець року значних сум грошових коштів і збільшення величини запасів показники ліквідності в декілька разів перевищують рекомендовані значення. Однак, слід зазначити, що у формуванні показника платоспроможності найбільшу участь бере дебіторська заборгованість. Цей факт не можна вважати позитивним з точки зору забезпечення платоспроможності.

Аналіз ліквідності балансу методом балансових пропорцій полягає в порівнянні агрегованих статей активу балансу, згрупованих за ознакою зменшення ліквідності, з агрегованими статтями пасиву, що групуються за ознакою зростання термінів їх погашення.

Баланс ліквідний, якщо виконуються умови ліквідності, наведені в таблиці 12.3.

Таблиця 12.3 – Умови ліквідності балансу

Статті активу	Умова ліквідності	Статті пасиву
Грошові кошти	А1 ≥ П1	Кредиторська заборгованість
Дебіторська заборгованість, короткострокові фінансові вкладення	А2 ≥ П2	Короткострокові кредити
Матеріально-виробничі запаси	А3 ≥ П3	Довгострокові кредити
Необоротні активи	А4 ≤ П4	Власний капітал

Для нашого прикладу всі умови ліквідності виконуються:

22109,6	А1≥ П1	12276,7
23269,1	А2≥ П2	1176,2
13620,5	А3≥ П3	11893,7
45019,9	А4≤ П4	48390,0

Для оцінки реальної платоспроможності на підприємстві складається платіжний баланс (календар) на короткий період часу(день, тиждень, декаду, максимум 1 місяць) (таблиця 12.4).

Таблиця 12.4 - Платіжний баланс (календар), тис. грн.

Наявні кошти для покриття заборгованості	Прогноз надходжень	Негайні та інші платежі	Прогноз видатків
1 Залишок грошей на рахунках	190	1 Придбання палива	140
2 Виручка від реалізації	320	2 Виплата зарплати	390
3 Повернення дебіторської заборгованості	157	3 Сплата податків	160

4 Кошти від реалізації фінансових вкладень	17	4 Сплата % за кредит	32
5 Планова величина короткострокових кредитів	60	5 Повернення кредитної заборгованості за матеріали	15
Разом	744	Разом	737

Підприємство вважається платоспроможним, якщо наявних коштів достатньо для здійснення всіх запланованих видатків. Якщо наявних коштів не вистачає для здійснення негайних платежів, необхідно або терміново знайти додаткові джерела їх фінансування (кредити, продаж векселів тощо), або зменшити заплановані видатки коштів.

Підвищення рівня платоспроможності підприємства залежить від поліпшення результатів його виробничої та комерційної діяльності. Водночас надійний фінансовий стан залежить також і від раціональної організації використання фінансових ресурсів. Тому за умов ринкової економіки здійснюється не тільки оцінка активів і пасивів балансу, а й поглиблений щоденний аналіз стану й використання господарських засобів. Інформаційною базою для такого аналізу є дані управлінського обліку.

Слід зазначити, що деякі фактори по-різному впливають на рівень реальної та потенційної платоспроможності. Наприклад, величина дебіторської заборгованості збільшує значення коефіцієнта платоспроможності, однак негативно впливає на залишок грошових коштів на рахунку. Водночас, кредиторська заборгованість навпаки - погіршує показники ліквідності, але збільшує наявність грошей на розрахунковому рахунку.

Вважають, що в підприємства на поточному рахунку має бути залишок коштів, який дорівнює різниці між кредиторською заборгованістю всіх видів, терміни оплати якої настають протягом певного найближчого періоду (наприклад, тижня або декади), і поточною дебіторською заборгованістю на користь підприємства, платежі за якою очікуються в той самий період.

Наприклад, кредиторська заборгованість на 1 березня — 840 тис. грн., дебіторська заборгованість на 1 березня — 620 тис. грн., залишок коштів на поточному рахунку — 55 тис. грн. Тоді рівень поточної платіжної готовності становитиме (55·100): (840 — 620) = 25%.

3. Аналіз фінансової стійкості підприємства

Фінансова стійкість означає ступінь незалежності підприємства від позичкових джерел фінансування.

Фінансова стійкість підприємства – це здатність суб’єкта господарювання функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів у мінливому зовнішньому і внутрішньому середовищі, що гарантує його платоспроможність та інвестиційну привабливість у довгостроковій перспективі в межах допустимого рівня ризику.

Фінансова стійкість досягається при стабільному перевищенні доходів над витратами, вільному маневруванні грошовими коштами та стійкому економічному зростанні достатності власного капіталу, достатній кількості активів, достатньому рівні рентабельності, стабільних доходах і широких можливостях залучення позикових коштів.

Слід зазначити, що фінансова стійкість - це внутрішня сторона фінансового стану підприємства, що забезпечує стабільну платоспроможність у тривалій перспективі, в її основі лежать збалансованість активів і пасивів, доходів і витрат, позитивних і негативних грошових потоків.

Для забезпечення фінансової стійкості у підприємства має бути гнучка структура капіталу, уміння організувати його рух у такий спосіб, щоб забезпечити постійне перевищення доходів над витратами з метою збереження платоспроможності і створення умов для самофінансування.

Фінансовий стан підприємства, його стійкість і стабільність залежать від результатів виробничої, комерційної і фінансової діяльності. І навпаки, високий рівень фінансової стійкості підприємства створює додаткові можливості для залучення ефективних джерел фінансування, що позитивно вплине на результати діяльності підприємства.

Аналіз фінансової стійкості проводять за напрямками, які наведені на рисунку 12.2.

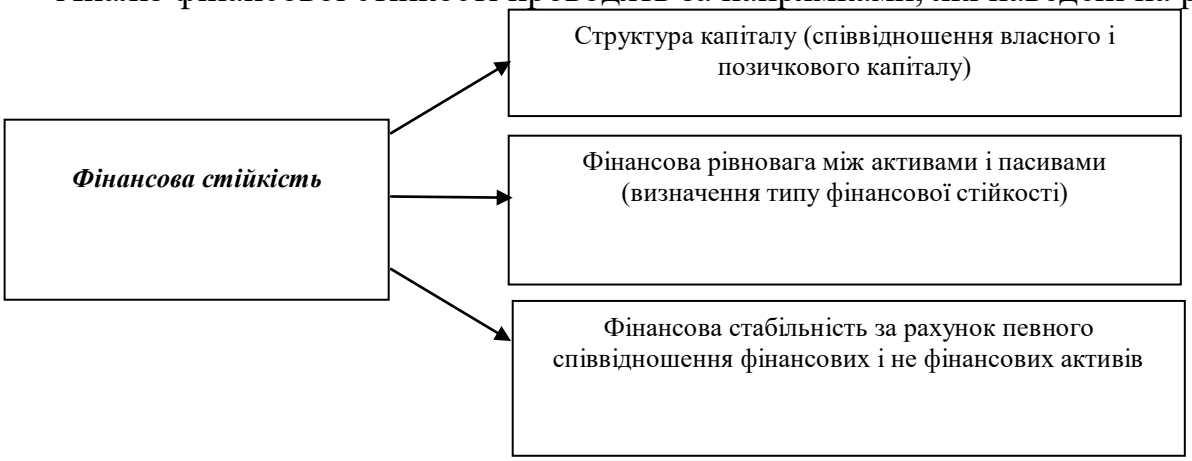


Рисунок 12.2 - Напрямки аналізу фінансової стійкості

Аналіз відносних показників фінансової стійкості дозволяє визначити рівень фінансового ризику, пов'язаного зі структурою джерел формування капіталу підприємства.

Найбільш інформативними для аналізу фінансової стійкості є такі показники: коефіцієнт автономії (незалежності), коефіцієнт фінансування (покриття боргів власним капіталом), коефіцієнт поточної заборгованості, коефіцієнт фінансової стійкості, коефіцієнт фінансової незалежності капіталізованих джерел, коефіцієнт фінансового важеля (фінансового ризику).

Розрахуємо відносні показники фінансової стійкості для нашого прикладу (таблиця 12.5).

Таблиця 12.5 – Аналіз показників фінансової стійкості

Показник	Значення на початок року	Значення на кінець року	Темп росту
Коефіцієнт автономії	0,95	0,95	1,0
Коефіцієнт фінансування	20,8	19,1	0,92
Коефіцієнт поточної заборгованості	0,03	0,03	1,0
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,97	0,97	1,0
Коефіцієнт фінансового важеля	0,05	0,05	1,0

Як бачимо, СК «Водник» має високі значення показників фінансової стійкості, що пояснюється галузевими особливостями підприємств водного транспорту, а саме їх значною фондомісткістю.

Найповніше фінансову стійкість оцінюють на основі вивчення рівноваги між статтями активу і пасиву.

Дамо оцінку фінансової рівноваги активів і пасивів. Схематично взаємозв'язок активів і пасивів можна представити у вигляді (рисунок 12.3).

<table>
<tr><td rowspan="2">Необоротні активи</td><td>Довгострокові кредити</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Власний капітал</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Оборотні активи</td></tr>
<tr><td>Короткострокові зобов’язання</td></tr>
</table>

Рисунок 12.3 - Схема взаємозв’язку активів і пасивів

Відповідно до цієї схеми, основними джерелами фінансування необоротних активів, як правило, є власний капітал і довгострокові кредити і позики.

Оборотні активи утворюються як за рахунок власного капіталу, так і за рахунок короткострокових зобов’язань. Бажано, щоб на підприємствах виробничої сфери їх було наполовину сформовано за рахунок власного, а на половину - за рахунок позикового капіталу. Тоді забезпечується гарантія погашення зовнішнього боргу й оптимальне значення коефіцієнта платоспроможності, що дорівнює 2.

Основою забезпечення рівноваги за цією схемою є наявність у підприємств власних обігових коштів.

$$ВОК = А_{об} - З_{кор} = ВК + Д_{кр} - А_{необ} \quad (12.7)$$

де ВОК – власні обігові кошти; $А_{об}$ – оборотні активи; $З_{кор}$ – короткострокові зобов'язання (короткострокові кредити і кредиторська заборгованість); ВК – власний капітал; $Д_{кр}$ – довгострокові зобов'язання; $А_{необ}$ – необоротні активи.

Збільшення величини ВОК в динаміці свідчить про зростання фінансової стійкості підприємства.

Відносним показником фінансової рівноваги в цьому випадку може бути коефіцієнт маневреності власного капіталу, котрий показує, яка частина власного капіталу фінансує оборотні активи.

$$k_{ман} = \frac{ВОК}{ВК} \quad (12.8)$$

Нормативних значень цей коефіцієнт не має, оскільки визначається галузевими особливостями підприємства. Для таких фондомістких галузей, як водний транспорт, він не може бути високим.

Більш наочні результати дає визначення структури джерел покриття активів.

Для зведеного аналітичного подання інформації про те, за рахунок яких джерел сформовано активи можна побудувати шаховий баланс у вигляді матриці (таблиця 12.6).

Таблиця 12.6 – Джерела формування активів

Активи	Джерела покриття			Сума активів
	Довгострокові кредити і позики	Власний капітал	Короткострокові зобов’язання	
Необоротні активи	4500 24%	14300 76%		18800 100%
Оборотні активи		15800 42,4%	21500 57,6%	37300 100%
Витрати майбутніх періодів		700 100%		700 100%
Сума	4500	30800	21500	56800

Важливий показник фінансового стану – забезпеченість матеріальних оборотних коштів (запасів і витрат) стійкими джерелами фінансування.

Надлишок чи нестача планових джерел для формування запасів є одним із критеріїв оцінювання фінансової стійкості підприємства, відповідно до якого виділяють 4 типи фінансової стійкості.

1 Абсолютна короткострокова фінансова стійкість (джерела фінансування)

$$Запаси \quad і \quad витрати \quad < \quad ВОК \qquad (12.9)$$

;

2 Нормальна короткострокова фінансова стійкість

$$ВОК \quad < \quad Запаси \quad і \quad витрати \quad < \quad Д\ Ж_{план} \qquad (12.10)$$

$$ДЖ_{план} = ВОК \quad + Кредити \quad під\ ТМЦ \qquad (12.11)$$

де $ДЖ_{план}$ – планові джерела фінансування, ТМЦ – товаро-матеріальні цінності.

3 Передкризова (нестійка) фінансова стійкість, при якій порушується платіжний баланс, але зберігається можливість відновлення рівноваги платіжних засобів і платіжних зобов'язань за рахунок залучення тимчасово вільних джерел коштів (непростроченої заборгованості по зарплаті, бюджету, соцстраху, тощо)

$$Запаси\ і\ витрати = ДЖ_{план} + ДЖ_{т.в} \qquad (12.12)$$

де $ДЖ_{т.в}$ – джерела тимчасово вільні.

4 Кризова фінансова стійкість

$$Запаси\ і\ витрати > ДЖ_{план} + ДЖ_{т.в} \qquad (12.13)$$

Рівновага платіжного балансу в цьому випадку може бути забезпечена лише за рахунок прострочених платежів з оплати праці, позичок банку, постачальникам, бюджету тощо. А це означає, що підприємство знаходиться в кризовій ситуації.

Тому при внутрішньому аналізі здійснюється поглиблене вивчення причин зміни запасів і витрат, оборотності оборотних активів, зміни власного капіталу.

Визначимо необхідні показники для нашого прикладу (таблиця 5.7).

Таблиця 12.7 – Визначення типу фінансової стійкості

Показники	Значення на початок року	Значення на кінець року	Темп росту
Власні обігові кошти, тис. грн	11582,3	33768,1	2,92
Коефіцієнт маневреності	0,02	0,07	3,5
Запаси і витрати	9283,0	13620,5	1,5

Як бачимо, наявність власних обігових коштів, їх збільшення протягом року майже втричі, перевищення величини ВОК над величиною запасів і витрат (33768,1>13620,5) свідчить про абсолютну фінансову стійкість компанії. Низькі значення коефіцієнта маневреності пояснюються галузевими особливостями балансу судноплавної компанії.

Стійкість фінансового стану можна підвищити шляхом:

1. Прискорення оборотності оборотного капіталу.
2. Оптимізації величини запасів і витрат.
3. Поповнення власних обігових коштів за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел.

В основі концепції лежить поділ активів на фінансові і не фінансові. Фінансові активи поділяються на мобільні (кошти і короткострокові фінансові вкладення) і немобільні (довгострокові фінансові вкладення, всі види дебіторської заборгованості, термінові депозити).

Не фінансові активи поділяються на довгострокові (основні засоби, нематеріальні активи, незавершене будівництво) і оборотні (запаси і витрати) (рисунок 12.4).

А нефінансові довгострокові ($А_{нефін\ довг}$)	ВК
А нефінансові оборотні ($А_{нефін\ об}$)	
А фінансові немобільні ($А_{фін\ немоб}$)	ПК
А фінансові мобільні ($А_{фін\ моб}$)	

Рисунок 12.4 - Оцінка фінансової стабільності на основі співвідношення фінансових і не фінансових активів

Відповідно до цієї концепції підприємства фінансової рівноваги і стійкості досягають, якщо їх не фінансові активи покриваються ВК, а фінансові – позиковим. Запас стійкості збільшується в міру перевищення власного капіталу над не фінансовими активами або в міру перевищення фінансових активів над позиковим капіталом. Відхилення параметрів рівноваги у протилежний бік свідчить про втрату фінансової стійкості.

Відповідно до цих відхилень від параметрів рівноваги виділяють кілька варіантів стійкості, які наведені в таблиці 12.8.

Таблиця 12.8 - Варіанти фінансової рівноваги підприємства

№	Ознака варіанту	Найменування варіанту
1	$А_{фін\ моб}$ > позичковий капітал (ПК)	Суперстійкість (абсолютна платоспроможність)
2	$А_{фін\ моб}$ < ПК <Афін	Достатня стійкість (гарантована платоспроможність)
3	ВК= $А_{нефін}$ ПК=$А_{фін}$	Фінансова рівновага (гарантована платоспроможність)
4	$А_{нефін\ довгост}$< ВК <$А_{нефін}$	Допустима фінансова напруженість (потенційна платоспроможність)
5	ВК< $А_{нефін\ довгостр}$	Зона ризику (втрата платоспроможності)

Відповідно до цієї методики, межа між допустимим і ризикованим варіантом запозичення засобів проходить по критичній лінії

$$ВК = А_{нефін.довгостр}$$

У зоні напруженості різниця між власним капіталом і довгостроковими не фінансовими активами позитивна. Навпаки у стані ризику ця різниця буде негативною.

Для нашого прикладу виконується умова достатньої стійкості (гарантованої платоспроможності).

4. Аналіз грошових потоків підприємства

Грошовий потік – неперервний процес руху коштів у часі.

Від його повноти і своєчасності залежать: результати основної діяльності, платоспроможність і ліквідність, фінансова стійкість, конкурентні переваги підприємства. Тому аналіз грошових потоків є основою оцінки і прогнозування платоспроможності підприємства, дає змогу об'єктивніше оцінити його фінансовий стан.

Класифікувати грошові потоки можна за багатьма ознаками (таблиця 12.9).

Таблиця 12.9 - Види грошових потоків

Класифікаційна ознака	Види грошових
1 За спрямованістю руху коштів	- додатній (вхідний або притік коштів) - від'ємний (вихідний або відтік коштів)
2 За методом обчислення	- валовий - чистий (додатній - від'ємний)
3 За видами діяльності	- від операційної діяльності - від інвестиційної діяльності - від фінансової діяльності
4 За рівнем достатності обсягу	- надлишковий - дефіцитний
5 За неперервністю формування	- регулярний - дискретний (епізодичний)
6 За стабільністю часових інтервалів надходження	- з рівномірними інтервалами - з нерівномірними інтервалами
7 За періодом часу	- короткострокові - довгострокові
8 За моментом надходження коштів	- пренумерандо (на початок періоду) - постнумерандо (в кінці)
9 За видами використовуваної валюти	- в національній валюті - в іноземній валюті
10 За законністю здійснення	- легальні - нелегальні

Розглянуті класифікації дають можливість більш цілеспрямовано здійснювати облік, аналіз і планування різних видів грошових потоків на підприємстві.

Основна мета аналізу грошових потоків:

- виявити рівень достатності коштів, необхідних для нормального функціонування підприємства;
- визначити ефективність та інтенсивність їхнього використання в процесі операційної, інвестиційної і фінансової діяльності;
- вивчити фактори і спрогнозувати збалансованість та синхронізацію притоку і відтоку коштів за обсягом і часом для забезпечення поточної і перспективної платоспроможності підприємства.

В процесі аналізу грошових потоків найбільшу увагу приділяють аналізу додатного, від'ємного та чистого грошового потоку. Чистий грошовий потік розраховується за формулою:

$$ЧГП = П_{ГК} – В_{ГК} \quad (12.14)$$

де ЧГП – чистий грошовий потік; $П_{ГК}$ – притік грошових коштів (додатній грошовий потік); $В_{ГК}$ – відтік грошових коштів (від'ємний грошовий потік).

Згідно з П(С)БО № 4 інформація про рух коштів у результаті операційної діяльності може бути одержана із застосуванням прямого або непрямого методів. При застосуванні прямого методу для визначення суми чистого надходження (чистої витрати) коштів у результаті операційної діяльності в звіті послідовно наводяться всі основні статті надходжень та витрат, різниця яких показує збільшення або зменшення коштів.

Непрямий метод передбачає визначення суми чистого надходження (чистої витрати) у результаті операційної діяльності через послідовне коригування показника прибутку (збитку) від звичайної діяльності до оподаткування, наведеного в звіті про фінансові результати.

В таблиці 12.10 наведені напрямки руху грошових коштів в процесі операційної, фінансової та інвестиційної діяльності.

Таблиця 12.10 – Напрямки руху грошових коштів

Вид діяльності	Операційна	Інвестиційна	Фінансова
Напрямок руху коштів	Виручка від продажу товарів і послуг Виплата заробітної плати Розрахунки з постачальниками сировини і матеріалів Сплата відсотків за кредит Повернення дебіторської заборг. Сплата податків Оплата інших витрат	Надходження від продажу фінансових інвестицій Придбання цінних паперів Придбання майна Надходження від продажу майна Отримані відсотки та дивіденди	Стягнення боргів Надання позик Викуп акцій Надходження від випуску акцій Отримання позик Виплата дивідендів Погашення боргів

Аналіз грошових потоків проводять по підприємству в цілому, а також у розрізі основних видів господарської діяльності і центрах відповідальності. Основними джерелами інформації для аналізу формування і розміщення капіталу підприємства є дані фінансової звітності: форма № 1 "Баланс", форма № 2 "Звіт про фінансові результати", форма № 3 "Звіт про рух грошових коштів", "Примітки до річної фінансової звітності", дані синтетичного й аналітичного бухгалтерського обліку.

У першу чергу проводять горизонтальний аналіз грошових потоків: вивчають динаміку обсягу формування додатного, від'ємного і чистого грошового потоку підприємства в розрізі окремих джерел, розраховують темпи їхнього зростання і приросту, визначають тенденції змін їх обсягу.

Темпи приросту чистого грошового потоку ($Т_{ЧТП}$) зіставляють з темпами приросту активів підприємства ($Т_{акт}$) і з темпами приросту обсягів виробництва (реалізації) продукції ($Т_{РП}$). Для нормального функціонування підприємства, підвищення його фінансової стабільності і платоспроможності потрібно, щоб темпи зростання обсягів продажів були вищі від темпів зростання активів, а темпи зростання чистого грошового потоку випереджали темпи зростання обсягу продажів:

$$100\%<Т_{акт}<Т_{РП}<Т_{ЧГП}$$

Паралельно проводять і вертикальний (структурний) аналіз додатнього, від’ємного і чистого грошових потоків:

а) за видами господарської діяльності (операційної, інвестиційної, фінансової), що дасть змогу встановити частку кожного виду діяльності у формуванні додатного, від'ємного і чистого грошового потоків;

б) за окремими внутрішніми підрозділами (центрами відповідальності), що покаже внесок кожного підрозділу у формування грошових потоків;

в) за окремими джерелами надходження і напрямами витрати коштів, що дає можливість установити частку кожного з них у формуванні загального грошового потоку. При цьому визначають роль і місце чистого прибутку у формуванні ЧГП, виявляють ступінь достатності амортизаційних відрахувань для відтворення основних засобів і нематеріальних активів.

Результати горизонтального і вертикального аналізу служать базою проведення фундаментального (факторного) аналізу формування чистого грошового потоку.

Для вивчення факторів формування додатнього, від'ємного і чистого грошових потоків рекомендується використовувати прямий і непрямий методи.

Для оцінювання ефективності грошового потоку підприємства розраховують і аналізують коефіцієнт ефективності грошового потоку, як відношення суми чистого прибутку (ЧП) і амортизації ($А_м$) до від'ємного грошового потоку (ВГП):

$$\boldsymbol{E_{ГП} = \frac{ЧП + А_м}{ВГП}} \qquad (12.15)$$

або як відношення суми чистого прибутку і амортизації до середньорічної суми активів підприємства:

$$\boldsymbol{E_{ГП} = \frac{ЧП + А_м}{А_{кт}}} \qquad (12.16)$$

Ці показники характеризують здатність грошового потоку генерувати внутрішні джерела фінансування.

Їхні показники можна доповнити такими індивідуальними показниками:

• коефіцієнтом рентабельності використання вільного грошового залишку в короткострокових фінансових вкладеннях (відношення отриманих процентних доходів до суми короткострокових фінансових вкладень);

• коефіцієнтом рентабельності інвестиційних ресурсів, що накопичуються, у довгострокових фінансових вкладеннях (відношення отриманого доходу як дивідендів або відсотків до суми довгострокових фінансових вкладень), тощо.

Процес аналізу завершують оптимізацією грошових потоків шляхом вибору найкращих форм їхньої організації на підприємстві з урахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів з метою досягнення їхньої збалансованості, синхронізації і зростання чистого грошового потоку.

У першу чергу необхідно домогтися збалансованості обсягів додатнього і від'ємного потоків коштів, оскільки і дефіцит, і надлишок грошових ресурсів негативно впливають на результати господарської діяльності.

При дефіцитному грошовому потоці знижуються ліквідність і рівень платоспроможності підприємства, що призводить до зростання простроченої заборгованості підприємства за кредитами банку, постачальникам, персоналу з оплати праці.

При надлишковому грошовому потоці втрачається реальна вартість тимчасово вільних коштів унаслідок інфляції, уповільнюється оборотність капіталу через простій коштів, втрачається частина потенційного доходу в зв'язку із втраченою вигодою від прибуткового розміщення коштів в операційному чи інвестиційному процесі.

Для досягнення збалансованості дефіцитного грошового потоку

а) в короткостроковому періоді розробляють заходи для прискорення залучення коштів і уповільнення виплат їх (таблиця 12.11).

б) оскільки ці заходи, підвищуючи рівень абсолютної платоспроможності підприємства в короткостроковому періоді, можуть створити проблеми дефіцитності грошових потоків у майбутньому, то паралельно має бути розроблено заходи для збалансованості дефіцитного грошового потоку в довгостроковому періоді (таблиця 12.12).

Способи оптимізації надлишкового грошового потоку пов'язані здебільшого з активізацією інвестиційної діяльності підприємства, спрямованої:

- на дострокове погашення довгострокових кредитів банку;
- на збільшення обсягу реальних інвестицій;
- на збільшення обсягу фінансових інвестицій.

Таблиця 12.11 – Заходи короткострокового характеру для збалансованості дефіцитного грошового потоку

Заходи з прискорення залучення коштів	Заходи з уповільнення виплат Коштів
Забезпечення часткової або повної передоплати за продукцію, що має великий попит на ринку	Збільшення за згодою з постачальниками строків надання підприємству товарного кредиту
Скорочення строків надання товарного кредиту покупцям	Використання флоуту (періоду проходження виписаних платіжних документів до оплати їх) для уповільнення інкасації власних платіжних документів
Збільшення розміру цінових знижок для реалізації продукції за готівку	
Прискорення інкасації простроченої дебіторської заборгованості	Придбання довгострокових активів на умовах лізингу
Використання сучасних форм реінвестування дебіторської заборгованості (обліку векселів, факторингу, форфейтингу)	Реструктуризація одержаних кредитів шляхом переведення короткострокових у довгострокові

Таблиця 12.12 – Заходи довгострокового характеру для збалансованості дефіцитного грошового потоку

Заходи зі збільшення вхідного грошового потоку	Заходи зі скорочення вихідного грошового потоку
Додаткова емісія акцій	Зниження суми постійних витрат підприємства
Додатковий випуск облігаційної позики	Скорочення обсягу реальних інвестицій
Залучення довгострокових кредитів	
Залучення стратегічних інвесторів	Скорочення обсягу фінансових інвестицій
Продаж частини довгострокових фінансових вкладень	
Продаж або здача в оренду основних засобів невикористовуваних видів	Передача в муніципальну власність об'єктів соцкультпобуту

На наступному етапі проводять синхронізацію грошових потоків, яку має бути спрямовано на усунення сезонних і циклічних розходжень у формуванні як позитивних, так і негативних грошових потоків, а також на оптимізацію середніх залишків готівки.

Заключним етапом оптимізації є забезпечення умов максимізації чистого грошового потоку підприємства, зростання якого забезпечує підвищення рівня самофінансування підприємства, знижує залежність від зовнішніх джерел фінансування.

Збільшення суми чистого грошового потоку можна забезпечити за рахунок таких заходів:

- зменшення суми постійних витрат підприємства;

- зниження рівня змінних витрат;
- проведення ефективної податкової політики;

- застосування методу прискореної амортизації;
- продажу невикористовуваних видів основних засобів, нематеріальних активів і запасів;
- посилення претензійної роботи з метою повного і вчасного стягнення штрафних санкцій та дебіторської заборгованості.

Результати оптимізації грошових потоків мають відображатися у фінансовому плані підприємства на рік з розбивкою по кварталах і місяцях.

Для оперативного управління додатніми і від'ємними грошовими потоками доцільно складати платіжний календар (план платежів), в якому, з одного боку, відображають графік надходження коштів від усіх видів діяльності протягом прогнозного періоду (5, 10, 15, 30 днів), а з іншого - графік майбутніх платежів (податків, заробітної плати, формування запасів, погашення кредитів і процентів за ними і т. ін.). Платіжний календар дає можливість фінансовим службам підприємства здійснювати оперативний контроль за надходженням і витратою коштів, вчасно фіксувати зміну фінансової ситуації і вчасно вживати коригувальних заходів для синхронізації додатного і від'ємного грошових потоків і забезпечення стабільної платоспроможності підприємства.

Тема № 13
Фінансово-економічні результати. Звітність

1.Фінансова звітність підприємств.

Фінансова звітність − це бухгалтерська звітність, яка містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період.

Поняття бухгалтерської звітності − більш широке за змістом, адже фінансова звітність (тобто форми № 1-5) − це всього лише її різновид. Часто виникає питання про те, що ж включається до складу іншої (не фінансової) бухгалтерської звітності. Сюди відносять ту звітність, яку прийнято називати неформальною, або управлінською. Вона теж ґрунтується на даних бухгалтерського обліку, але призначена не для зовнішніх, а для внутрішніх користувачів. Наприклад, звіт про структуру собівартості виготовленої продукції, підготовлений головним бухгалтером на прохання виробничого відділу, є бухгалтерською, але не фінансовою звітністю.

Фінансова звітність призначена для загального використання зовнішніми користувачами та передбачена Законом. Закон встановлює перелік підприємств, які зобов'язані оприлюднювати фінансову звітність шляхом її публікації. Однак, крім відкритої для зовнішніх користувачів, існує ще й закрита звітність. Вона задовольняє інтереси власника, її призначення - забезпечити ефективне управління внутрішніми підрозділами, прийняття оперативних рішень на рівні цехів, дільниць, бригад тощо. Це досягається шляхом формування в системі бухгалтерського обліку інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень. Тому в Законі визначені суб'єкти, які зобов'язані надавати фінансову звітність вузькому колу осіб: органам, в сферу управління яких вони входять, власникам (засновникам) та трудовим колективам на їх вимогу, або органам, що уповноважені трудовим колективом, тобто раді трудового колективу, профспілковому

комітету тощо. До органів виконавчої влади та іншим користувачам фінансова звітність подається відповідно до чинного законодавства.

Фінансові звіти відображають фінансові результати операцій та інших подій, об'єднуючи їх у відповідні групи за економічними характеристиками. Виділяють п'ять груп елементів фінансових звітів. Активи, зобов'язання та власний капітал безпосередньо пов'язані з визначенням фінансового стану в балансі підприємства, а доходи і витрати пов'язані з оцінкою діяльності, відображеною в Звіті про фінансові результати.

Зміст фінансової звітності забезпечує задоволення потреб користувачів в інформації, що необхідна для:

- прийняття рішень щодо придбання, продажу та володіння цінними паперами;
- прийняття рішень щодо участі в капіталі підприємства;
- оцінки якості управління;
- оцінки здатності підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання;
- оцінки забезпеченості зобов'язань підприємства;
- визначення суми дивідендів, що підлягають розподілу;
- регулювання діяльності підприємства;
- прийняття інших рішень.

Суть і побудова бухгалтерського балансу.

Слово "баланс" (лат. bis— двічі, lans— чаша терезів) означає дві чаші, як символ рівноваги. Загальне і широке його використання розпочинається з XIV ст. в Західній Європі, зокрема Італії і Німеччині. Як символ рівноваги ваги (терези) зображені на гербі Міжнародної спілки бухгалтерів.

Баланс — це метод відображення стану господарських засобів (майна) за їхнім складом і джерелами утворення у вартісній оцінці на певну дату.

За формою баланс — таблиця, на лівій стороні якої відображають склад і розміщення господарських засобів і яка називається активом, а на правій стороні, що називається пасивом, відображають джерела формування господарських засобів. Слова "актив" і "пасив" означають відповідні сторони бухгалтерського балансу. Це так звана горизонтальна форма побудови бухгалтерського балансу, як правило, характерна для Німеччини, Італії, Росії. Для України така побудова практична і традиційна. Скажімо, в Англії, США використовують вертикальну форму побудови бухгалтерського балансу: спочатку показують склад активу, а потім — пасиву.

У бухгалтерському балансі всі господарські засоби підприємства та джерела їх формування об'єднані в економічно однорідні групи, які називають статтями балансу. Статті балансу мають загальну назву, окремий код, їх записують окремими сумами. Статті бухгалтерського балансу поділяють на активні (ті, що розміщені в активі балансу) і пасивні (ті, що розміщені у пасиві балансу).

Статті активу завжди характеризують господарські засоби: основні засоби, запаси, кошти, дебітори та ін. Статті пасиву завжди характеризують джерела власних і залучених коштів: статутний капітал, прибуток, кредити банку, розрахунки з постачальниками тощо.

Спрощену форму бухгалтерського балансу подано в табл. 13.1.

Таблиця 13.1 – Баланс підприємства

Актив	Сума, грн	Пасив	Сума, грн
Основні засоби	750 000	Статутний капітал	40 000
Запаси	120 000	Прибуток	475 000
Виробництво	25 000	Кредити банків	40 000
Каса	5 000	Постачальники	266 000
Поточний рахунок	101 000	Резервний капітал	180 000
Баланс	1 001 000	Баланс	1 001 000

Як видно з прикладу загальні підсумки активу і пасиву балансу рівні між собою. Це обов'язкова умова правильності його складання. У цьому виявляється балансове рівняння. Рівність підсумків активу і пасиву балансу зумовлена тим, що в обох його частинах відображено у вартісній оцінці одні й ті ж господарські засоби, тільки згруповані за різними ознаками: в активі — за складом і розміщенням, у пасиві — за джерелами їх формування. Кожна група господарських засобів, розміщених в активі, має відповідне джерело їх формування, відображене в пасиві балансу. Відсутність рівності підсумків активу і пасиву балансу свідчить про наявність помилок, допущених при його складанні. Отже, бухгалтерський баланс — це фіксування на певну дату (як правило, 1-ше число місяця) активів і пасивів, які складаються з окремих статей, рівність активів і пасивів у грошовій оцінці.

Вплив операцій на підсумок балансу.

Відображення в балансі змін, зумовлених господарськими операціями. Під впливом господарських операцій, що відбуваються на підприємстві, склад активу і пасиву бухгалтерського балансу безперервно змінюється. Ці зміни полягають у збільшенні або зменшенні сум відповідних статей активу і пасиву балансу. Усі господарські операції поділяються на чотири типи.

Операції першого типу ведуть до змін лише в активі балансу: внаслідок зменшення суми за однією статтею активу сума іншої статті збільшується, а сума балансу залишається незмінною. До цих операцій належать: одержано з розрахункового рахунку гроші в касу, відпущено на виробництво сировину і матеріали, видано з каси гроші підзвітним особам, тощо.

Операції другого типу викликають зміни лише в пасиві балансу: зі зменшенням суми однієї статті пасиву сума другої збільшується, а сума балансу залишається незмінною. Для прикладу можна назвати такі операції: утримано прибутковий податок із заробітної плати працівників, створено фонди економічного стимулювання і спеціального призначення за рахунок прибутку, тощо.

Під впливом операцій третього типу збільшуються статті активу і пасиву балансу, а також загальна сума балансу. До третього типу належать такі операції: одержано безплатно основні засоби, нараховано заробітну плату працівникам, одержано позику банку на виробничі потреби, тощо.

Операції четвертого типу зменшують відповідні статті обох частин балансу, а також загальну суму балансу. Наприклад, виплачено з каси заробітну плату працівникам, перераховано з розрахункового рахунку для погашення позики банку, тощо.

Кожна господарська операція відображається не менше ніж у двох статтях балансу. Господарські операції призводять до рівновеликих і взаємопов'язаних змін у складі необоротних і оборотних активів та власного капіталу, зобов'язань і одночасно видозмінюють баланс, але рівності підсумків активу і пасиву не порушують.

2.Звіт про фінансовий результат.

Звіт про фінансові результати – це звіт про доходи, витрати і фінансові результати діяльності підприємства. Зміст і форма звіту про фінансові результати, а також загальні вимоги до розкриття його статей регламентуються Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 3 "Звіт про фінансові результати", затвердженим наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. № 87.

У звіті про фінансові результати зіставляються доходи і витрати від здійснення різних видів діяльності підприємства, — операційної, фінансової та інвестиційної.

Операційна діяльність — це основна діяльність підприємства тобто операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), які є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу. До операційної також належать інші види діяльності, які не є інвестиційною чи фінансовою діяльністю.

Змістом інвестиційної діяльності є придбання та реалізація необоротних активів, а також фінансових інвестицій, які не є складовою еквівалентів грошових коштів.

Фінансова діяльність приводить до змін розміру і складу власного та позикового капіталу підприємства.

З погляду передбачуваності виділяють також надзвичайні доходи та витрати, що утворилися внаслідок надзвичайних подій. Надзвичайна подія — будь-яка подія або операція, яка відрізняється від звичайної діяльності підприємства, та не очікується, що вона повторюватиметься періодично або в кожному наступному звітному періоді.

Результатом діяльності підприємства є чистий прибуток або збиток, який відповідно збільшує або зменшує величину власного капіталу підприємства і відображається у балансі.

Тема № 14
Методика розрахунку виробничих запасів

Виробничі запаси є однією з ключових складових ефективної діяльності підприємства. Вони забезпечують безперервність виробничого процесу, дозволяючи уникати простоїв через нестачу сировини, матеріалів або комплектуючих. Правильний розрахунок виробничих запасів є важливим елементом управління ресурсами, що сприяє оптимізації витрат і підвищенню рентабельності.

1. Поняття виробничих запасів

Виробничі запаси — це сукупність матеріальних ресурсів, які підприємство зберігає для забезпечення виробничого процесу. До них належать:

- сировина та основні матеріали;
- допоміжні матеріали;
- комплектуючі вироби;
- паливо;
- запасні частини;
- незавершене виробництво.

2. Цілі управління виробничими запасами

Основними цілями управління запасами є:

1. Забезпечення безперервного виробництва.

2. Оптимізація рівня запасів для зменшення витрат на їх зберігання.

3. Підвищення оперативності постачання.

4. Зменшення ризику простоїв через дефіцит ресурсів.

3. Основні методи розрахунку виробничих запасів

Існує кілька підходів до визначення оптимального рівня виробничих запасів:

3.1. Метод нормування

Цей метод базується на встановленні норм запасів для кожного виду матеріальних ресурсів. Норма запасу визначається як сума:

- поточних запасів (для забезпечення щоденних потреб виробництва);
- страхових запасів (для покриття непередбачуваних затримок постачання);
- транспортних запасів (на час доставки ресурсів).

3.2. Метод "Економічного розміру замовлення" (EOQ)

Цей підхід передбачає оптимізацію обсягу замовлення таким чином, щоб мінімізувати сумарні витрати на зберігання запасів і оформлення замовлень. Формула EOQ виглядає так:

$EOQ = \sqrt{(2 * D * S / H)}$,

де:

D — річний обсяг споживання,

S — витрати на оформлення одного замовлення,

H — витрати на зберігання одиниці запасу за рік.

3.3. ABC-аналіз

Цей метод передбачає класифікацію запасів за їх значимістю:

- Категорія A: найважливіші ресурси, що становлять основну частину вартості (80%).
- Категорія B: ресурси середньої важливості (15%).
- Категорія C: менш значущі ресурси (5%).

Це дозволяє зосередити увагу на управлінні найважливішими елементами.

3.4. Метод JIT (Just-In-Time)

Метод "точно вчасно" передбачає мінімізацію запасів шляхом постачання ресурсів безпосередньо перед їх використанням у виробництві. Цей підхід вимагає високого рівня координації між постачальниками і підприємством.

4. Фактори, що впливають на рівень виробничих запасів

При розрахунку необхідно враховувати такі чинники:

1. Обсяги виробництва.

2. Тривалість виробничого циклу.

3. Надійність постачальників.

4. Коливання попиту.

5. Умови зберігання та транспортні витрати.

5. Практичний приклад розрахунку

Розглянемо приклад розрахунку виробничих запасів методом нормування:

Вхідні дані:

- Щоденне споживання сировини: 100 одиниць.
- Час доставки: 5 днів.
- Страховий запас: 20% від поточного.

Розрахунок:

1. Поточний запас = Щоденне споживання × Час доставки = 100 × 5 = 500 одиниць.

2. Страховий запас = Поточний запас × 20% = 500 × 0,2 = 100 одиниць.

3. Загальний запас = Поточний + Страховий = 500 + 100 = 600 одиниць.

Таким чином, підприємство має підтримувати загальний рівень запасу в 600 одиниць.

Ефективне управління виробничими запасами є запорукою стабільної роботи підприємства та його конкурентоспроможності на ринку. Використання сучасних методик розрахунку дозволяє оптимізувати витрати, уникати дефіциту ресурсів і забезпечувати своєчасне виконання замовлень.

Тема № 15
Сучасні форми організації праці та обслуговування відвідувачів. Напрямки удосконалення форм обслуговування відвідувачів

Організація праці та обслуговування відвідувачів є ключовими аспектами успішного функціонування будь-якого підприємства, яке працює у сфері послуг. У сучасних умовах динамічного розвитку технологій, зростання конкуренції та зміни очікувань клієнтів, важливо впроваджувати інноваційні підходи до організації праці та покращення обслуговування. Розглянемо сучасні форми організації праці, актуальні методи обслуговування та основні напрямки їх удосконалення.

Сучасні форми організації праці

1. Гнучкі графіки роботи

У сучасних умовах гнучкість є важливою складовою ефективної організації праці. Гнучкі графіки дозволяють працівникам адаптувати робочий час до своїх потреб, що сприяє підвищенню продуктивності та задоволеності персоналу.

2. Дистанційна робота

Завдяки розвитку цифрових технологій дистанційна робота стала популярною формою організації праці. Це дозволяє зменшити витрати на утримання офісів, а також залучати працівників з різних регіонів.

3. Крос-функціональні команди

Формування команд із працівників різних відділів дозволяє швидше вирішувати складні завдання, обмінюватися досвідом та генерувати інноваційні ідеї.

4. Аутсорсинг

Передача частини функцій стороннім компаніям дозволяє підприємствам зосередитися на своїй основній діяльності та підвищити ефективність.

5. Автоматизація процесів

Використання сучасного програмного забезпечення та автоматизованих систем управління дозволяє зменшити рутинну роботу, підвищити точність виконання завдань і скоротити час на їх виконання.

Сучасні форми обслуговування відвідувачів

1. Самообслуговування

У багатьох сферах впроваджуються системи самообслуговування, наприклад, кіоски для замовлення їжі в ресторанах або термінали в банках. Це зменшує черги та підвищує швидкість обслуговування.

2. Онлайн-обслуговування

Завдяки розвитку інтернет-технологій клієнти можуть отримувати послуги онлайн: замовляти товари, бронювати квитки, консультуватися з фахівцями тощо.

3. Мобільні додатки

Мобільні додатки стали важливим інструментом для взаємодії з клієнтами. Вони дозволяють швидко отримувати інформацію, замовляти послуги та отримувати підтримку.

4. Персоналізація послуг

Використання даних про клієнтів для створення персоналізованих пропозицій сприяє підвищенню їхньої лояльності.

5. Цілодобове обслуговування

Багато підприємств переходять на режим роботи 24/7, що дозволяє задовольнити потреби клієнтів у будь-який час доби.

Напрямки удосконалення форм обслуговування відвідувачів

1. Інтеграція новітніх технологій

Використання штучного інтелекту, чат-ботів, віртуальної реальності та інших технологій дозволяє зробити обслуговування більш ефективним і комфортним для клієнтів.

2. Підвищення кваліфікації персоналу

Регулярне навчання працівників новим технологіям, стандартам обслуговування та методам роботи сприяє покращенню якості послуг.

3. Зворотний зв’язок із клієнтами

Активне використання опитувань, відгуків і аналітики даних допомагає ідентифікувати слабкі місця в обслуговуванні та швидко реагувати на потреби клієнтів.

4. Розвиток омніканальності

Забезпечення можливості взаємодії з клієнтами через різні канали (телефон, електронна пошта, соціальні мережі) дозволяє підвищити доступність послуг.

5. Екологічна відповідальність

Впровадження екологічно чистих рішень, таких як використання багаторазових матеріалів чи перехід на електронні документи, позитивно впливає на імідж компанії.

6. Емоційний сервіс

Окрім якісного виконання своїх функцій, підприємства мають прагнути створювати позитивний емоційний досвід для своїх клієнтів.

Сучасні форми організації праці та обслуговування відвідувачів спрямовані на підвищення ефективності роботи підприємств і задоволення потреб клієнтів. Інновації, автоматизація та персоналізація стають основними трендами в цій сфері. Для досягнення успіху важливо не лише впроваджувати нові технології, але й орієнтуватися на покращення взаємодії з клієнтами, враховуючи їхні очікування та потреби.

Тема № 16
Збір та аналіз маркетингової інформації

Збір та аналіз маркетингової інформації є ключовими елементами успішного функціонування будь-якого бізнесу. У сучасному світі, де конкуренція постійно зростає, компанії повинні приймати обґрунтовані рішення на основі даних, а не інтуїції. Ця лекція присвячена основам збору та аналізу маркетингової інформації, методам її отримання, а також застосуванню результатів для досягнення бізнес-цілей.

1. Що таке маркетингова інформація?

Маркетингова інформація – це дані, які допомагають компанії зрозуміти свій ринок, клієнтів, конкурентів і зовнішнє середовище. Вона включає:

- Дані про споживачів (вік, стать, дохід, поведінка, уподобання).
- Інформацію про конкурентів (ціни, асортимент, стратегії).
- Тенденції ринку (попит, технологічні інновації, зміни в законодавстві).

2. Етапи збору маркетингової інформації

1. Визначення цілей дослідження

Перед початком збору даних важливо чітко визначити, яку інформацію потрібно отримати і для чого вона буде використовуватися. Наприклад, це може бути аналіз поведінки клієнтів або оцінка ефективності рекламної кампанії.

2. Вибір джерел інформації

- Первинні джерела – дані, які збираються безпосередньо для конкретного дослідження (опитування, фокус-групи, експерименти).
- Вторинні джерела – вже наявна інформація (звіти, статистика, публікації).

3. Методи збору даних

- Опитування – найпоширеніший метод, що дозволяє отримати думки споживачів.
- Спостереження – аналіз поведінки клієнтів у реальному часі.
- Експерименти – тестування різних варіантів продукту чи реклами.
- Аналіз великих даних – використання сучасних технологій для аналізу великих масивів інформації.

4. Обробка та аналіз зібраних даних

Використання статистичних методів і програмного забезпечення для перетворення даних на корисну інформацію.

5. Інтерпретація результатів та прийняття рішень

Підсумковий етап, на якому результати досліджень перетворюються на практичні рекомендації.

3. Методи аналізу маркетингової інформації

1. SWOT-аналіз

Допомагає оцінити сильні та слабкі сторони компанії, а також можливості та загрози зовнішнього середовища.

2. PEST-аналіз

Аналіз політичних, економічних, соціальних і технологічних факторів впливу на ринок.

3. Сегментація ринку

Поділ споживачів на групи за певними критеріями (вік, інтереси, географія).

4. Аналіз конкурентів

Вивчення сильних і слабких сторін конкурентів для розробки власної стратегії.

5. Прогнозування попиту

Використання історичних даних для передбачення майбутнього попиту на продукт чи послугу.

4. Використання маркетингової інформації

Зібрана та проаналізована інформація використовується для:

- Створення нових продуктів і послуг.
- Оптимізації цінової політики.
- Розробки ефективних рекламних кампаній.

- Визначення нових ринків для розширення.
- Поліпшення взаємодії з клієнтами.

5. Виклики у зборі та аналізі маркетингової інформації

1. Велика кількість даних – складність обробки великих масивів інформації.
2. Достовірність даних – важливо перевіряти джерела надійності.
3. Етичні аспекти – дотримання конфіденційності та правил збору персональних даних.

Збір і аналіз маркетингової інформації – це основа для прийняття стратегічних рішень у бізнесі. Використовуючи сучасні методи та інструменти, компанії можуть краще розуміти своїх клієнтів і ринок загалом, що дає їм конкурентну перевагу. Постійне вдосконалення процесів збору та аналізу даних є запорукою успішного розвитку бізнесу в умовах змінного ринкового середовища.

Тема № 17
Сегментування ринку і рентабельність організації

Сьогодні ми розглянемо дві важливі теми, які є ключовими для успішного функціонування будь-якої організації: сегментування ринку і рентабельність. Ці поняття тісно пов'язані між собою, оскільки правильне сегментування ринку допомагає підвищити ефективність діяльності організації, що, у свою чергу, впливає на її рентабельність.

Сегментування ринку – це процес поділу споживачів на групи (сегменти) за певними критеріями, такими як потреби, поведінка, демографічні характеристики чи географічне розташування. Основна мета сегментування – краще розуміння цільової аудиторії та створення продуктів або послуг, які максимально відповідають її потребам.

Основні критерії сегментування:

1. Демографічні критерії:
   - Вік, стать, рівень доходу, освіта, сімейний стан.
   - Наприклад, компанія з виробництва іграшок орієнтується на молодих батьків з дітьми.
2. Географічні критерії:
   - Розташування споживачів (місто, регіон, країна).
   - Наприклад, у холодних регіонах популярніші теплі одяг і взуття.
3. Психографічні критерії:
   - Стиль життя, цінності, інтереси.
   - Наприклад, спортивний бренд орієнтується на активних людей, які цінують здоровий спосіб життя.
4. Поведінкові критерії:
   - Частота покупок, лояльність до бренду, реакція на акції.
   - Наприклад, кафе може запропонувати знижки постійним клієнтам.

Переваги сегментування ринку:

- Краще розуміння потреб споживачів.
- Ефективніше використання маркетингового бюджету.
- Можливість створення персоналізованих пропозицій.
- Підвищення конкурентоспроможності.

Приклад сегментування:

Уявімо компанію, яка виробляє спортивне взуття. Вона може сегментувати ринок так:

- За віком: підлітки, дорослі, люди похилого віку.
- За стилем життя: професійні спортсмени, любителі активного відпочинку.
- За географією: міські жителі (з акцентом на модний дизайн) та сільські жителі (з акцентом на довговічність).

2. Рентабельність організації

Рентабельність – це показник ефективності діяльності організації, який демонструє співвідношення між отриманим прибутком і вкладеними ресурсами. Вона відображає здатність бізнесу отримувати прибуток і є ключовим критерієм для оцінки його фінансового стану.

Основні види рентабельності:

1. Рентабельність продажів:
   - Визначає частку прибутку в кожній одиниці доходу.
   - Формула: (Чистий прибуток / Дохід від продажів) × 100%.
2. Рентабельність активів:
   - Показує ефективність використання активів для отримання прибутку.
   - Формула: (Чистий прибуток / Середня вартість активів) × 100%.
3. Рентабельність власного капіталу:
   - Відображає дохідність інвестицій власників бізнесу.
   - Формула: (Чистий прибуток / Власний капітал) × 100%.

Фактори впливу на рентабельність:

- Собівартість продукції.
- Цінова політика.
- Ефективність маркетингових стратегій.
- Управління витратами.

Як підвищити рентабельність?

1. Оптимізувати витрати на виробництво та операційну діяльність.
2. Впроваджувати інновації для підвищення ефективності.
3. Покращувати якість продукції або послуг для збільшення лояльності клієнтів.
4. Розширювати асортимент відповідно до потреб цільової аудиторії.

Зв'язок між сегментуванням і рентабельністю.

Правильне сегментування ринку дозволяє компанії зосередити свої ресурси на найбільш перспективних сегментах. Це допомагає:

- Зменшити витрати на маркетинг і рекламу за рахунок таргетованих кампаній.
- Збільшити обсяги продажів завдяки точному задоволенню потреб клієнтів.
- Підвищити лояльність споживачів і повторні покупки.

Наприклад, якщо компанія визначила, що її основний сегмент – молодь віком 18–25 років, вона може створити рекламну кампанію у соціальних мережах, де ця аудиторія проводить більшість часу. Це значно ефективніше, ніж витрачати ресурси на традиційні ЗМІ.

Сегментування ринку та аналіз рентабельності є важливими інструментами для досягнення успіху в бізнесі. Використовуючи ці підходи разом, організації можуть не лише краще розуміти своїх клієнтів, але й оптимізувати свої витрати та максимізувати прибуток. У сучасному конкурентному середовищі компанії, які не приділяють увагу цим аспектам, ризикують втратити свої позиції на ринку.

Тема № 18
Практика бізнес-планування підприємства у сфері краси

Сфера краси є однією з найдинамічніших і найбільш затребуваних галузей сучасного бізнесу. Від салонів краси до студій макіяжу, від перукарень до естетичних клінік – попит на послуги, які допомагають людям виглядати і відчувати себе краще, постійно зростає. Однак, щоб досягти успіху в цій галузі, недостатньо лише мати професійні навички чи творчий підхід. Необхідно грамотно спланувати бізнес, враховуючи всі аспекти його функціонування. У цій лекції ми розглянемо основи бізнес-планування для підприємств у сфері краси.

1. Що таке бізнес-план і чому він важливий?

Бізнес-план – це документ, який описує концепцію бізнесу, його цілі, стратегії досягнення цих цілей, а також фінансові прогнози. Для підприємства у сфері краси бізнес-план є інструментом:

- для залучення інвесторів чи отримання кредитів;
- для визначення рентабельності і перспективності ідеї;
- для чіткого розуміння витрат, прибутків та ризиків;
- для планування розвитку бізнесу.

2. Основні розділи бізнес-плану

2.1 Резюме

Це короткий огляд усього бізнес-плану. У сфері краси резюме має включати:

- Опис концепції (наприклад, салон преміум-класу чи бюджетна перукарня);
- Цільову аудиторію (жінки, чоловіки, молодь);
- Унікальну торгову пропозицію (наприклад, використання органічної косметики чи авторські техніки).

2.2 Опис послуг

Необхідно детально описати всі послуги, які надаватиме підприємство: стрижки, фарбування волосся, манікюр, макіяж, косметологічні процедури тощо. Важливо зазначити:

- Які послуги будуть основними;
- Які додаткові послуги можуть привабити клієнтів;
- Які тенденції ринку враховані (наприклад, популярність екологічних продуктів).

2.3 Аналіз ринку

Аналіз ринку допомагає зрозуміти конкурентне середовище та потреби клієнтів. Ключові аспекти:

- Дослідження цільової аудиторії (вік, дохід, звички);
- Аналіз конкурентів (їх сильні та слабкі сторони);
- Тенденції ринку (наприклад, зростання попиту на догляд за собою серед чоловіків).

2.4 Маркетингова стратегія

Цей розділ описує, як підприємство буде залучати клієнтів і утримувати їх. Основні елементи:

- Ціноутворення (доступні ціни чи преміум-сегмент);
- Реклама (соціальні мережі, контекстна реклама, партнерства з блогерами);
- Програми лояльності (знижки для постійних клієнтів, бонуси за рекомендації).

2.5 Організаційний план

Цей розділ включає структуру підприємства, кількість персоналу та їхні обов'язки. Наприклад:

- Адміністратор – зустріч клієнтів та запис на послуги;
- Майстри – перукарі, косметологи, візажисти;
- Прибиральний персонал.

Також потрібно врахувати навчання персоналу та підтримку їхньої кваліфікації.

2.6 Фінансовий план

Фінансовий план є основою будь-якого бізнес-плану. Він включає:

- Початкові витрати (оренда приміщення, обладнання, косметика);
- Постійні витрати (зарплата працівників, комунальні платежі);
- Прогноз доходів;
- Розрахунок точки беззбитковості.

3. Особливості бізнесу у сфері краси

3.1 Локація

Місце розташування салону чи студії має велике значення. Ідеальний варіант – це місце з високим трафіком людей: центри міст, торговельні комплекси або житлові райони.

3.2 Обладнання та матеріали

Якість обладнання та косметичних засобів безпосередньо впливає на результат послуг і задоволення клієнтів. У сфері краси важливо використовувати сертифіковану продукцію.

3.3 Персонал

Кваліфікований персонал – це головний актив підприємства у сфері краси. Варто інвестувати в навчання співробітників і створення комфортних умов праці.

3.4 Репутація

У цьому бізнесі репутація має вирішальне значення. Позитивні відгуки клієнтів і рекомендації є найкращою рекламою.

4. Типові помилки при плануванні бізнесу у сфері краси

1. Відсутність чіткої концепції.
2. Неправильна оцінка витрат.
3. Ігнорування аналізу конкурентів.
4. Недооцінка важливості маркетингу.
5. Неправильний підбір персоналу.

Бізнес у сфері краси – це не лише творчість і натхнення, а й ретельне планування та стратегічний підхід. Грамотно складений бізнес-план допоможе уникнути багатьох ризиків і забезпечить стабільний розвиток вашого підприємства. Пам'ятайте: успіх залежить від уваги до деталей і готовності адаптуватися до змін на ринку.

Тема № 19
Оцінка економічної ефективності діяльності ФОП

Економічна ефективність діяльності фізичних осіб-підприємців (ФОП) є ключовим показником, який дозволяє оцінити, наскільки успішно підприємець використовує свої ресурси для досягнення фінансової стабільності та розвитку бізнесу. У цій лекції ми розглянемо основні аспекти, методи та інструменти оцінки економічної ефективності ФОП.

Економічна ефективність – це співвідношення між результатами діяльності підприємця (доходами, прибутком) та витратами, які були понесені для отримання цих результатів. Вона показує, наскільки раціонально використовуються ресурси (грошові, матеріальні, трудові) для досягнення поставлених цілей.

Основні показники оцінки ефективності ФОП.

Для аналізу ефективності діяльності ФОП використовуються такі ключові показники:

1. Рентабельність

Рентабельність показує, наскільки прибутковим є бізнес щодо витрат або доходів.

2. Чистий прибуток

Чистий прибуток розраховується як різниця між загальним доходом і всіма витратами, включаючи податки, оренду, зарплати тощо.

3. Окупність інвестицій

Для ФОП важливо розуміти, за який період вкладені кошти повернуться.

4. Коефіцієнт ліквідності

Цей показник демонструє здатність підприємця погашати свої короткострокові зобов'язання.

Методи оцінки ефективності діяльності ФОП.

Існує декілька підходів до аналізу економічної ефективності:

1. Фінансовий аналіз.

Фінансовий аналіз включає розрахунок основних показників (прибутковість, рентабельність, ліквідність) на основі бухгалтерської звітності. Для цього ФОП може використовувати такі документи:

- Книга обліку доходів і витрат;
- Податкові декларації;
- Баланс активів і зобов'язань.

2. SWOT-аналіз

SWOT-аналіз дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони бізнесу, а також можливості й загрози зовнішнього середовища.

3. Аналіз точки беззбитковості.

Цей метод визначає обсяг продажу, при якому доходи дорівнюють витратам

4. Порівняльний аналіз

Порівняння показників ФОП із середньогалузевими стандартами або з конкурентами допомагає зрозуміти позицію бізнесу на ринку.

4. Інструменти для оцінки ефективності.

Фізичні особи-підприємці можуть використовувати різні інструменти для аналізу своєї діяльності.

- Програмне забезпечення: бухгалтерські програми (наприклад, "1С", "M.E.Doc"), CRM-системи для управління клієнтами.
- Онлайн-сервіси: податкові калькулятори, сервіси для обліку доходів і витрат.
- Консультації експертів: звернення до бухгалтерів або фінансових консультантів.

5. Фактори, що впливають на економічну ефективність ФОП

На ефективність діяльності впливають як внутрішні, так і зовнішні фактори:

Внутрішні фактори:

- Раціональне використання ресурсів;
- Оптимізація витрат;

- Професійність персоналу;
- Якість товарів/послуг.

Зовнішні фактори:

- Податкова політика;
- Стан ринку;
- Конкуренція;
- Економічна ситуація в країні.

6. Практичні рекомендації для підвищення економічної ефективності

1. Контроль витрат: регулярно аналізуйте структуру витрат і скорочуйте зайві статті.
2. Автоматизація процесів: використовуйте сучасне програмне забезпечення для управління бізнесом.
3. Диверсифікація діяльності: розширюйте асортимент товарів або послуг.
4. Маркетинг і реклама: інвестуйте в просування бізнесу для залучення нових клієнтів.
5. Навчання і розвиток: підвищуйте кваліфікацію себе та своїх працівників.

Оцінка економічної ефективності діяльності ФОП є необхідним етапом для забезпечення стабільного розвитку бізнесу. Регулярний аналіз фінансових показників, врахування внутрішніх і зовнішніх факторів, а також впровадження сучасних інструментів управління дозволяють підприємцям не лише утримувати свої позиції на ринку, а й досягати нових висот у своїй діяльності.