



*МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА  
ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ  
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ  
АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА "ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ"*

---

# **ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА**

## **МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

### **Частина I**

**ДО ПРАКТИЧНИХ І СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТТЬ**

для студентів ОКР "Бакалавр" спеціальності 6.030504  
"Економіка підприємства"  
денної форми навчання

Мелітополь, 2012

УДК 631.1 (07)  
ББК 65.9 (2) 32 я 73

**Економіка підприємства.** Методичні вказівки для практичних і семінарських занять (Частина I) для студентів факультету економіки та бізнесу за освітньо-кваліфікаційним рівнем “Бакалавр” зі спеціальності 6.030504 “Економіка підприємства ” – Таврійський державний агротехнологічний університет, 2011. – 64 с.

**Розробник:** к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств Болтянська Л.О.

Рецензент : к.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу Арестенко ТВ.

Розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 200\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_. Затверджено методичною  
комісією економічного факультету «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 200\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_.

## Вступ.

Економіка – це сукупність засобів, законів та правил ведення господарства. Вона включає широкий спектр матеріальних і нематеріальних об'єктів, процесів, способів виробництва і розподілу матеріальних та духовних благ.

Високоєфективну і конкурентноспроможну економіку можуть сформувати та розвивати тільки професійно компетентні і досвідчені управлінські кадри всіх рівнів.

Методичні вказівки з економіки підприємств відображають активні форми навчання, до яких відносять семінари з основних теоретичних тем курсу та розв'язання практичних завдань з подальшим аналізом висновками та пропозиціями. Мають за мету допомагати студентам ліпше сприймати та засвоювати теоретичний та методичні положення.

Кількість і характер включених до рекомендацій практичних і семінарських завдань дозволяють їх розв'язувати та аналізувати не тільки під час проведення аудиторних занять, а й самостійно при виконанні письмових завдань.

Кожне заняття починається з визначення його мети. На початку кожної теми наводиться перелік ключових термінів і понять, основні положення даної теми та методичні рекомендації його виконання.

Перед виконанням розрахункових завдань необхідно опрацювати теоретичний матеріал за обраною темою. Розрахунки проводяться у вказаних таблицях за індивідуальним варіантом.

Додані до кожного заняття питання для самостійного поглибленого вивчення можуть бути використані для організації дискусій із теоретичних і методичних питань, проведення студентами наукових досліджень відповідного рівня, визначення тематики курсових та дипломних робіт.

*Мета курсу* – сформувати уявлення про економічні засади функціонування підприємств, внутрішнього і зовнішнього середовища його діяльності.

*Предмет курсу* – вивчення процесу економічних відносин функціонування підприємств в сучасних умовах і обґрунтування основних напрямків їх удосконалення.

*Завдання курсу* – на основі характеристики діяльності підприємства засвоїти основні поняття та категорії курсу економіка підприємства; оволодіти навичками дослідження взаємовідносин підприємства з іншими суб'єктами господарської діяльності, державою та ринком; сформувати уміння в проведенні розрахунків показників процесу діяльності підприємства; зорієнтувати студентів до вибору важливих напрямків розвитку підприємств в сучасних умовах.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен *знати:*

- ✓ сутність господарської діяльності та основні важелі регулювання господарської та підприємницької діяльності на Україні;
- ✓ поняття підприємства, їх класифікацію за ознаками, види й організаційно-правові форми підприємств;
- ✓ основи управління та характеристику структур управління підприємством;
- ✓ сутність, функції та структуру ринку, аналізувати та прогнозувати попит на продукцію, товари (послуги);
- ✓ склад та характеристику виробничих ресурсів підприємства та показники ефективності їх використання;
- ✓ сутність виробничої програми підприємства, її завдання та характеристику;
- ✓ характеристику техніко –технологічної бази та організаційно –економічне управління технічним розвитком підприємства;
- ✓ сутність, принципи організації виробництва, її типи, форми і методи;
- ✓ склад системи управління якістю та конкурентоспроможності продукції;
- ✓ методи вимірювання та фактори зростання продуктивності праці;
- ✓ характеристику та класифікацію витрат підприємства, групування витрат виробничої собівартості за статтями;
- ✓ сутність і види прибутку та механізм визначення ефективності діяльності підприємства;
- ✓ поняття та умови проведення реструктуризації та санації підприємств;
- ✓ поняття та причини банкрутства, методичні підходи до оцінки предбанкрутного стану підприємств, процедуру ліквідації підприємства, шляхи подолання банкрутства.

*вміти:*

- ✓ викласти лекційний матеріал з врахуванням самостійного завдання;
- ✓ характеризувати поняття підприємства та підприємницька діяльність, визначати основні загальні функції організаційно – правових форм підприємств;
- ✓ проводити оцінку та прогнозування попиту;
- ✓ розраховувати структуру виробничих ресурсів підприємства;
- ✓ визначити показники забезпеченості та ефективності використання виробничих ресурсів підприємства;
- ✓ розраховувати структуру нематеріальних ресурсів та проводити їх оцінки, проводити нарахування амортизаційних відрахувань нематеріальних активів;
- ✓ визначати показники ефективності використання інвестицій та технічних нововведень на підприємстві;
- ✓ розраховувати структуру витрат виробництва та визначати вплив різноманітних факторів на рівень собівартості продукції;
- ✓ використовувати методіку визначення економічної ефективності виробництва продукції;
- ✓ дати характеристику видам ризику та його факторам, дати характеристику причинам банкрутства та його процедурі, визначити ймовірність банкрутства.

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН**  
**курсу «Економіка підприємств»**

Теми	Кількість годин, відведених на:				Разом годин
	лекції	семінарські та практичні	самостійну роботу	індивідуальну роботу	
Тема 1. Теорії та моделі підприємств.	2	2	5	9	18
Тема 2. Основи підприємництва.	4	4	8	5	21
Тема 3. Види і організаційно-правові форми та напрями діяльності підприємств.	4	4	8	5	21
Тема 4. Зовнішнє середовище господарювання підприємств.	2	2	5	7	16
Тема 5. Основи управління підприємством.	2	2	5	4	13
Тема 6. Структура підприємства.	2	2	5	3	12
Тема 7. Ринок і продукція (послуги).	2	2	5	4	13
Тема 8. Товарна та цінова політика підприємства.	4	4	8	5	21
Тема 9. Прогнозування та планування діяльності підприємства.	2	2	5	3	12
Тема 10. Виробнича програма підприємства.	2	2	5	2	11
Тема 11. Техніко – технологічна база і виробнича потужність підприємства.	2	2	5	2	11
Тема 12. Матеріально-технічне забезпечення та виробнича логістика	2	2	5	2	11

**ЗАНЯТТЯ 1.**

(2 год.)

**Тема:** Теорії та моделі підприємств.**Мета:** Вивчити значення підприємства як економічного суб'єкту, теоретичні основи «економіки» підприємства, її моделі. Засвоїти предмет науки, методологія та методи дослідження.

В результаті розгляду теоретико - практичних питань студент повинен *вміти:*

- дати характеристику підприємства як економічного суб'єкта;
- дати характеристику економіка підприємства в системі економічних наук;
- дати характеристику моделям підприємства;
- дати характеристику предмету науки та методу дослідження

**План семінару:**

1. Підприємство як економічний суб'єкт.
2. Основні моделі економіки.
3. Розвиток економіки підприємств в ринкових умовах.
4. Сутність економіки як науки.
5. Предмет економіки.
6. Методологія і методи дослідження.

**Терміни та поняття.**

Підприємство, суб'єкти господарювання, поняття «економіка» підприємств, інфраструктура, фактори розвитку, моделі економіки, предмет курсу, методи дослідження.

**Основні положення:**

Діяльність підприємств дуже різноманітна. Будь-яке підприємство пов'язане з основними фазами відтворювального циклу — виробництвом продукції і послуг, обміном і розподілом товарів, їх споживанням. Виділяють наступні види діяльності підприємства:

- виробничу, комерційну, фінансову, консалтингову.

*Комерційна організація* (ділове підприємництво) — юридична особа, основна мета якої — одержання прибутку і його розподіл між засновниками (фізичними і юридичними особами). Комерційними організаціями є: господарські товариства; виробничі кооперативи; державні чи муніципальні унітарні підприємства.

*Некомерційна організація* — юридична особа, для якої одержання прибутку і його розподіл між засновниками не ставиться за основу мету, одержуваний прибуток використовується для саморозвитку, досягнення статутних цілей організації. До них належать: споживчі кооперативи; релігійні організації; благодійні та інші фонди; громадські організації; асоціації і союзи, утворенні комерційними і некомерційними організаціями; установи, що цілком самофінансуються.

*Суб'єктами господарювання* виступають:

- господарські організації — юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку;

- громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність і зареєстровані відповідно до закону як підприємці;
- філії, представництва, інші відокремлені підрозділи господарських організацій (структурні одиниці), утворені ними для здійснення господарської діяльності.

*До основних ознак підприємства відносять:* самостійний господарський суб'єкт; має право юридичної особи; здійснює виробничу, науково – дослідну і комерційну діяльність; має мету – одержання прибутку; наявність самостійного балансу; має розрахунковий та інші розрахунки в банку; має печатку з назвою; має товарний знак; відсутність в своєму складі інших юридичних осіб; здійснює різноманітні види діяльності незаборонені законом.

*Товар вільний*, якщо його стільки, що люди можуть мати, скільки хочуть за нульовою ціною (задарма). Наприклад, вода в гірському потоці.

*Товар обмежений*, якщо його недостатньо, щоб кожен міг мати стільки, скільки хоче за нульовою ціною. Наприклад, кава, автомашини, одяг, взуття та ін.

Оскільки обмежені товари виготовляються, тобто на них затрачаються ресурси і праця, вони є економічним товаром. Отже, *економіка* пов'язана лише з обмеженими товарами, їх виробництвом, розподілом, використанням і споживанням, включаючи матеріальні товари і послуги.

*Економіка вивчає*, як краще використати ресурси для того, щоб виробити більше товарів і надати більше послуг для задоволення обмежених людських потреб.

Також під *економікою* слід розуміти комплекс засобів, які дають нам можливість використати наявні ресурси найбільш ефективно і найзагальнішим результатом цього є підвищення рівня життя й добробуту населення. Основними *функціями ринкової інфраструктури* є: здійснення правового та економічного консультування підприємців і захист їх інтересів у державних і приватних структурах; забезпечення фінансової підтримки, кредитування, включаючи лізинг, аудит, страхування підприємств тощо; сприяння матеріально-технічному забезпеченню і реалізації продукції підприємств; регулювання руху робочої сили; створення необхідних умов для ділових контактів підприємців; здійснює маркетингове, інформаційне та рекламне обслуговування щодо забезпечення більш швидкого руху товарів і послуг від виробника до споживача

*Інфраструктура ринку* — це система підприємств і організацій, які забезпечують рух товарів, послуг, грошей, цінних паперів, робочої сили, інформації.

*Об'єктами ринкових відносин виступають:* робоча сила, або праця, земля та інші природні ресурси, нерухомість: будівлі, споруди, житло, товари, роботи і послуги, які постачені на ринок або які можуть бути постачені за певного рівня ціни.

*Суб'єктами ринкових відносин* є споживачі, виробники і постачальники ресурсів.

Існують *основні моделі* економіки:

- Командна (планово - директивна);
- Змішана;
- Керована державою;
- Ринкова.

Найважливіші *рис*и ринкової економіки: сприяння приватній власності; чесна та вільна конкуренція досягнень; ціни, що відповідають ринкові; незалежний контроль за монополіями; централізований нагляд над грошовою системою, спрямований на захист національної валюти; свобода господарської діяльності та розміщення виробництва; помірковане податкове законодавство; соціальне забезпечення слабкіших в економічному плані, встановлення заробітної плати шляхом укладення тарифних угод.

*Предметом науки* "економіка підприємств" є також дослідження причин зміни обсягу виробництва продукції та її впливу на ціни і доходи підприємств. Вона вивчає якість продукції, обґрунтовує можливі напрями її підвищення і ступінь впливу на прибутковість виробництва, а також розробляє заходи щодо зниження собівартості.

*Методологія* - вчення про сукупність основних принципів, методів пізнання і перетворення дійсності.

*Метод науки* - це сукупність засобів, способів і прийомів дослідження, властивий для неї спосіб проникнення у зміст предмета, що вивчається.

У процесі наукового пізнання економічних явищ широке застосування знаходять елементи діалектичного методу - аналіз і синтез, індукція і дедукція.

#### ***Питання для перевірки***

1. Розкрийте поняття комерційна та некомерційна організація.
2. Хто є суб'єктами господарювання?
3. Основні групи та ознаки підприємств.
4. Що є місія, ціль підприємства, та її класифікація?
5. Основні напрями діяльності підприємства.
6. Об'єкти та суб'єкти ринкових відносин.
7. Внутрішні фактори розвитку виробництва
8. Моделі економіки: командна, мішана та керована.
9. Ринкова економіка: характеристика та основні риси.
10. Основні пріоритети ринкової економічної системи.
11. Поняття виробничі відносини та їх форми.
12. Предмет економіки.
13. Взаємозв'язок економіки з іншими науками.
14. Методологія та метод науки економіка.
15. Діалектичний метод: аналіз і синтез, індукція і дедукція.
16. Метод порівняння, економіко – статистичний метод, економіко – математичний метод, балансовий метод.
17. Монографічний, розрахунково – конструктивний, експериментальний та абстрактно – логічний методи.



***Завдання для самостійної роботи студентів.***

Підготувати доповідь на семінар, відповіді на тести та контрольні питання, а також реферати на теми:

1. Роль підприємства у національній економічній системі.
2. Підприємство у неокласичній, інституційній, еволюційній, інтеграційній, підприємницькій та інших теоріях.
3. Соціологічний, технічний, правовий та економічний підходи до дослідження підприємства.
4. Основні наукові спрямування економіки підприємства (наука про використання факторів виробництва; наука про прийняття рішень; наука, орієнтована на системний підхід; наука, що базується на екологічних критеріях; наука про використання людського потенціалу; наука про суспільну корисність господарських процесів.
5. Когнітивна (пізнавальна), практична і методологічна функції економіки підприємства в системі економічних наук.
6. Наукова модель сучасної економіки підприємства та основні тенденції її зміни.
7. Формальні і неформальні організаційні утворення в діяльності підприємства.
8. Інформаційні теорії економіки підприємства, їх значення та передумови виникнення (економіка знань).

***ЗАНЯТТЯ 2-3.***

(4 год.)

**Тема:** Основи підприємництва.

**Мета:** Засвоїти поняття «підприємництво», ознаки та принципи здійснення підприємницької діяльності. Опанувати форми та моделі підприємницької діяльності.

В результаті розгляду теоретико - практичних питань студент повинен *вміти:*

- характеризувати підприємницьку та господарську діяльність,
- визначати типи підприємницької діяльності, принципи та моделі.
- формулювати поняття та особливості малого підприємництва.

***План семінару:***

1. Підприємство, як сучасна форма господарювання.
2. Принципи здійснення, форми і моделі підприємницької діяльності.
3. Типи підприємницької діяльності та їх особливості.
4. Основні форми комерційних підприємств.
5. Мале підприємництво в ринкових умовах.

***Терміни та поняття.***

Підприємницька та господарська діяльність, форми підприємницької діяльності, товариства, моделі підприємництва, виробнича і посередницька діяльність, мале підприємництво, малі підприємства.

***Основні положення.***

*Господарська діяльність* - діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність, може здійснюватись і без мети одержання прибутку.

Господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є *підприємництвом*, а суб'єкти підприємництва - *підприємцями*.

*Підприємець* - це суб'єкт, який поєднує в собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ та їх нових якостей, нових сфер застосування капіталу.

Підприємництво характеризується наступними ознаками.

- самостійність діяльності, основою даної діяльності є власність підприємця;
- ініціативність творчої діяльності: в основі здійснення підприємницької діяльності лежить власна ініціатива, творчо-пошуковий, інноваційний підхід;
- систематичність діяльності, обов'язково офіційно зареєстрована, пов'язано з відтворювальним процесом;
- здійснюється на власний ризик під власну економічну (майнову) відповідальність;
- метою цієї діяльності є одержання прибутку або власного доходу.

Особливості форм підприємництва:

<i>Показник</i>	<i>Одноосібне володіння</i>	<i>Товариство</i>	<i>Корпорація</i>
Юридичний статус власника	Не потребує юридичних формальностей; необмежена відповідальність; поширюється на власне майно	Згода між партнерами; необмежена відповідальність партнерів	Необхідність затвердження статуту; обмежена відповідальність, зумовлена розмірами акціонерного капіталу
Можливості	Обмежені і визначаються особистим капіталом та кредитоспроможністю власника	Обмежені особистими капіталами партнерів та їх спроможністю одержувати кредит	Потенційно широкі, оскільки можна залучати капітали інвесторів
Тривалість існування	Обмежена життям, якщо бізнес не буде продано	Обмежена періодом дії згоди між партнерами	На практиці немає межі тривалості існуванню корпорації; власність може бути передана шляхом продажу акцій
Гнучкість та конфіденційність бізнесу	Необмежені	Гнучкість обмежена положеннями узгодження між партнерами; конфіденційність визначається відносинами між ними	Гнучкість обмежена положеннями статуту; багато корпорацій мають обов'язок публікувати частину своєї фінансової інформації
Оподаткування	Особистий прибутковий податок; спадкоємці	Особисті прибуткові податки; податки за	Корпоративний податок на прибуток; особистий

	повинні сплачувати податок за спадок, що примушує продавати бізнес для зменшення податкових виплат	спадок сплачуються як при одноосібному володінні	прибутковий податок на дивіденди; податок за спадок не сплачується, тому що акції померлого акціонера можуть бути продані
--	--	--	---

*Класична модель* підприємницької діяльності орієнтується на найефективніше використання наявних ресурсів підприємства. За такої система дій підприємства наступна:

- аналітична оцінка наявних ресурсів;
- виявлення реальних можливостей досягнення поставленої мети бізнесової діяльності;
- використання можливості, яка здатна забезпечити максимально ефективну віддачу від наявних фінансових, матеріальних і нематеріальних ресурсів.

*Інноваційна модель* підприємництва передбачає активне використання переважно інноваційних організаційно-управлінських, техніко-технологічних і соціально-економічних рішень у сфері бізнесу.

*Виробнича підприємницька діяльність* орієнтується на виробництво й просування на ринок традиційних або інноваційних видів цих товарів. Діяльність буде ефективнішою, якщо здійснюватиметься з використанням техніко-технологічних інновацій, більш якісних характеристик продуктів праці, нових елементів організації виробничих процесів тощо. Коли ж виробництво повністю базується на інноваціях, то результатом є поява продукту з принципово новими властивостями чи навіть сферами використання.

Посередницька діяльність – здійснюють посередники.

*Посередники* - фізичні чи юридичні особи, які представляють інтереси виробників або споживачів. Основною метою посередницької підприємницької діяльності є інтеграція економічних інтересів виробників і споживачів.

*Приватнопідприємницька фірма* - це підприємство, власник якого самостійно веде справи в особистих інтересах. Він управляє фірмою, одержує весь прибуток, несе персональну відповідальність за всі її зобов'язання.

*Партнерство* - це підприємство, фірма, організована декількома особами, що спільно володіють і управляють нею. Найважливіші права належать усім партнерам, проте може бути партнерство і з обмеженою відповідальністю, коли поряд із головними учасниками, цілком відповідальними за діяльність фірми, є партнери, відповідальність яких обмежується сумою їхнього вкладу в справу (так звані партнери з обмеженою відповідальністю). *Мале підприємництво* - це самостійна, систематична, ініціативна господарська діяльність малих підприємств та фізичних осіб, яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку, або спрямована на реалізацію власного економічного інтересу.

Верховною Радою України 19 жовтня 2000 р. було ухвалено Закон України "Про державну підтримку малого підприємництва". Відповідно до цього Закону *суб'єктами малого підприємництва* є:

✓ фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності (громадяни-підприємці);  
 юридичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 500 000 євро.

### ***Питання для перевірки***

1. Охарактеризуйте поняття «підприємництво», ознаки та принципи здійснення підприємницької діяльності.
2. Суб'єкти підприємницької діяльності, її функції та види підприємницького бізнесу.
3. Особливості форм підприємництва.
4. Одноосібна форма підприємництва.
5. Товариства як форма підприємницької діяльності, види товариств.
6. Корпорації: переваги і недоліки.
7. Моделі підприємницької діяльності.
8. Типи підприємницької діяльності.
9. Особливості посередницької підприємницької діяльності.
10. Основні форми комерційних підприємств.
11. Сутність та значення малого підприємництва, його функції.
12. Класифікація малих форм господарювання.

### ***Завдання для самостійної роботи студентів.***

Підготувати доповідь на семінар, відповіді на тести та контрольні питання, а також реферати на теми:

1. Консалтинг як вид підприємницької діяльності.
2. Розвиток венчурного підприємництва в Україні.
3. Основні функції товарних бірж.
4. Особливості діяльності товарних бірж.
5. Особливості діяльності комерційних банків України.
6. Розвиток консалтингових послуг в Україні.
7. Особливості організації підприємницької діяльності США, Японії, Росії.
8. Сучасні тенденції соціально-економічного розвитку малого підприємництва в Україні.
9. Особливості кредитування малого бізнесу в Україні.
10. Проблеми функціонування суб'єктів малого підприємництва в Україні.

## ***ЗАНЯТТЯ 4-5.***

(4 год.)

**Тема:** Види і організаційно-правові форми та напрями діяльності підприємств.

**Мета:** Ознайомитись з правовими основами функціонування підприємств в Україні. Засвоїти їх класифікацію та напрями діяльності.

В результаті розгляду теоретико - практичних питань студент повинен *вміти:*

- застосовувати правові аспекти підприємств;

- характеризувати класифікацію підприємств та їх видів;
- визначати напрями діяльності підприємств;
- формулювати засади функціонування аграрного підприємництва.

***План заняття:***

1. Правові основи функціонування підприємств в Україні.
2. Організаційно – правові форми підприємств і їх класифікація.
3. Напрями діяльності підприємств.
4. Організаційно – правові форми об'єднань підприємств.
5. Державне регулювання діяльності підприємств.
6. Економічні засади функціонування форм підприємництва аграрних підприємств.
7. Завдання 1. За допомогою даних визначити галузеву структуру звітного року.
8. Завдання 2. Проаналізувати структуру промислового виробництва за економічним призначенням.
9. Завдання 3: Провести розрахунок коефіцієнтів випередження та визначити галузеву структуру.
10. Завдання 4: Визначити питомі витрати продукції певної галузі у виготовленні кінцевого продукту.

***Терміни та поняття.***

Господарський комплекс України, статут підприємства, колективний договір, класифікація підприємств за певними ознаками, господарські товариства, види діяльності підприємств, організаційно – правові форми підприємств.

***Основні положення.***

Основними правовими актами, які регулюють діяльність підприємств, є:

- ✓ Господарський кодекс України від 16.01.2003 року,
- ✓ Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців» від 15.05.2003 року,
- ✓ статут підприємства,
- ✓ Генеральна тарифна угода,
- ✓ колективний договір,
- ✓ класифікація організаційно-правових форм господарювання, затверджена наказом Державного комітету України по стандартизації, метрології та сертифікації від 22.11.1994 року та інші правові документи, що регулюють окремі напрями діяльності підприємства.

*Статут підприємства* - це комплекс обов'язкових правил, що регулюють його взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання, а також індивідуальну діяльність. Статут затверджується власником майна, а для державних підприємств - власником майна за участю трудового колективу.

Трудовий колектив підприємства являє собою усіх громадян, які своєю працею беруть участь в його діяльності на основі трудового договору (контракту, угоди), а також інших форм, що регулюють трудові відносини працівника з підприємством.

*Колективний договір* - це угода між трудовим колективом в особі профспілки та адміністрацією або власником, яка щорічно переглядається і регулює їх виробничі, економічні і трудові відносини.

В практиці господарювання кожне підприємство здійснює багато конкретних видів діяльності, котрі за ознакою об'єднуються в окремі головні напрямки.

1. Визначальним напрямком діяльності кожного підприємства за умов ринкових відносин є *вивчення ринку товарів, або ситуаційний аналіз*.

2. *Інноваційна діяльність* охоплює науково-технічні розробки, технологічну і конструкторську підготовку виробництва, впровадження технічних, організаційних та інших нововведень, формування інвестиційної політики на найближчі роки, визначення обсягу необхідних інвестицій тощо. Здійснюється на основі результатів вивчення ринку товарів.

3. *Виробнича діяльність підприємства*, її організація та оперативне регулювання в просторі й часі. До складу якої входять:

- обґрунтування обсягу виготовлення продукції певної номенклатури та асортименту відповідно до потреб ринку;
- формування маркетингових програм для окремих ринків і кожного виду продукції, їхню оптимізацію відносно виробничих можливостей підприємства;
- збалансування виробничої потужності та програми випуску продукції на поточний і кожний наступний рік прогнозного періоду;
- забезпечення виробництва необхідними матеріально-технічними ресурсами;
- розробка й дотримання узгоджених у часі оперативно-календарних графіків випуску продукції.

4. *Комерційна діяльність* відображає ефективність інноваційно-виробничих процесів, від масштабів та якості цього напрямку діяльності підприємства залежить фінансова результативність виробництва, яку характеризує величина одержуваного прибутку. Досягнення успіху комерційної діяльності здійснюється за рахунок дійової реклами і безпосередньої організації збуту продукції, розвитку системи товарних бірж, належне стимулювання покупців.

5. *Післяпродажний сервіс багатьох видів товарів* - машин та устаткування, автомобілів, комп'ютерної, розмножувальної, медичної, складної побутової техніки, інших виробів виробничо-технічного й споживчого призначення. Цей напрямок охоплює пусконаладжувальні роботи у сфері експлуатації (використання) куплених на ринку товарів, їхнє гарантійне технічне обслуговування протягом певного терміну, забезпечення необхідними запасними частинами і проведення ремонтів під час нормативного строку служби тощо.

6. *Економічна діяльність підприємства* – є інтегрованим напрямком. Вона включає: стратегічне та поточне планування, облік і звітність, ціноутворення, систему оплати праці, ресурсне забезпечення виробництва, зовнішньоекономічну та фінансову діяльність тощо. Цей напрямок є

визначальним для оцінки й регулювання всіх елементів системи господарювання на підприємстві.

7. *Соціальна діяльність* - впливає на ефективність інших напрямків діяльності (інноваційної, виробничої, комерційної, економічної), результативність яких залежить від рівня професійної підготовки й всіх категорій працівників, мотиваційного механізму та інш.

Об'єднання підприємств характеризується певними ознаками:

- здійснюється на добровільній основі;
- здійснює будь які види діяльності;
- є юридичною особою;
- діє на основі засновницького договору, або статуту;
- підприємства зберігають свої права юридичної особи;
- має самостійний або зведений баланс, розрахунковий та інші рахунки, печатку з найменуванням;
- не відповідає по зобов'язанням підприємств;
- підприємства не відповідає по зобов'язанням об'єднання (якщо не передбачено статутом);
- підприємства мають право вийти із складу об'єднання.

Організаційно-економічними формами об'єднань можуть бути: асоціація, корпорація, консорціуми, концерни, картелі, синдикати, трести, Холдинги, фінансово-промислова група.

У ринкових умовах найширше впроваджуваними формами добровільних об'єднань підприємств є концерни, корпорації, фінансові групи.

*Основними засобами регулюючого впливу держави на діяльність суб'єктів господарювання є:*

- державне замовлення, державне завдання;
- ліцензування, патентування і квотування;
- сертифікація й стандартизація;
- застосування нормативів та лімітів;
- регулювання цін і тарифів;
- надання інвестиційних, податкових та інших пільг;
- надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій і субсидій.

**Задача 1:** Галузева структура, що розрахована по валовій продукції відповідних підгалузей машинобудівної промисловості та коефіцієнти випередження представлені в таблиці. За допомогою даних визначте галузеву структуру в звітному році.

Методика виконання:

*Питома вага окремої галузі в загальному обсязі виробництва промисловості в плановому періоді* визначається за формулою:

$$Дпл = Дб \cdot Кгал, \% \quad (4.1)$$

де *Дпл*, *Дб* – доля галузі в загальному обсязі виробництва продукції промисловістю в плановому та базовому періодах відповідно, %

Таблиця 1

Коефіцієнти випередження та питома вага підгалузей машинобудування у базовому році

Підгалузі машинобудування	Коефіцієнти випередження	Питома вага продукції базового року, %	Галузева структура планового року, %
Важке машинобудування	0,96	15,4	
Електротехнічна промисловість	1,05	20,4	
Хімічне і нафтохімічне машинобудування	<b>A.....</b>	6,1	
Верстатобудівна та інструментальна промисловість	0,91	7,0	
Приладобудування	0,96	4,5	
Автомобілебудування	0,82	18,3	
Сільськогосподарське машинобудування	1,18	17,0	
Будівельне, дорожнє і комунальне машинобудування	1,05	6,1	
Машинобудування для легкої та харчової промисловості	1,23	5,2	

Висновок:

---



---



---



---



---



---

**Задача 2:** Проаналізуйте структуру промислового виробництва за економічним призначенням продукції за даними наведеними в таблиці.

Таблиця 2

Валова продукція та структура промислового виробництва

Показник	20...р.		20...р.		20...р.		20...р.		20...р.	
	млн.грн	%	млн.грн	%	млн.грн	%	млн.грн	%	млн.грн	%
Валова продукція, всього										
у т.ч. - виробництво засобів виробництва	170		274,7		376,5		454,8		583	
- виробництво предметів споживання	69,4		99,6		134,6		161,5		<b>Б....</b>	

---



---



---



Висновок: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**Задача 3:** Визначити структуру виробництва галузі промисловості за останні 3 роки, а також галузеві коефіцієнти випередження по окремих підгалузях, виходячи з даних:

20\_\_ р. обсяг валової продукції промисловості склав 24,8 млн. грн. , у тому числі по підгалузях: А – 5,9 млн. грн., Б – 5,2 млн. грн., В – 4,9 млн. грн. , Г – 1,2 млн. грн. , інші – 7,6 млн. грн.

20\_\_р. обсяги виробництва порівняно з попереднім роком по підгалузях: А - зросли на 9%, Б – 4,5%, В – скоротились на 3,2%, Г – зросли на 2,9%, інші – скоротились на 4,8%.

20\_\_р. обсяг виробництва зріс порівняно зі базовим роком, в тому числі по підгалузях: А – на 4,71 млн. грн., Б – 9,7 млн. грн. , В – 6,33 млн. грн., Г – 2,44 млн. грн. , інші - на **В.....** млн.. грн.

Результати розрахунків занесіть до таблиці, зробіть відповідні висновки.

Методика виконання:

Для аналізу зрушень у галузевій структурі користуються показниками:

1) *темп росту обсягу виробництва окремої галузі ( $T_{гал.}$ )* визначають за формулою:

$$T_{гал} = \frac{Q_{пн}}{Q_б} \cdot 100, \% \quad (4.2)$$

де  $Q_{пн}$ ,  $Q_б$  – обсяг випуску продукції галуззю відповідно у плановому і базовому періодах, в грошових або натуральних одиниць.

2) *галузеві коефіцієнти випередження ( $K_{гал.}$ )* характеризують зміни в галузевій структурі промисловості і визначається :

$$K_{гал} = \frac{T_{гал}}{T_{пром}}; \quad (4.3)$$

де  $T_{пром.}$  – темп росту обсягу виробництва в промисловості, %

$T_{пром.}$  та  $T_{гал}$  беруться за один і той самий період.

Таблиця 3.

Розрахунок коефіцієнтів випередження та галузева структура виробництва за 20\_\_ – 20\_\_ р.р.

Підгалузі	Обсяг валової продукції			Темп росту, %			Коефіцієнти випередження		
	20__	20__	20__	20__	20__	20__	20__	20__	20__
А									
Б									
В									

Г									
Інші									
Всього по галузі									

Висновок: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Задача 4:** На основі даних наведених в таблиці 4, розрахуйте питомі витрати продукції даної галузі на виготовлення кінцевого продукту всієї промисловості; коефіцієнти міжгалузевих та внутрігалузевих зв'язків.

Методика виконання:

Для характеристики виробничих зв'язків галузі з іншими галузями використовують такі показники:

1) *питомі витрати продукції даної галузі у випуску кінцевого продукту всієї промисловості (Pгал.к):*

$$P_{гал.к} = Q_{гал.заг} : Q_{к.пром.} \tag{4.4}$$

де  $Q_{гал.заг}$  – загальний обсяг виробленої галуззю продукції, грн.

$Q_{к.пром}$  - кінцевий продукт промисловості, грн.

2) *доля продукту даної галузі, що направляється на подальшу переробку в інші галузі – коефіцієнт міжгалузевих зв'язків (Km.з.)*

$$K_{м.з} = Q_{інш.гал} : Q_{заг.гал.} \tag{4.5}$$

де  $Q_{інш.гал.}$ - обсяг продукції галузі, що направляється в інші галузі.

3) *доля продукту даної галузі у виготовленні її кінцевого продукту – коефіцієнт внутрігалузевих зв'язків( Kв.з).*

$$K_{в.з} = Q_{власн.} : Q_{заг.гал.} \tag{4.6}$$

де  $Q_{власн.}$ - обсяг продукції галузі, призначений для споживання в середині неї, грн.

Таблиця 4

Валові витрати підгалузей на виробництво кінцевого продукту

Галузі виробники	Галузі – споживачі							
	Металургія	Паливна	Машинобудування	Буд.-матеріалів	Легка	Харчова	Інші	Кінцевий продукт
Металургія	28,0	2,7	472,5	44,1	2,2	8,0	4,5	
Паливна	0,8	192,2	35,4	56,7	7,3	29,8	8,4	
Машинобудування	1,0	7,3	727,1	17,3	11,9	15,0	5,5	
Будматеріалів	0,1	0,2	3,5	130,5	0,5	1,6	5,4	
Легка	Г.....	0,6	23,6	4,8	194,7	7,3	19,9	

Харчова	0,1	0,2	2,6	0,1	17,2	107,3	27,0	
Інші	0,1	1,3	12,9	5,5	3,1	13,5	14,9	
Всього								

Таблиця 5

Розрахунок питомих витрат продукції, коефіцієнтів міжгалузевих та внутрігалузевих зв'язків

Галузі виробники	Питомі витрати продукції даної галузі, %	Коефіцієнт міжгалузевих зв'язків	Коефіцієнт внутрігалузевих зв'язків
Металургія			
Паливна			
Машинобудування			
Будматеріалів			
Легка			
Харчова			
Інші			
Всього			

Висновок:

### ***Питання для перевірки***

1. Правові основи функціонування підприємств в Україні.
2. Класифікація підприємств в залежності від форм власності.
3. Поняття господарського товариства, права та обов'язки.
4. Види господарських товариств.
5. Напрямки діяльності підприємств.
6. Ознаки об'єднань підприємств.
7. Організаційно – економічні форми об'єднань.
8. Функції державне регулювання діяльності підприємств.
9. Методи державного економічного регулювання.
10. Фактори державного регулювання.
11. Економічні засади функціонування форм підприємництва аграрних підприємств:
  - Селянських фермерських господарств;
  - Акціонерних товариств;
  - Товариств з обмеженою відповідальністю;
  - Сільськогосподарських виробничих кооперативів.

### ***Завдання для самостійної роботи студентів.***

Підготувати доповідь на семінар, відповіді на тести та контрольні питання, а також реферати на теми:

1. Організаційні форми кооперації

2. Світовий досвід кооперації в сільському господарстві.
3. Особливості функціонування селянських фермерських господарств.
4. Державне регулювання підприємницької діяльності.
5. Розвиток організаційно – економічних форм об'єднань підприємств на Україні.
6. Розвиток фінансово – промислових груп на Україні.
7. Особливості функціонування холдингових компаній на Україні.

## **ЗАНЯТТЯ 6.**

(2 год.)

**Тема:** Зовнішнє середовище господарювання підприємств.

**Мета:** Ознайомитись з впливом зовнішнього середовища на діяльність підприємства.

В результаті розгляду теоретико - практичних питань студент повинен *вміти:*

- охарактеризувати вплив зовнішнього середовища на діяльності підприємства;
- визначати чинники макросередовища господарювання;
- формулювати складові ринкового середовища існування підприємства;
- характеризувати особливості мікросередовища аграрних підприємств.

### ***План семінару:***

1. Вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства.
2. Макросередовище господарювання та його основні чинники.
3. Ринкове середовище господарювання підприємства.
4. Особливості впливу мікросередовища на діяльність аграрних підприємств.

### ***Терміни та поняття.***

Ринкове середовище, мікросередовище, макросередовище господарювання підприємств, чинники макросередовища, ринок і його структура.

### ***Основні положення.***

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

Зовнішнє середовище можна визначити як сукупність двох сфер: макросередовища та мікросередовища.

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

- економічне середовище;
- політичне середовище;
- соціальне середовище;
- природне середовище;
- технологічне середовище;
- екологічне середовище та ін.

*Мікросередовище* - це середовище, елементи якого прямо і постійно впливають на діяльність підприємства. До елементів мікросередовища відносяться: постачальники; посередники; споживачі; конкуренти; робоча сила; державні органи.

*Конкурентне середовище* формується не тільки внутрішньогалузевими конкурентами, які виробляють аналогічну продукцію та реалізують її на тому ж ринку. Суб'єктами конкурентного середовища є фірми, які можуть увійти на ринок, а також ті, які виробляють товари-субститути. До основних чинників макросередовища належать економічні, політичні, соціальні, технологічні та екологічні.

*Економічні чинники* - характеризують формування та розподіл ресурсів. До основних чинників економічного середовища, які мають значний вплив та наслідки від їх зміни належать:

- рівень та темпи інфляції,
- коливання курсу національної валюти відносно валют інших держав,
- умови одержання кредиту і процентна банківська ставка тощо.

*Соціальні чинники* формують стиль життя, роботи, споживання і спричиняють значну дію практично на всі підприємства. Нові тенденції створюють тип споживача і, відповідно, викликають потребу в інших товарах і послугах, визначаючи нові стратегії організації.

Вплив *технологічних чинників* вважають основним двигуном виробничого прогресу. Револьюційні технологічні зміни і відкриття останніх десятиріч представляють великі можливості і серйозні загрози. Деякі відкриття можуть створювати нові галузі промисловості і закривати старі.

До основних *екологічних чинників* відносяться:

- обсяги викидів у середовище забруднювальних та отруйних речовин,
- рівень фізичного (електромагнітного, радіаційного, теплового) впливу на середовище;
- надійність і соціально-екологічна безпека виробничих систем, великих техногенних утворень, газо -, нафтопроводів, тунелів тощо;
- кількість і якість продукції, що виробляється, її безпечність і утилізаційна придатність;
- стан природного середовища, в якому знаходиться підприємство, до і після реалізації запланованої стратегії розвитку і розміри можливих незворотних негативних наслідків.

*Ринок* - це сукупність відносин між продавцями і покупцями, які обмінюються продукцією спеціалізованої діяльності.

Ринок виконує низку *соціально-економічних функцій*:

- він є ланкою, яка поєднує виробництво і споживання через інструменти ринку - ціни, динаміка і співвідношення попиту та пропозиції, відсоткові ставки, валютний курс, курс цінних паперів тощо;
- виявляє суспільну корисність товарів, дозволяє реально оцінити їхню вартість;

- ринкова конкуренція дозволяє точно визначити лідерів і аутсайдерів серед господарюючих суб'єктів, забезпечує споживачеві можливість вибору, примушує підприємства використовувати науково-технічні новації, поліпшувати якість товарів та послуг.

*Ринкова система* - це складний механізм координації, який діє через систему цін і ринків, механізм зв'язку, який застосовується для поєднання дій мільйонів різних індивідів.

### ***Питання для перевірки***

1. Поняття зовнішнього середовища, основні елементи макросередовища.
2. Елементи мікросередовища.
3. Чинники функціонування макросередовища.
4. Сутність ринкового середовища господарювання.
5. Соціально – економічні функції ринку.
6. Інфраструктура ринку, її функції.
7. Макросередовище функціонування аграрних підприємств.
8. Мікросередовище функціонування аграрних підприємств.

### ***Завдання для самостійної роботи студентів.***

Використовуючи теоретичні матеріали, рекомендовану літературу підготувати відповіді на тестові та контрольні запитання. Розглянути, засвоїти та законспектувати самостійно теоретичне питання: «Особливості впливу мікросередовища на діяльність аграрних підприємств».

Підготувати реферат на теми:

1. Політичне середовище як елемент макросередовища.
2. Економічний чинник макросередовища.
3. Важливість соціального елементу макросередовища.
4. Проблеми функціонування мікросередовища господарювання підприємств.

## **ЗАНЯТТЯ 7.**

(2 год.)

**Тема:** Основи управління підприємством.

**Мета:** Засвоїти поняття та сутність управління підприємством. Опанувати функції та методи управління.

В результаті розгляду теоретико - практичних питань студент повинен *вміти:*

- характеризувати сутність та принципи управління підприємством.
- розкривати функції управління;
- визначати ефективні методи управління;

### ***План семінару:***

1. Поняття та сутність системи управління підприємством.
2. Принципи управління підприємством.
3. Функції управління підприємством.
4. Методи управління підприємством.

### ***Терміни та поняття.***

Управління, принципи управління, функції управління, планування, організація, економічні методи.

### **Основні положення.**

*Управління підприємством* - це постійний і системний вплив на діяльність його структурних підрозділів для забезпечення узгодженої роботи і досягнення кінцевого позитивного результату.

Загальні *принципи управління підприємством*, що закріплені в Господарському кодексі:

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

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

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

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

Існують дві *концепції управління підприємством*:

- Раціоналістична концепція - успіх підприємства залежить від раціональної організації виробництва та ефективності використання ресурсів, тобто від внутрішніх факторів. Підприємство розглядається як замкнута система, мета і завдання якої є заданими і стабільними протягом тривалого часу. Основа стратегії підприємства - поглиблення спеціалізації виробництва, побудова організаційної структури за функціональним принципом, вирішальне значення надається контролю.

- Неформальна концепція ґрунтується на ситуативному підході до управління. Підприємство розглядається як відкрита система, і головна передумова її успіху лежить поза нею. Успіх пов'язується з тим, наскільки успішно підприємство пристосовується до зовнішнього середовища.

*Функція управління* - це будь-яка дія, що здійснюється в системі управління і спрямована на зміну стану об'єкта управління відповідно до поставленої мети.

*Основними загальними функціями управління підприємством* є планування, організування, координування, регулювання, мотивування і контролювання.

*Управління* - складний і динамічний процес, керований і здійснюваний людьми для досягнення поставленої мети. Після того як встановлено цілі управління, необхідно знайти найбільш ефективні шляхи та методи досягнення їх. Інакше кажучи, якщо при визначенні цілей потрібно відповісти на запитання «чого потрібно досягти?», то слідом за цим виникає запитання «як найбільш раціонально досягти мети?» Отже виникає потреба в застосуванні арсеналу

засобів, що забезпечують досягнення цілей управління, тобто методів управління.

*Методом* називається захід або сукупність заходів у будь-якій людській діяльності, спосіб досягнення мети, шлях вирішення певного завдання.

Методи управління покликані забезпечити високу ефективність діяльності колективів, їх злагоджену роботу, сприяти максимальній мобілізації творчої активності кожного члена.

Відповідно до цього розрізняють такі *методи управління*: а) економічні; б) соціально-психологічні; в) організаційні методи управління діяльністю підприємств.

1. *Економічні методи управління* - це такі методи, які реалізують матеріальні інтереси участі людини у виробничих процесах (будь-якій іншій діяльності) через використання товарно-грошових відносин.

Вони мають два аспекти реалізації. Перший аспект - характеризує процес управління, зорієнтований на використання створеного на загальнодержавному рівні економічного сегмента зовнішнього середовища. Другий аспект економічних методів управління пов'язаний з управлінським процесом, орієнтованим на використання різноманітних економічних важелів, таких як фінансування, кредитування, ціноутворення, штрафні санкції тощо.

2. *Соціально-психологічні методи управління* реалізують мотиви соціальної поведінки людини. Практична реалізація соціально-психологічних методів управління здійснюється за допомогою різноманітних засобів соціального орієнтування та регулювання, групової динаміки, розв'язання конфліктних ситуацій, гуманізації праці тощо.

3. *Організаційні методи управління* базуються на мотивах примусового характеру, їхнє існування й практичне застосування зумовлене зацікавленістю людей у спільній організації праці. Організаційні методи управління - це комплекс способів і прийомів впливу на працівників, що ґрунтуються на використанні організаційних відносин та адміністративній владі керівництва.

#### ***Питання для перевірки***

1. Дайте визначення поняття «Управління підприємством».
2. Основні принципи управління.
3. Охарактеризуйте елементи системи управління.
4. Перелічіть основні функції управління.
5. Перелічіть основні методи управління.
6. Роль економічних методів управління.
7. Важливість соціально – психологічних методів управління.
8. Сутність та принципи організаційних методів управління.
9. Важливість методів управління підприємством.

#### ***Завдання для самостійної роботи студентів.***

Використовуючи теоретичні матеріали, рекомендовану літературу підготувати відповіді на тестові та контрольні запитання, а також реферати на теми:

1. Роль економічних методів управління.
2. Важливість соціально – психологічних методів управління.



3. Сутність та принципи організаційних методів управління.
4. Важливість методів управління підприємством.
5. Змістова характеристика діяльності вищих органів державного управління підприємствами.
6. Напрями вдосконалення загальнодержавної системи управління підприємствами.

### **ЗАНЯТТЯ 8.**

(2 год.)

**Тема:** Структура підприємства.

**Мета:** Опанувати поняття структури управління, розглянути складові виробничої та соціальної інфраструктури. Засвоїти організаційні типи структури підприємства.

В результаті розгляду теоретико - практичних питань студент повинен *вміти:*

- розкрити поняття структури управління підприємством;
- оцінити важливість виробничої і соціальної інфраструктури;
- охарактеризувати основні типи організаційних структур підприємства, визначати їх переваги та недоліки;
- визначати показники ефективності різних типів організаційних структур.

#### ***План заняття:***

1. Виробнича структура управління.
2. Виробнича і соціальна інфраструктура підприємства.
3. Відтворення і розвиток виробничих та інфраструктурних об'єктів.
4. Сутність, характеристика організаційної структури управління.
5. Основні типи організаційних структур управління.
6. Завдання 1. Розрахуйте чисельність функціональних структурних підрозділів цеху.
7. Завдання 2: За допомогою даних обґрунтувати ефективність переведення підприємства на безцехову структуру управління.
8. Завдання 3: Обчислити коефіцієнт економічності апарату управління підприємством.
9. Завдання 4: Проаналізувати економічність управління в різних цехах підприємства.

#### ***Терміни і поняття:***

Структура управління, виробнича структура управління, організаційна структура управління, типи організаційних структур, лінійна структура управління, функціональна структура управління, лінійно - функціональна структура.

#### ***Основні положення:***

Основним змістом діяльності кожного промислового підприємства є виробничий процес.

*Виробничий процес* - це сукупність взаємопов'язаних основних, допоміжних та обслуговуючих процесів, у результаті яких вихідні матеріали перетворюються на готову продукцію.

Виробничі процеси на підприємстві здійснюються у відповідних підрозділах, склад яких характеризує виробничу структуру підприємства.

*Виробнича структура підприємства* характеризує кількісне співвідношення і розміри внутрішніх структурних підрозділів підприємства, а також механізм їхнього взаємозв'язку.

Залежно від характеру спеціалізації виробництва розрізняють *виробничі структури*:

*предметна виробнича структура* - визначає послідовність використання засобів праці у технологічному процесі, застосування високопродуктивного обладнання, інструментів, штампів тощо.

*технологічна виробнича структура* - в кожному підрозділі здійснюються однорідні технологічні процеси з виробництва різного кінцевого продукту. Характеризується спрощеним управлінням, дає змогу маневрувати розміщенням людей, полегшує перехід з однієї номенклатури виробів на іншу.

*предметно-технологічна виробнича структура* характеризує наявність на одному й тому самому підприємстві основних цехів, які організовані за предметним та технологічним принципом.

*Інфраструктура підприємства* - це комплекс цехів, господарств і служб підприємства, які забезпечують необхідні умови для функціонування підприємства в цілому.

Розрізняють виробничу та соціальну інфраструктури.

- *до виробничої інфраструктури підприємства* відносять підрозділи, які не беруть безпосередньої участі у створенні профільної продукції, але своєю діяльністю створюють умови, необхідні для роботи основних виробничих цехів.

- *соціальна інфраструктура* забезпечує задоволення соціально-побутових і культурних потреб працівників підприємства.

- Для задоволення соціальних потреб працівників кожне підприємство має скласти план соціального розвитку

- *План соціального розвитку* - це обґрунтована, фінансова та матеріально забезпечена система заходів, спрямованих на вдосконалення соціальної структури кадрів, поліпшення умов праці й побуту всіх категорій працівників, їхнього соціально-культурного обслуговування, підвищення трудової активності.

Формування, відтворення й розвиток виробничих та інфраструктурних об'єктів здійснюються в процесі капітального будівництва.

*Капітальне будівництво* - це процес створення нових, реконструкції, розширення й технічного переоснащення діючих виробничих та інфраструктурних об'єктів підприємств або інших первинних суб'єктів господарювання.

*До сфери капітального будівництва відносять:*

1) спорудження будівель та об'єктів виробничого та невиробничого

(соціального) призначення;

2) монтаж виробничого й невиробничого устаткування та інших засобів праці й соціальної діяльності;

3) проектно-пошукові та інші підготовчі роботи, зв'язані зі спорудженням нових і реконструкцією функціонуючих об'єктів виробничого й соціального призначення;

4) капітальний і відновлюваний ремонт будівель і споруд виробничого та соціального призначення.

*Організаційна структура управління* - це форма системи управління, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів.

Згідно з цим визначенням основними елементами організаційної структури управління є:

- склад і структура функцій управління;
- кількість працівників для реалізації кожної управлінської функції;
- професійно-кваліфікаційний склад працівників апарату управління;
- склад самостійних структурних підрозділів;
- кількість рівнів управління та розподіл працівників між ними;
- інформаційні зв'язки.

У практиці господарювання можуть застосовуватися кілька типів організаційних структур. Вибір типу організаційної структури залежить від масштабів діяльності, виробничо-технологічних особливостей, стратегічних і поточних завдань діяльності підприємства (фірми).

Розрізняють наступні типи організаційних зв'язків:

- Лінійна організаційна структура управління
- Функціональна структура управління
- Лінійно-функціональна організаційна структура управління
- Дивізіональна (продуктова) організаційна структура управління
- Матричної організаційна структура управління

При створенні раціональної структури управління фірмою необхідно чітко встановити чисельність зайнятих в сфері управління підприємством. Чисельність працівників функціональних підрозділів підприємства визначається на основі відповідних нормативів.

В залежності від виконуваних функцій такими підрозділами можуть бути відповідні відділи, бюро, групи. Нормативи встановлюються науково-дослідними інститутами праці і відображаються в основних методичних рекомендаціях. На підприємствах найчастіше чисельність управлінського персоналу встановлюється у відсотках до чисельності робітників і фіксується у штатному розписі підприємства.

**Задача 1.** В механічному цеху машинобудівного заводу на основних процесах зайнято **A.....** робітників. Розрахуйте чисельність функціональних структурних підрозділів цеху (технологів, нормувальників, диспетчерів), у відповідності з нормами обслуговування і формування відділів і бюро для різних типів виробництва. (таблиця 1 і 2):

Таблиця 1.

Норми обслуговування за типами виробництва в цеху

Тип виробництва	Кількість основних робітників, чол.		
	на технолога	на нормувальника	на диспетчера
Одиничне і дрібносерійне	45	65	85
Серійне	52	90	96
Крупносерійне	60	115	110
Масове	67	135	служба централізована

Таблиця 2

Норми формування відділів, бюро та груп відповідних служб

Норми формування	Для служб		
	технічних	економічних	Диспетчерська (загального призначення)
Відділ, чол.	Більше 12	більше 8	більше 5
Бюро, чол.	5-12	4-8	3-5
Група, чол.	до 5	до 4	2

Розрахунок проведіть за допомогою таблиці. Зробіть відповідні висновки.

Таблиця 3

Розрахунок чисельності працівників функціональних структурних підрозділів та їх кількості

Тип виробництва	Чисельність працівників функціональних структурних підрозділів та їх кількість		
	Технологів (технічна служба)	Нормувальників (економічний служба)	Диспетчерів (диспетчерська служба)
Одиничне і дрібносерійне виробництво			
- відділів			
- бюро			
- груп			
Серійне			
- відділів			
- бюро			
- груп			
Крупносерійне			
- відділів			
- бюро			
- груп			
Масове			
- відділів			
- бюро			
- груп			

Висновок: \_\_\_\_\_

**Задача 2.** Промислово-виробничий персонал підприємства складає 380 чол., із них робітників 320. Виробнича структура підприємства містить 10 виробничих дільниць, об'єднаних у 2 цехів. Кожну виробничу дільницю очолюють один старший майстер і два змінні майстра. Згідно з типовими умовами виробництва на одного змінного майстра повинно припадати 20 робітників. Середня місячна зарплата начальника цеху 1600 грн., одного майстра 1550 грн., змінного майстра – 1500 грн. Обґрунтувати ефективність переведення підприємства на безцехову (дільничну) структуру управління.

Цехова структура		Безцехова (дільнична) структура	
Кількість дільниць		Кількість дільниць	
Чисельність: нач. цехів		Чисельність: нач. цехів	
ст. майстрів		ст. майстрів	
змінних майстрів		змінних майстрів	
Заробітна плата: нач.цехів		Заробітна плата: нач.цехів	
ст. майстрів		ст. майстрів	
змінних майстрів		змінних майстрів	
Всього:		Всього:	

Висновок: \_\_\_\_\_

**Задача 3.** На підприємстві є 32 структурних підрозділи, а у відповідності з типовою структурою і нормативними умовами їх формування (по чисельності працюючих) їх повинно бути не більше 24. Фактична чисельність працівників апарату управління складає **Б.....** при нормативній чисельності 170. Обчислити коефіцієнт економічності апарату управління підприємством.

Методика виконання

*Економічність апарату управління* визначають за формулою відповідного коефіцієнта  $K_{cy}$ :

$$K_{cy} = K_c \times K_{cy}, \quad (8.1)$$

де  $K_c$  – коефіцієнт відповідності існуючої структури на підприємстві типовій структурі;

$K_{cy}$  – коефіцієнт відповідності фактичної чисельності працівників апарату управління їх нормативній чисельності.

Висновок:

**Задача 4.** Проаналізувати економічність управління в різних цехах підприємства. Вихідні дані в таблиці 4.

Методика виконання:

*Показниками* економічності апарату управління є:

- питома вага чисельності управлінського персоналу в загальній чисельності працюючих;
- кількість робітників, що припадають на одного працівника управління;
- питома вага фонду заробітної плати управлінського персоналу в загальному фонді заробітної плати всіх працюючих.

Таблиця 4

Середньорічна чисельність працюючих та річний фонд заробітної плати

Цехи	Середньорічна чисельність працюючих, чол.		Річний фонд заробітної плати, тис. грн.	
	всього	в тому числі управлінський персонал	всього	в тому числі управлінського персоналу
<i>Цех №1</i>	220	<b>В.....</b>	286,0	51,5
<i>Цех №2</i>	640	42	768,0	76,8
<i>Цех №3</i>	70	14	198,0	20

Висновок: \_\_\_\_\_

***Питання для перевірки:***

1. Поняття та зміст виробничої структури управління.
2. Основні елементи виробничої соціальної інфраструктури.
3. Відтворення та розвиток виробничих та інфраструктурних об'єктів на підприємстві.
4. Сутність організаційної структури управління.
5. Типи структури управління підприємством.
6. Переваги та недоліки організаційних структур управління.

***Завдання для самостійної роботи студентів.***

Використовуючи теоретичні матеріали, рекомендовану літературу підготувати відповіді на тестові та контрольні запитання, а також реферати на теми:

1. Роль організаційної структури управління суб'єктів господарювання в підвищенні ефективності їх функціонування.
2. Перспективні типи організаційних структур управління в ринкових умовах.
3. Критерії вибору типу організаційних структур управління для підприємств різних форм власності.
4. Корпоративне управління – як перспективний метод управління акціонерних товариств.
5. Розповсюджені типи типів організаційних структур іноземних країн.

***ЗАНЯТТЯ 9.***

(2 год.)

**Тема:** Ринок і продукція.

**Мета:** Вивчити поняття та сутність ринку, визначення та оцінку попиту та прогнозування, особливості формування цінової політики підприємства.

В результаті розгляду теоретико - практичних питань студент повинен *вміти:*

- розкрити поняття ринку, визначати його структуру;
- володіти і орієнтуватися в поняттях конкуренція, попит і пропозиція;
- оцінювати потенціал і місткість ринку;
- розкрити сутність маркетингової діяльності та значимість управління маркетингом.

***План заняття:***

1. Ринок: сутність, функції, форми і структура ринку.
2. Принципи та поведінки суб'єктів господарювання на ринку.
3. Оцінка потенціалу ринку.
4. Визначення місткості ринку.

5. Маркетингова діяльність підприємства.
6. Управління маркетингом.
7. Сильні та слабкі сторони моделей служби маркетингу.
8. Завдання 1: Визначте ефективність маркетингових заходів та структуру динаміки споживачів.
9. Завдання 2: Розрахуйте показники ефективності рекламної діяльності.
10. Завдання 3: Визначте відсоткову зміну попиту та відсоткову зміну ціни. Розрахуйте еластичність попиту за ціною.

### ***Терміни та поняття.***

Ринок, функції ринку, структура ринку, потенціал ринку, оцінка потенціалу, місткість ринку, види місткості ринку, методика визначення місткості ринку, маркетингова діяльність, управління маркетингом, служба маркетингу.

### ***Основні положення:***

Ринок - це сукупність відносин між продавцями і покупцями, які обмінюються продукцією спеціалізованої діяльності.

Ринок можна розглядати у широкому і вузькому розумінні.

Ринок виконує низку *соціально-економічних функцій*:

- він є ланкою, яка поєднує виробництво і споживання через інструменти ринку - ціни, динаміка і співвідношення попиту та пропозиції, відсоткові ставки, валютний курс, курс цінних паперів тощо;
- виявляє суспільну корисність товарів, дозволяє реально оцінити їхню вартість;
- ринкова конкуренція дозволяє точно визначити лідерів і аутсайдерів серед господарюючих суб'єктів, забезпечує споживачеві можливість вибору, примушує підприємства використовувати науково-технічні новації, поліпшувати якість товарів та послуг.

Найбільше охоплення суб'єктів ринку, групування їх з урахуванням особливостей поведінки досягається виділенням *п'яти основних типів ринків*:

- *ринку споживачів* — окремих осіб і домашніх господарств, які купують товари чи отримують послуги для особистого споживання;
- *ринку виробників* — сукупності осіб і підприємств, що закупають товари для використання їх у виробництві інших товарів та послуг;
- *ринку проміжних продавців* (посередник) — сукупності осіб та організацій, які стають власниками товарів для перепродажу або здавання їх в оренду іншим споживачам із зиском для себе;
- *ринку громадських установ*, які купують товари та послуги для забезпечення сфери комунального господарства або для забезпечення діяльності різних некомерційних організацій;
- *міжнародного ринку* — зарубіжних покупців, споживачів, виробників, проміжних продавців.

*Потенціал ринку* - це прогнозна сукупність виробничих і споживчих сил, які обумовлюють попит і пропозицію.



*Мікропотенціал фірми (виробничий і торгово-збутовий)* - це її виробничі і торгові можливості, гранично-можливий обсяг виробництва, збуту і товарообігу.

*Загальний потенціал ринку* - це максимальний обсяг продажу, якого можуть досягнути всі підприємства галузі протягом визначеного часу, за певного рівня маркетингових зусиль та певних умов зовнішнього середовища.

*Місткість ринку* - це обсяг реалізованих товарів (в грошовому виразі) протягом визначеного терміну, визначається кількістю споживачів, середньою купівельною спроможністю та схильністю до купівлі.

Місткість ринку визначається як у натуральному, так і у грошовому виразах, тому інколи ці два підходи є обернено-пропорційними у визначенні попиту (покупці інколи нехтують дешевими товарами, і купують дорогі).

Крім показника місткості на практиці набув поширення і показник *частки ринку*.

*Частка ринку* - це відношення обсягів продажу конкретного товару (в натуральному або грошовому виразах) до потенційної місткості ринку даного товару.

*Маркетинг* - систематизоване і планомірне направлення всіх функцій підприємства на задоволення потреб споживачів і на можливості використання потенційних ринків. Об'єктом маркетингу є система «товаровиробник-споживач» за переважного впливу останнього.

*Маркетингова діяльність* - це системне збирання і об'єктивний запис, класифікація, аналіз і узагальнення даних щодо поведінки, потреб, відносин, мотивацій і т.д. окремих осіб і підприємств в контексті їхньої діяльності.

Головними об'єктами маркетингових досліджень є:

- потенціал та місткість ринку; споживачі; конкуренти; товар.

*Управління маркетингом* - це організований процес реалізації опрацьованих планів і інших маркетингових концепцій в реальних умовах діяльності підприємства.

Управління маркетингом є процесом прийняття рішень стосовно діяльності фірми на ринку. Він включає: *планування, організацію, реалізація контроль*.

Для визначення ступеня чутливості попиту на товари до змін ціни використовують таке поняття як *еластичність попиту до ціни*. Вона визначається співвідношенням зміни величини попиту (в %) до величини змін ціни (в %).

*Еластичним називають попит* – попит, при якому відсоткове зниження ціни викликає таке ж відсоткове підвищення обсягів продажу товарів.

- стані *одиночної еластичності* - якщо ж відсоткове зниження ціни співпадає з відсотковим ростом обсягів продажу товарів;
- стан *нееластичного попиту* - якщо ж зниження ціни викликає незначний ріст обсягів продажу, або зниження обсягів продажу.

**Задача 1.** А) Визначити відсоткову зміну величини попиту, якщо попит знизився на 25% при початковому попиті 800 шт.







**Питання для перевірки:**

1. Ринок його сутність та функції.
2. Структура та класифікація ринку.
3. Принципи поведінки суб'єктів господарювання на ринку.
4. Поняття та складові елементи потенціалу ринку.
5. Місткість ринку та методика її визначення.
6. Сутність маркетингової діяльності підприємства.
7. Головні об'єкти маркетингових досліджень.
8. Управління маркетингом.
9. Сильні та слабкі риси організації служби маркетингу.

**Завдання для самостійної роботи студентів.**

Використовуючи теоретичні матеріали, рекомендовану літературу підготувати відповіді на тестові та контрольні запитання, а також реферати на теми:

1. Сучасний ринок продукції та конкуренція.
2. Визначення фінансових можливостей фірми
3. Оцінка привабливості та вибір цільових сегментів ринку.
4. Засади раціонального формування ефективності ринкового середовища.
5. Маркетингова цінова політика.
6. Маркетингова товарна політика.
7. Оцінка ризику при впровадженні нового товару.

**ЗАНЯТТЯ 10 - 11.**

(4 год.)

**Тема:** Товарна і цінова політика.

**Мета:** Засвоїти сутність та складові товарної політики підприємства. Ознайомитись з функціями та принципами ціноутворення. Вивчити методику встановлення та регулювання цін.

В результаті розгляду теоретико-практичних питань студент повинен *вміти:*

- розкрити поняття товарної політики, визначати її складові;
- орієнтуватися в поняттях ціна продукції, характеризувати принципи ціноутворення;
- засвоїти методику встановлення цін на підприємстві;
- розкрити сутність зовнішньоторгівельних контрактів.

**План семінару:**

1. Визначити сутність та складові товарної політики підприємств.
2. Поняття та характеристика цін, їх функції.
3. Принципи ціноутворення.
4. Класифікація та види цін.
5. Сутність та особливості цінової політики підприємств.
6. Методи встановлення цін.
7. Витратні методи визначення ціни.

8. Параметричні методи ціноутворення.
9. Регулювання та пристосування цін.
10. Особливості ціноутворення на продукцію сільського господарства в аграрних підприємствах.
11. Завдання 1: Розрахувати ціну реалізації за допомогою методу «середні витрати + прибуток».
12. Завдання 2: Розрахувати роздрібну ціну одиниці продукції.
13. Завдання 3: визначити відпускну ціну з акцизним збором без податку на додану вартість, суму акцизу, вільну відпускну ціну, вільну роздрібну ціну, виручку від реалізації цукру за відпускною ціною і прибуток підприємства, а також виручку від реалізації цукру населенню і прибуток магазину.
14. Завдання 4: Визначити річний розмір ПДВ, який підприємство повинно сплатити до бюджету.
15. Завдання 5: Визначити ціну продукту за параметричним методом.
16. Завдання 6: Визначити за допомогою методу бальної оцінки ціну 1 кг яблук.
17. Завдання 7: Розрахувати оптову ціну пропозиції, ціну підтримки та рівень запасу безпеки.

**Терміни і поняття:**

Товарна політика підприємства, ціна продукції, функції цін, цінова політика, види цін, ціноутворення, методи ціноутворення.

**Основні положення:**

*Маркетингова товарна політика* - це комплекс заходів зі створення й управління продукцією підприємства для задоволення потреб споживачів та досягнення підприємством власних цілей. Сутність маркетингової товарної політики полягає у визначенні, формуванні та підтримуванні оптимальної номенклатури товарів з урахуванням поточних і довготривалих цілей підприємства.

*Ціна* - являє собою економічну категорію, що означає суму грошей, за яку продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар.

*Фактори, що впливають на рівень ціни:* попит, витрати (собівартість), якість, монополізм, кон'юнктура ринку, інфляція, зміна галузевої структури, політична ситуація, новітні технології, прорахунки господарювання, мода, погода та ін.

Розрізняють наступні *функції ціни:*

- Обліково – інформаційна; - Стимулююча; - Розподільча; - Збалансованість попиту та пропозиції; - Рационального розміщення виробництва.

Існує наступна класифікація цін:

1. За наявністю посередників у товарорусі продукції;
2. За методом встановлення розрізняють ціни наступних видів:
3. В залежності від місця реалізації
4. В залежності від ціноутворення розрізняють:
6. За рівнем монопольності ціни класифікують на:

*Цінова політика* - це сукупність економічних і організаційних заходів, спрямованих за допомогою цін на досягнення кращих результатів господарської діяльності, забезпечення стійкості збуту, одержання прибутку.

Стратегія ціноутворення в умовах ринку може ґрунтуватися на трьох основних підходах:

витратні методи, попит споживачів, конкуренція.

*I. Витратні методи визначення ціни* - розрахунок ціни, виходячи із суми власних витрат підприємства.

*Існують наступні витратні методи ціноутворення*

- витрати плюс прибуток;
- мінімальні витрати;
- надбавка до ціни;
- цільове ціноутворення;
- з урахуванням "точки беззбитковості";

*II. Визначення ціни на основі попиту споживачів*

Основна особливість цієї групи методів полягає у протилежному порядку визначення ціни щодо витратних методів.

До основних методів визначення ціни на основі попиту споживачів відносяться такі методи:

- *мінімальні витрат*;
- *максимальний розмір прибутку*;
- *орієнтація на ринкові ціни*.
- *змагання(аукціон)*;

*III. Визначення ціни на основі конкуренції*

*на основі рівня поточних цін*

*за рівнем конкурентоспроможності товару*

*на підставі торгів (або тендерного ціноутворення).*

Одним із важливих елементів зовнішньоекономічної діяльності підприємств є обґрунтування та встановлення рівня цін зовнішньоторгових контрактів.

Розрахунок ціни зовнішньоторгового контракту починається з аналізу світової ціни на аналогічний товар.

*Світова ціна* - грошовий вираз інтернаціональної вартості, який реалізується на світовому ринку. в практичних умовах світова ціна виступає як ціна основних продавців і покупців основних центрів міжнародної торгівлі, її визначають у процесі здійснення великих і регулярних угод з товаром. Ціни випадкових, епізодичних угод не належать до світових.





**Задача 2:** За допомогою схеми формування ціни (рис. 1) розрахуйте роздрібну ціну продукції. Повна собівартість виробництва продукції складає **Б.....** грн. Рівень рентабельності цього виробу – 18%. Торгівельна надбавка – 8% відпускної ціни, податок на додану вартість – 20%.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Висновок:

---

---

---

**Задача 3:** Собівартість 1 кг цукру – 5,5 грн., прибуток – **В....** грн., ставка акцизу – 30%, ставка податку на додану вартість – 20%, торговельна надбавка – 50%. Підприємство реалізувало магазину 800 т. цукру, а магазин реалізував населенню – 700 т.

За допомогою рис. 1 визначити відпускну ціну 1 кг цукру з акцизним збором без податку на додану вартість, суму акцизу, вільну відпускну ціну, вільну роздрібну ціну, виручку від реалізації цукру за відпускною ціною і прибуток підприємства, а також виручку від реалізації цукру населенню і прибуток магазину.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Висновок:

---

---

**Задача 4:** Вартість купованих матеріальних ресурсів для виробництва продукції складає 600 грн. Витрати на виробництво і збут одиниці власної продукції підприємства складаються з статей (грн.):

Матеріальні витрати (без урахування ПДВ)	500
Витрати на оплату праці	264
Відрахування на соціальні потреби	99
Амортизація основних фондів	50
Інші витрати	Г...

Рівень рентабельності дорівнює 25%, ПДВ – 20%. Річний обсяг продукції – 20 тис. од.

Визначити річний ПДВ, який сплачується державі.

Висновок: \_\_\_\_\_

**Задача 5:** Для певної групи товарів розроблено шкали бальних оцінок основних параметрів. Ціна базового товару складає 20 балів. Оцінюється новий товар даної групи, експертна оцінка даного товару 30 балів. Визначити за параметричним методом ціну нового товару, якщо ціна базового товару складає Д.... тис. грн.

Висновок: \_\_\_\_\_

**Задача 6:** Визначити за допомогою параметричного методу бальної оцінки ціну реалізації 1 кг яблука, якщо ціна реалізації на ринку дорівнює **Е.....** грн.

Таблиця 1

Продукція	Параметри					
	корисність		Зовнішній вигляд		Якість	
	бали	коефіцієнт вагомості	бали	коефіцієнт вагомості	бали	коефіцієнт вагомості
Конкурента	45	0,3	65	0,35	75	0,35
Запропонована	45	0,3	70	0,35	80	0,35

Методика виконання:

Суть параметричного методу визначення ціни полягає в присвоюванні кожному параметру визначеного числа балів, сумування яких дає загальну оцінку даної продукції. Ціну, за якою буде реалізовувати товаровиробник можна розрахувати за формулою:

$$C = \frac{C_k}{\sum (B_{k_i} \cdot K_{v_i})} \cdot \sum (B_{n_i} \cdot K_{v_i}), \quad (10.2)$$

де  $C_k$  – ціна, що вже склалася на ринку (ціна конкурентів);

$B_{k_i}, B_{n_i}$  - бальна оцінка  $i$  – го параметру конкурентного та товару, що пропонується;

$K_{v_i}$  – вагомість відповідного параметру .

Висновок: \_\_\_\_\_

**Задача 7:** Визначити оптову ціну пропозиції, ціну підтримки та рівень запасу безпеки.

Таблиця 2

Показники	Яблука, при урожайності 95 ц/га	Зерно, при урожайності, 15,6ц/га
Собівартість 1 ц продукції, грн.	41,2	58,1
Витрати на реалізацію (10% собівартості), грн.		
Повна собівартість 1 ц продукції, грн.		
Мінімальна ціна реалізації, грн.		
Ціна підтримки (5% прибутку), грн.		
Оптова ціна при рентабельності Ж.....%, грн.		
Рівень запасу безпеки, %		
Прибуток при відповідному рівні безпеки, грн./га		
Мінімальний рівень урожайності для беззбиткового виробництва, ц /га		

Методика виконання:

Метод «беззбитковості» дозволяє порівняти розміри одержаного прибутку при різних рівнях запланованих цін та дає можливість реалізувати продукцію за такою ціною, яка забезпечує досягнення мети ціноутворення.

Рівень запасу безпеки, або можливий відсоток зниження орієнтовано запланованої ціни до рівня нульової прибутковості розраховують за формулою:

$$Зб = \frac{Ц_i - Ц_{мін}}{Ц_i} \cdot 100, \quad (10.3)$$

де  $Зб$  – запас безпеки,

$Ц_i, Ц_{мін}$  – рівні запланованої та мінімальної цін.

Запас безпеки за рівнем орієнтовано запланованої ціни характеризує зміни маси прибутку в залежності від зміни рівня ціни. ця величина визначається за формулою:

$$Пзб = \frac{Зб \cdot Ц_i \cdot O}{100}, \quad (10.4)$$

де  $Пзб$  – прибуток, при відповідному рівні безпеки;

$O$  - обсяг виробництва продукції, ц

Мінімально-беззбитковий рівень урожайності визначається за формулою:

$$Ур_{мін.} = \frac{С_{нов} \cdot O}{Ц_i}, \quad (10.5)$$

де *U<sub>min</sub>* – мінімальний рівень урожайності, що забезпечує беззбиткове виробництво;

*C<sub>пов</sub>* – повна собівартість 1 ц продукції, грн.

Висновок: \_\_\_\_\_

***Питання для перевірки:***

1. Сутність маркетингової товарної політики.
2. Основні складові маркетингової товарної політики.
3. Загальна характеристика цін.
4. Функції цін та фактори, що впливають на їх рівень.
5. Основні принципи ціноутворення.
6. Класифікація та види цін.
7. Сутність цінової політики.
8. Принципи цінової політики.
9. Заборонені законодавством цінові стратегії.
10. Типи цінової політики.
11. Загальна характеристика методів ціноутворення.
12. Витратні методи ціноутворення.
13. Методи визначення ціни на основі попиту споживачів.
14. Визначення ціни на основі конкуренції.
15. Ціни зовнішньоторгівельних контрактів.

***Завдання для самостійної роботи студентів.***

Використовуючи теоретичні матеріали, рекомендовану літературу підготувати відповіді на тестові та контрольні запитання, а також реферати на теми:

1. Сучасний стан ціноутворення на продукцію підприємств України.
2. Найпоширеніші методи ціноутворення продукції аграрного виробництва.
3. Динаміка рівня цін на продукцію різних галузей економіки України.
4. Динаміка рівня цін на продукцію аграрних підприємств різних форм власності в Україні.
5. Динаміка і шляхи удосконалення ціноутворення продукції підприємств України.
6. Державна політика в сфері ціноутворення продукції підприємств різних галузей економіки України.
7. Державна політика в сфері ціноутворення продукції аграрних підприємств в Україні.
8. Особливості ведення зовнішньої торгівлі на Україні.

**ЗАНЯТТЯ 12.**

(2 год.)

**Тема:** Прогнозування та планування діяльності підприємства.**Мета:** Засвоїти сутність та роль прогнозування та планування на підприємстві. Визначити основні етапи стратегічного, тактичного та оперативного планування.В результаті розгляду теоретико - практичних питань студент повинен *вміти:*

- розкрити сутність поняття прогнозування та планування на підприємстві;
- орієнтуватися в етапах планування;
- засвоїти методику проведення стратегічного, тактичного та оперативного планування.

**План семінару:**

1. Поняття «прогноз», сутність прогнозування попиту, ринкової кон'юнктури.
2. Основні методологічні підходи до прогнозування. Основна мета та завдання прогнозу.
3. Види прогнозу: прогноз збуту та прогноз технічного розвитку.
4. Методи прогнозування.
5. Поняття планування на підприємстві. План економічного розвитку.
6. Довгострокове, середньострокове та короткострокове планування.
7. Основні етапи стратегічного планування.
8. Тактичне планування діяльності підприємства.
9. Оперативне планування діяльності підприємства.

**Терміни та поняття:**

Прогнозування, стратегія, портфель замовлень, планування, ціль, види планів, виробництво, програма підприємства.

**Основні положення:***Прогноз* (з грец. передбачення) – є науково обґрунтована гіпотеза щодо ймовірного майбутнього стану підприємства, діяльності його підрозділів та ділянок, а також економічних показників його розвитку*Прогнозування попиту* - передбачення майбутнього попиту на товари і послуги з метою кращого обґрунтування відповідних виробничих планів. Воно поділяється на: короткострокове (кон'юнктурне), середньострокове і довгострокове.*Прогнозування ринкової кон'юнктури* - передбачення економічної ситуації, яка може скластися на ринку в майбутньому. Вона характеризується рухом цін, відсоткових ставок, валютного курсу, заробітної плати, дивідендів, а також динамікою виробництва та споживання.Основною *ціллю прогнозування* на підприємстві – є найточніше передбачення далекої й близької перспективи свого розвитку, для запобігання економічних ризиків і вибору правильного курсу розвитку.Найважливішими *видами прогнозів* в умовах ринку є прогноз збуту і прогноз технічного розвитку підприємства.

*Методи прогнозу* класифікуються за різними критеріями:

1. *Кількісні методи*: екстраполяція тренда, прогнозування на базі індикаторів, регресивний аналіз.

2. *Якісні методи* : метод Дельфі ,сценарій .

*Планування* - це складова частина управління, яка полягає в розробці і практичному втіленні планів, визначає майбутній стан діяльності підприємства, засоби та способи його досягнення.

*Довгострокові плани* включають загальні питання диверсифікації, політики власності, роль і характер закордонної діяльності і т. п.

Основне завдання *середньострокового планування* - вибір засобів для виконання поставлених цілей, які визначаються довгостроковим планом. Рішення, які приймаються в процесі розробки середньострокових планів, орієнтовані на близьке майбутнє (5 років).

У середньострокових планах відображаються такі види діяльності фірми: загальна кадрова політика, загальна виробнича стратегія, нова продукція, загальна фінансова політика, загальна політика збуту і т. п.

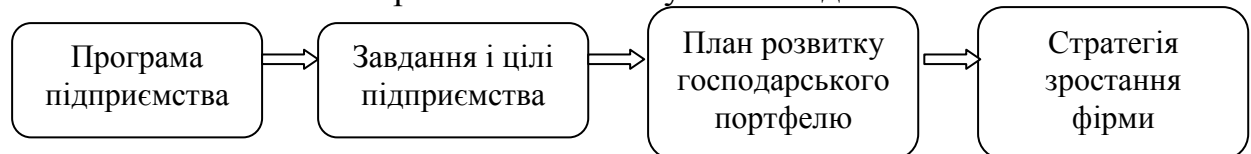
*Короткострокове планування* - це планування використання фізичних ресурсів, яке призначене вирішувати конкретні внутрішні проблеми. Короткострокові плани повинні відповідати довгостроковому плану. Короткострокові плани розробляються на один - два роки з деталізацією їх показників по кварталах та місяцях.

Функціональні (тактичні) плани характеризують окремі види діяльності підприємства в умовах ринку. Основні різновиди функціональних (тактичні планів):

- план виробництва продукції (виробнича програма);
- план розвитку науки та техніки;
- план підвищення економічної ефективності виробництва;
- план капітальних вкладень і капітального будівництва;
- план матеріально-технічного забезпечення;
- план праці і кадрів;
- план з витрат виробництва і реалізації продукції;
- фінансовий план;
- план соціального розвитку колективу підприємств і об'єднань;
- план заходів з охорони природи і раціонального використання природних ресурсів.

*Стратегічне планування* - це управлінський процес створення і підтримки стратегічної відповідності між цілями фірми, її потенційними можливостями і шансами в сфері маркетингу.

Основні етапи стратегічного планування подано схематично



*Тактичне планування* - короткочасна економічна поведінка, яка розрахована на відносно короткочасний період, виходячи з поточної ситуації. До тактичного планування будь-якого підприємства відноситься розробка середніх і короткострокових планів.

*Оперативне планування діяльності підприємства* - це поточне, виробничо-фінансове і виконавче планування на короткий період часу, орієнтоване на доповнення, деталізацію, внесення коректив до накреслених раніше планів і графіків робіт.

#### ***Питання для перевірки:***

1. Сутність планування на підприємстві.
2. Прогнозування : ціль та принципи.
3. Методи прогнозування.
4. Внутрішньосистемне планування.
5. Довгострокове планування.
6. Середньострокове планування.
7. Короткострокове планування.
8. Різновиди тактичних планів.
9. Сутність стратегічного планування.
10. Різновиди стратегії.
11. Тактичне планування.
12. Напрями роботи оперативного планування.

#### ***Завдання для самостійної роботи студентів.***

Використовуючи теоретичні матеріали, рекомендовану літературу підготувати відповіді на тестові та контрольні запитання, а також реферати на теми:

1. Розробка прогнозу і формування портфеля замовлень в умовах ринку.
2. Значення внутрішньофірмового планування.
3. Роль стратегічного планування в ринковій економіці України.
4. Економічна стратегія підприємства.
5. Проблеми вдосконалення внутрішньо фірмового планування в умовах ринкової системи господарювання.
6. Роль планування на сільськогосподарських підприємствах.
7. Етапи планування на підприємствах різних форм власності аграрного сектору України.

### ***ЗАНЯТТЯ 13.***

(2 год.)

**Тема:** Виробнича програма підприємства.

**Мета:** Опанувати сутність та основні поняття виробничої програми. Засвоїти основні показники виробничої програми.

В результаті розгляду теоретико - практичних питань студент повинен *вміти:*

- розкривати поняття виробничої програми, виробничої потужності;
- оволодіти методикою визначення показників виробничої програми;
- володіти і орієнтуватися в методиці визначення виробничої потужності;



- оцінювати показники виробничої програми в аграрних підприємствах.

***План семінару:***

1. Сутність та основні поняття виробничої програми.
2. Складові елементи виробничої програми.
3. Визначення натуральних показників виробничої програми. Їх сутність.
4. Визначення вартісних показників виробничої програми, їх різновиди.
5. Основні етапи планування виробничої програми.
6. Поняття виробнича потужність підприємства.
7. Особливості розрахунку виробничої потужності підприємства в залежності від типу виробництва.
8. Сутність та методика визначення показників виробничої програми аграрних підприємств.
9. Завдання 1. Визначити рівень виконання виробничої програми підприємства за обсягом виробництва і асортиментом.
- 10.Завдання 2: Визначити обсяг товарної, валової та реалізованої продукції.
11. Завдання 3: Визначити вартість валової продукції сільського господарства в співставних цінах
- 12.Завдання4: Визначити склад та структуру товарної продукції аграрного підприємства.

***Терміни і поняття:***

Виробнича програма, номенклатура, асортимент, показники виробничої програми, обсяг виробництва, державний контракт и державне замовлення, планування виробничої програми, виробнича потужність.

***Основні положення.***

*Виробнича програма* - це система завдань з виробництва і доставки продукції споживачам відповідно до номенклатурі, асортименту, належної якості і в встановлені терміни згідно з договорами поставок.

Виробнича програма включає в себе:

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

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

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

*Номенклатура* - це перелік назв окремих видів продукції.

*Асортимент* - це різновидність виробів у межах даної номенклатури.

На основі виробничої програми в натуральному виразі визначають *вартісні показники*.

1. *товарна продукція,*
2. *валова продукція,*
3. *незавершене виробництво у вартісному виразі,*
4. *обсяг реалізованої продукції,*

5. обсяг чистої продукції підприємства .

Валова продукція сільського господарства становить суму вартості всіх вироблених продуктів за певний період, переважно за рік. Показник валової продукції сільського господарства встановлюється в поточних і порівнянних цінах:

Товарна продукція сільськогосподарського підприємства це частина валової продукції яка продана за каналам реалізації.

Виробнича потужність - це максимально можливий випуск продукції на підприємстві за умови виконання завдань з номенклатури, асортименту, якості і максимального завантаження устаткування і виробничої площі, використання сучасних технологічних процесів і форм організації виробництва і праці на основі прогресивних норм використання матеріальних і трудових ресурсів.

**Задача 1:** Визначити рівень виконання виробничої програми підприємства за обсягом виробництва і асортиментом.

Таблиця 1

Продукція	Випуск, ум. банок		Рівень виконання плану, %
	За планом	фактично	
Виріб А	450	435	
Б	380	390	
В	120	-	
Г	400	375	
Д	450	450	
Ж	А.....	-	
ВСЬОГО			

Методика виконання:

Рівень виконання виробничої програми за обсягом визначається за формулою:

$$ВПоб = \frac{\sum_{i=1}^m O\phi i}{\sum_{i=1}^m Oni}; \tag{13.1}$$

Рівень виконання виробничої програми за асортиментом визначається за формулою:

$$ВПоб = \frac{\sum_{i=1}^m /O\phi i / n_i}{\sum_{i=1}^m Oni}; \tag{13.2}$$

де  $O\phi i$ ,  $Oni$  – фактичний і плановий обсяги випуску продукції  $i$  – го виду;  
 $/O\phi i/n_i$  – фактичний випуск продукції  $i$  – го виду продукції у планових межах.

Висновок: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Задача 2:** Визначити обсяг товарної, валової і реалізованої продукції підприємства за даними таблиці:

Таблиця 2

Продукція	Обсяг випуску, шт./тис. грн.	Ціна одиниці, грн.	Залишки незавершеного виробництва, тис. грн.		Залишки готової продукції на складі, тис. грн.	
			на початок року	на кінець року	на початок року	на кінець року
Вироби, шт.						
А	100	540	105	120	30	45
Б	<b>Б.....</b>	2700	110	95	85	93
В	500	3000	208	227	162	154
Товари культурно – побутового вжитку	350	-	20	30	10	15
Інша продукція	205	-				
Вартість виконаних робіт на сторону	870	-				
Напівфабрикати випущені на сторону	455	-				
Продукція допоміжних господарств	135					

Методика виконання:

*Валова продукція* - вся продукція у вартісному виразі, незалежно від ступеня її готовності:

$$ВП = ТП - (НЗВп - НЗВк), \quad (13.1)$$

де *ВП* - валова продукція;  
*ТП* – товарна продукція,

$NЗВ_n$  - вартість залишків незавершеного виробництва на початок планового періоду;

$NЗВ_k$  - вартість залишків незавершеного виробництва на кінець планового періоду;

*Товарна продукція* - вся виготовлена в плановому або попередньому періодах продукція, що відповідає стандартам, технічним умовам, прийнята у ВТК, упакована і підготовлена до реалізації:

$$ТП = ГП + Н + Ппх + Тнс + Ркб + Пдг + Рвс ; \quad (13.2)$$

де  $ТП$  - товарна продукція;

$ГП$  - готова продукція;

$Н$  - напівфабрикати, які поставляються на сторону;

$Ппх$  - послуги промислового характеру;

$Тнс$  - товари народного споживання;

$Ркб$  - роботи з капітального будівництва, які виконуються власниками;

$Пдг$  - продукція допоміжних господарств, призначена для реалізації «на сторону»;

$Рвс$  - середні та капітальні ремонти, що виконуються власними силами.

Одночасно обсяг товарної продукції можна визначити за формулою:

$$ТП = \sum_{i=1}^n ni \cdot Цi ; \quad (13.3)$$

де  $ni$  – обсяг випуску продукції, тис. шт.,

$Цi$  – ціна одиниці виробу, грн.

*Обсяг реалізованої продукції* - включає вартість усіх готових виробів, що були поставлені покупцям і оплачені ними, та вартість інших виконаних робіт, які входять в товарну продукцію. Визначається за формулою:

$$РП = ТП + (ГПn - ГПк) ; \quad (13.4)$$

Результати розрахунку наведіть в таблиці:

Таблиця 3

Показники	Виріб А	Виріб Б	Виріб В	Всього
Товарна продукція, тис. грн.				
Валова продукція, тис. грн.				
Реалізована продукція, тис. грн.				

Висновок: \_\_\_\_\_

**Задача 3:** За допомогою даних наведених в таблиці визначити вартість валової продукції сільськогосподарського підприємства. Проаналізувати її динаміку.

Динаміка валової продукції сільськогосподарського підприємства

Таблиця 4

	Валове виробництво, ц		Співставна ціна 2005 р.	Вартість валової продукції, тис. грн.		Звітний до базисного, %
	Базисний рік	Звітний рік		Базисний рік	Звітний рік	
Рослинництво всього:			X			
- пшениця	62240	64217	40,58			
- соняшник	4357	3247	88,0			
- помідори	<b>В.....</b>	41	125,79			
- фрукти: зерняткові	1094	1440	142,88			
Тваринництво всього:			X			
- молоко	23761	25194	104,27			
- приріст ВРХ	378	395	664,71			
- приріст свиней	133	32	1004,88			
- вовна	54	56	630,44			
- яйця, тис. шт.	91	216	305,26			
Разом по підприємству:			X			

Методика виконання:

*Валова продукція* сільського господарства становить суму вартості всіх вироблених продуктів за певний період, переважно за рік.

Валова продукція аграрних підприємств в співставних цінах визначається за формулою:

$$ВП_{сц} = \sum_{i=1}^n O_i \cdot Ц_{сi} ; \quad (13.5)$$

де  $ВП_{сц}$  – вартість валової продукції в співставних цінах, тис. грн.

$O_i$  – обсяг виробництва  $i$  – го виду продукції в натуральних вимірниках,

$C_i$  – співставна ціна  $i$  – го виду одиниці продукції.

Висновок: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Задача 4.** За допомогою даних наведених в таблиці визначити вартість та склад товарної продукції та проаналізувати її динаміку. Рівень товарності продукції аграрного підприємства наступний, %:

- пшениця	89,0	- молоко	Г.....
- соняшник	82,0	- приріст ВРХ	73,0
- помідори	95,0	- приріст свиней	86,0
- фрукти: зерняткові	96,0	- вовна	97,0
		- яйця тис. шт.	96,0

Таблиця 5

Динаміка товарної продукції аграрного підприємства

Вид товарної продукції	Базисний рік			Звітний рік			Звітний до базисного, %
	Ціна реалізації, грн./ц	Реалізовано, ц	Виручка від реалізації, тис. грн.	Ціна реалізації, грн./ц	Реалізовано, ц	Виручка від реалізації, тис. грн.	
Рослинництво всього:	X	X		X	X		
- пшениця	678,3			702,5			
- соняшник	896,5			921,3			
- помідори	74,6			75,9			
- фрукти: зерняткові	92,3			90,3			
Тваринництво всього:	X	X		X	X		
- молоко	95,3			96,2			
- приріст ВРХ	126,5			123,5			
- приріст свиней	156,3			149,8			
- вовна	226,5			220,6			
- яйця, тис. шт.	124,5			138,9			

Продукція переробки	X	X	352,1	X	X	362,4	
Роботи та послуги на сторону	X	X	123,5	X	X	132,5	
Разом по підприємству:	X	X		X	X		

**Методика виконання:**

Рівень товарності характеризує, яку частку виробленої продукції було реалізовано. Визначається рівень товарності відношенням обсягу реалізації (в натуральних, або вартісних вимірниках) до обсягу виробленої продукції (в натуральних, або вартісних вимірниках).

Вартість товарної продукції визначається за формулою:

$$ТП = ВП \cdot \frac{Pm}{100}; \quad (13.6)$$

де *ВП* – обсяг валової продукції, виробленої за певний період в поточних цінах,  
*Pm* – рівень товарності, %

---



---



---

Висновок: \_\_\_\_\_

---



---



---



---



---

**Питання для перевірки:**

1. Сутність виробничої програми.
2. Елементи формування виробничої програми.
3. Показники виробничої програми.
4. Сутність номенклатури та асортименту.
5. Методика визначення вартісних показників виробничої програми.
6. Особливості визначення валової і товарної продукції в аграрних підприємствах.
7. Поняття оптимальна виробнича програма.
8. Планування виробничої програми.
9. Виробнича потужність підприємства.
10. Рівень використання виробничої потужності підприємства.

**Завдання для самостійної роботи студентів.**

Використовуючи теоретичні матеріали, рекомендовану літературу підготувати відповіді на тестові та контрольні запитання, а також реферати на теми:

1. Сутність, завдання і місце виробничої програми в системі господарських планів підприємства.

2. Системи і методи планування виробничої програми підприємства.
3. Зміст і порядок розроблення виробничої програми підрозділів.
4. Оптимізація обсягів випуску продукції у конкурентному середовищі.
5. Значення оптимальної виробничої програми на підприємстві.
6. Зміст і особливості визначення виробничої програми в аграрних підприємствах.
7. Зв'язок між виробничою програмою і виробничою потужністю.

### **ЗАНЯТТЯ 14**

(2 год.)

**Тема:** Техніко – технологічна база і виробнича потужність підприємства.

**Мета:** Засвоїти поняття та характеристику техніко-технологічної бази виробництва. Ознайомитись з особливостями використання виробничої потужності підприємства.

В результаті розгляду теоретико - практичних питань студент повинен *вміти:*

- розкрити поняття техніко – технологічної бази;
- визначати види техніко – технологічної бази та види наукових досліджень;
- оцінювати виробничу потужність;
- розкрити ефективність лізингових послуг.

#### **План заняття:**

1. Сутність, поняття, характеристика техніко-технологічної бази виробництва.
2. Види техніко-технологічної бази виробництва.
3. Етапи технічної підготовки виробництва.
4. Види наукових досліджень.
5. Чинники формування виробничої потужності.
6. Формування і використання виробничої потужності підприємства.
7. Суть та види лізингу.
8. Ефективність лізингових послуг.

#### **Терміни та поняття.**

Техніко – технологічна база, науково – дослідна робота, стандартизація, технічна підготовка виробництва, виробнича потужність, лізинг, ефективність лізингових послуг.

#### **Основні положення:**

*Техніко-технологічна база підприємства* - кількісна та якісна сукупність складових частин матеріально-технічної бази, що забезпечує виробництво продукції (виконання робіт, надання послуг) і визначає рівень розвитку всіх елементів процесу виробництва.

*Технічна складова містить:*

- енергетичну базу;
- виробничі машини й устаткування та транспортні засоби;
- технічну базу інформаційних процесів.

*Технічний розвиток виробництва* - відображає процес формування та вдосконалення техніко-технологічної бази підприємств, зорієнтований на



кінцеві результати його виробничо-господарської, комерційної чи іншої діяльності.

*Основні показники технологічного рівня підприємства групуються за наступними ознаками:*

- *ступінь технічної оснащеності праці* - фондоозброєність та енергозброєність праці;
- *рівень прогресивності технології* - структура технологічних процесів за трудомісткістю; частка нових технологій за обсягом або трудомісткістю продукції; середній вік застосовуваних технологічних процесів; коефіцієнт використання сировини і матеріалів; енергомісткість продукції;
- *технічний рівень устаткування* - продуктивність (потужність); надійність і довговічність; питома металомісткість; середній строк експлуатації; частка прогресивних видів обладнання в загальній кількості; частка технічно та економічно застарілого обладнання в загальному парку;
- *рівень механізації та автоматизації виробництва* - ступінь охоплення робіт механізованою працею; частка обсягу продукції, що виробляється за допомогою автоматизованих засобів праці;

*Виробнича потужність підприємства* - це максимально можливий випуск продукції необхідної якості в передбаченій номенклатурі, за певний час (зміну, добу, місяць, рік) при повному завантаженні обладнання та виробничих площ у прийнятному режимі роботи з урахуванням застосування передової технології, організації виробництва і праці.

*Розрізняють наступні види потужності:*

- *Перспективна виробнича потужність* відображає очікувані зміни номенклатури продукції, технології організації виробництва, закладені в плановому періоді (в перспективі);
- *Проектна виробнича потужність* являє собою величину можливого випуску продукції умовної номенклатури за одиницю часу, задану при проектуванні чи реконструкції виробничої одиниці. Вона є фіксованою величиною і розрахована на постійну умовну номенклатуру і постійний режим роботи.;
- *Ефективна виробнича потужність* характеризується тим, що в конкурентних реальних умовах може забезпечити отримання максимального прибутку. Вона менша або дорівнює проектній. Наприклад, на підприємстві є технологічна лінія з випуску продукції, яка не користується попитом. В цій ситуації таку технологічну лінію краще не включати в роботу, тоді підприємство отримає певну економію матеріальних, трудових та фінансових ресурсів.
- *Резервна виробнича потужність* створюється у певних галузях національної економіки (газовій, транспортній, харчовій тощо) для виконання цільових завдань в екстремальних ситуаціях для покриття так званих "пікових" та сезонних навантажень.
- *Поточна (фактично досягнута, діюча) потужність* підприємства (цеху, лінії, агрегату) визначається періодично у зв'язку зі зміною умов виробництва (номенклатури і структури трудомісткості продукції) або перевищенням проектних показників.

**Питання для перевірки:**

1. Охарактеризуйте структуру процесу підготовки виробництва.
2. Сутність науково-дослідної роботи.
3. Техніко – технологічна база.
4. Етапи технічної підготовки виробництва.
5. Сутність дослідно – конструкторських робіт.
6. Конструкторська підготовка виробництва.
7. Методика визначення виробничої потужності підприємства.

**Завдання для самостійної роботи студентів.**

Використовуючи теоретичні матеріали, рекомендовану літературу підготувати відповіді на тестові та контрольні запитання, а також реферати на теми:

1. Вплив результатів науково – дослідних робіт на діяльність підприємства.
2. Стандартизація та уніфікація на Україні.
3. Поширені моделі розрахунку виробничої потужності підприємства.
4. Роль ресурсів при формування виробничої потужності на підприємстві.
5. Фактори, що впливають на виробничу потужність підприємства..

**ЗАНЯТТЯ 15.**

(2 год.)

**Тема:** Матеріально - технічне забезпечення та виробнича логістика.

**Мета:** Засвоїти поняття та основні принципи матеріально – технічного забезпечення. Вивчити визначення виробничої логістики та проаналізувати логістичні витрати підприємства.

В результаті розгляду теоретико - практичних питань студент повинен *вміти:*

- розкрити поняття матеріально – технічного забезпечення;
- орієнтуватися в поняттях логістика, логістичні витрати;
- розкрити сутність видів логістичних витрат в процесі виробництва і збуту продукції.

**План семінару**

1. Основні функції матеріально - технічного забезпечення.
2. Основні складові системи матеріально –технічного забезпечення.
3. Логістика, її предмет та значення у сфері виробництва.
4. Логістичні витрати, сутність та основні напрями їх класифікації.
5. Види логістичних витрат в процесі виробництва.
6. Види логістичних витрат в процесі збуту продукції.

**Терміни і поняття:**

Матеріально – технічне забезпечення, матеріальні ресурси, складування та транспортування, логістика, логістичні витрати, логістичні рішення.

**Основні положення:**

*Матеріально-технічне забезпечення* являє собою форму розподілу коштів виробництва на основі організаційних зв'язків та угод між постачальниками і споживачами безпосередньо або через посередника.

До служб МТЗ належать:

- матеріально-технічне постачання - має своєчасно забезпечувати і регулювати поставки сировини, напівфабрикатів, комплектуючих деталей, забезпечують виконання послуг в обсязі, номенклатурі та в терміни, що встановлені господарськими угодами;
- складування і зберігання матеріалів, палива, сировини і готової продукції, яке забезпечується складським господарством, що є виробничо-технічною базою системи постачання і збуту;
- виробничо-технічну комплектацію готової продукції забезпечують підбір матеріально-технічних ресурсів, суворо в певній кількості і номенклатурі, в задані терміни за добовим та погодинними графіками, які узгоджені з підприємством-виробником;
- інструментальне господарство і службу технологічної оснастки забезпечують підприємство інструментом, пристроями, технологічною оснасткою, формами високої якості при мінімальних витратах на їхнє виробництво.
- ремонтно-механічні цехи і служби забезпечують робочий стан парку обладнання, машин, шляхом його ремонту та модернізації. Вказані цехи і служби звичайно підпорядковані головному механіку підприємства.
- транспортне господарство - забезпечує переміщення матеріально-технічних ресурсів всередині виробничого процесу і поза його межами.

«Логістика - наука про планування, керування і контроль за рухом матеріальних ресурсів, кадрів, енергоресурсів, інформації та інших потоків у різних системах». Це визначення було сформульовано і прийнято 1-м Європейським конгресом з логістики, що проходив у Берліні 20—22 березня 1974 р.

*Концепція логістики* являє собою систему більш раціонального планування, організації та контролю у сферах виробництва і обміну продукції для більш повного задоволення споживчого попиту.

Логістика - один з нових наукових напрямів у теорії і практиці маркетингу, що характеризує раціональну організацію взаємодії постачання, виробництва, розподілу, транспортування і споживання готової продукції. Вона досліджує вище вказані функції із системних позицій.

#### ***Питання для перевірки:***

1. Основні функції матеріально – технічного забезпечення.
2. Служби матеріально – технічного забезпечення.
3. Логістика та її значення в сфері виробництва.
4. Види логістичних витрат.
5. Логістичні витрати в процесі закупівлі матеріально – технічних ресурсів.

#### ***Завдання для самостійної роботи студентів.***

Використовуючи теоретичні матеріали, рекомендовану літературу підготувати відповіді на тестові та контрольні запитання, а також реферати на теми:

1. Сучасний стан матеріально – технічного забезпечення підприємств України.

2. Державна політика в сфері матеріально – технічного забезпечення підприємств різних галузей економіки України.
3. Сучасна роль логістики в діяльності підприємства.
4. Логістичні витрати в процесі закупівлі матеріалів на підприємств.
5. Логістичні витрати в процесі виробництва продукції на підприємстві.
6. Логістичні витрати при збуті продукції підприємством.

**ВИХІДНІ ДАНІ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ЗАВДАНЬ  
ВИДИ І ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ТА НАПРЯМИ  
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.**

<i>Варіант</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>B</i>	<i>Г</i>
1	0,80	100	5,00	0,20
2	0,82	105	5,10	0,22
3	0,84	110	5,15	0,24
4	0,86	115	5,20	0,26
5	0,88	120	5,25	0,28
6	0,90	125	5,30	0,30
7	0,92	130	5,35	0,32
8	0,94	135	5,40	0,34
9	0,96	140	5,45	0,36
10	0,98	145	5,50	0,38
11	1,00	148	5,55	0,40
12	1,02	150	5,60	0,42
13	1,04	152	5,65	0,44
14	1,06	154	5,70	0,46
15	1,08	156	5,75	0,48
16	1,10	158	5,80	0,50
17	0,83	160	5,85	0,21
18	0,85	162	5,90	0,23
19	0,87	164	5,95	0,25
20	0,89	166	6,00	0,27
21	0,91	168	6,05	0,29
22	0,93	170	6,10	0,31
23	0,95	172	6,15	0,33
24	0,97	174	6,20	0,35
25	0,99	176	6,25	0,37

**СТРУКТУРА ПІДПРИЄМСТВА.**

<i>Варіант</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>B</i>
<i>1</i>	600	180	20
<i>2</i>	605	185	21
<i>3</i>	610	190	22
<i>4</i>	615	195	23
<i>5</i>	620	200	24
<i>6</i>	625	205	25
<i>7</i>	630	210	26
<i>8</i>	635	215	27
<i>9</i>	640	220	28
<i>10</i>	645	225	29
<i>11</i>	650	230	30
<i>12</i>	655	235	31
<i>13</i>	660	240	32
<i>14</i>	665	184	33
<i>15</i>	670	188	34
<i>16</i>	675	192	35
<i>17</i>	680	196	36
<i>18</i>	685	202	37
<i>19</i>	690	204	38
<i>20</i>	695	206	39
<i>21</i>	700	208	40
<i>22</i>	705	212	41
<i>23</i>	710	214	42
<i>24</i>	715	216	43
<i>25</i>	720	218	44

**ТОВАРНА І ЦІНОВА ПОЛІТИКА.**

<i>Варіант</i>	<i>А</i>	<i>Б</i>	<i>В</i>	<i>Г</i>	<i>Д</i>	<i>Е</i>	<i>Ж</i>
1	15,0	190	2,0	48	60	5,00	15,0
2	15,1	192	2,1	49	61	5,10	15,1
3	15,2	194	2,2	50	62	5,15	15,2
4	15,3	196	2,3	51	63	5,20	15,3
5	15,4	198	2,4	52	64	5,25	15,4
6	15,5	199	2,5	53	65	5,30	15,5
7	15,6	200	2,6	54	66	5,35	15,6
8	15,7	201	2,7	55	67	5,40	15,7
9	15,8	202	2,8	56	68	5,45	15,8
10	15,9	203	2,9	57	69	5,50	15,9
11	16,0	204	3,0	58	70	5,55	16,0
12	16,1	205	2,15	59	71	5,60	16,1
13	16,2	206	2,25	48,5	72	5,65	16,2
14	16,3	207	2,35	49,5	73	5,70	16,3
15	16,4	208	2,45	50,5	74	5,75	16,4
16	16,5	209	2,55	51,5	75	5,80	16,5
17	16,6	210	2,65	52,5	76	5,85	16,6
18	16,7	211	2,75	53,5	77	5,90	16,7
19	16,8	212	2,85	54,5	78	5,95	16,8
20	16,9	213	2,95	55,5	79	6,00	16,9
21	17,0	214	3,05	56,5	80	6,05	17,0
22	17,1	215	1,8	57,5	81	6,10	17,1
23	17,2	216	1,85	58,5	82	6,15	17,2
24	17,3	217	1,9	59,5	83	6,20	17,3
25	17,4	218	1,95	60	84	6,25	17,4

**ВИРОБНИЧА ПРОГРАМА ПІДПРИЄМСТВА.**

<i>Варіант</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>B</i>	<i>Г</i>
1	190	470	60	85,5
2	192	475	61	85,6
3	194	480	62	85,7
4	196	485	63	85,8
5	198	490	64	85,9
6	199	500	65	86,0
7	200	505	66	86,1
8	201	510	67	86,2
9	202	515	68	86,3
10	203	520	69	86,4
11	204	525	70	86,5
12	205	530	71	86,6
13	206	535	72	86,7
14	207	540	73	86,8
15	208	545	74	86,9
16	209	550	75	87,0
17	210	555	76	87,1
18	211	560	77	87,2
19	212	565	78	87,3
20	213	570	79	87,4
21	214	575	80	87,5
22	215	580	81	87,6
23	216	585	82	87,7
24	217	590	83	87,8
25	218	595	84	87,9