

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ МИХАЙЛА ОСТРОГРАДСЬКОГО



МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ  
ЩОДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
**“УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ФІРМИ”**  
ДЛЯ СТУДЕНТІВ ДЕННОЇ ТА ЗАОЧНОЇ ФОРМ НАВЧАННЯ  
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ  
7.050107 – "ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА"  
(У ТОМУ ЧИСЛІ СКОРОЧЕНИЙ ТЕРМІН НАВЧАННЯ)

Методичні вказівки щодо практичних занять з навчальної дисципліни  
“Управління ефективністю фірми” для студентів денної та заочної форм на-  
вчання зі спеціальності 7.050107 – "Економіка підприємства" (у тому числі ско-  
рочений термін навчання)

Укладач асист. Д.Б. Лозовик

Рецензент доц. О.І. Маслак

Кафедра економіки

Затверджено методичною радою КДПУ

Протокол № \_\_\_\_ від “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2007 р.

Заступник голови методичної ради

доц. С.А. Сергієнко

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1 ПЕРЕЛІК ТЕМ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ .....	5
2 ЗАГАЛЬНІ ВКАЗІВКИ ЩОДО ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ .....	6
3 ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ .....	7
Тема 1 Виробництво продукції та маркетингова діяльність підприємства.....	7
Тема 2 Підвищення якості продукції та її сертифікація .....	10
Тема 3 Продуктивність праці та мотивація трудової діяльності .....	14
Тема 4 Застосування ефективної форми та системи оплати праці. Участь працівників у прибутках підприємства .....	17
Тема 5 Ефективне управління витратами на підприємстві .....	22
Тема 6 Ціна та ціноутворення. Регулювання цін на продукцію.....	24
Тема 7 Оцінювання фінансово-економічного стану підприємства та підвищення ефективності його діяльності .....	26
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	30

## ВСТУП

Суспільство ніколи не було байдужим до витрат на досягнення того або іншого успіху. В основі прогресу лежить підвищення ефективності виробництва. Тут мають на увазі економічну та соціальну результативність господарської діяльності. Під час знаходження ефективності потрібно порівнювати очікувану цінність того, що буде отримано, з очікуваною цінністю того, що буде загублено.

Для оцінювання такого важкого та багатогранного процесу, як економічний прогрес, одного показника, нехай навіть найдосконалішого, недостатньо. Потрібна система вимірювачів для його різних сторін. Для характеристик використання живої праці застосовують показник продуктивності праці. Своєрідним барометром ефективності господарювання є норма прибутку та ін.

Мета дисципліни – дати майбутнім фахівцям з економіки знання суті та механізму функціонування такої категорії, як управління ефективністю, сформувати теоретичну та методологічну базу, необхідну для вільного володіння практикою управління ефективністю фірми.

Основними завданнями викладання дисципліни є вивчення студентами відповідних понять і категорій, питання планування і прогнозування, фінансування і кредитування капіталовкладень, оптимального відшкодування обладнання, управлінню ефективності.

студент повинен знати:

- основні законодавчі акти, норми та правила щодо діяльності підприємства, фірми; механізм управління ефективністю фірми;
- основні показники, які характеризують ефективність фірми.

студент повинен уміти:

- визначати і аналізувати основні внутрішні й зовнішні чинники, які впливають на економічну ефективність фірми;
- визначати економічну ефективність роботи фірми; складати техніко-економічне обґрунтування інвестиційного проекту.

## 1 ПЕРЕЛІК ТЕМ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ пор.	Тема	Обсяг (годин)
1	Виробництво продукції та маркетингова діяльність підприємства	<u>2</u> <sup>*</sup> -
2	Підвищення якості продукції та її сертифікація	<u>2</u> 1
3	Продуктивність праці та мотивація трудової діяльності	<u>2</u> 1
4	Застосування ефективної форми та системи оплати праці. Участь працівників у прибутках підприємства	<u>3</u> 1
5	Ефективне управління витратами на підприємстві	<u>3</u> -
6	Ціна та ціноутворення. Регулювання цін на продукцію	<u>2</u> -
7	Оцінювання фінансово-економічного стану підприємства та підвищення ефективності його діяльності	<u>4</u> 1
	Усього:	<u>18</u> 4

*\* Примітка. У чисельнику - обсяг годин для студентів денної форми навчання, у знаменнику – заочної форми навчання.*

## **2 ЗАГАЛЬНІ ВКАЗІВКИ ЩОДО ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

Курс складається з теоретичної (лекції) та практичної (семінари) частин. Лекції за курсом дають основні установки, ряд питань носять проблематичний, дискусійний характер. Проведення практичних робіт буде сприяти більш повному закріпленню теоретичних знань.

На практичні заняття виносять теми, що потребують детального опрацювання й аналізу для більш глибокого і систематизованого вивчення навчального матеріалу. Окремі питання занять можуть слугувати темами для написання рефератів.

Для більш глибокого вивчення окремих питань студенти можуть використовувати навчальні посібники, наведені у цих методичних рекомендаціях. Велику увагу необхідно приділяти періодичним виданням, зокрема, газеті “Бізнес”, журналам “Галицькі контракти”, “Все про бухгалтерський облік”, “Фінанси України”, “Вопросы экономики”, “Економіка України”.

### 3 ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

#### **Тема 1 Виробництво продукції та маркетингова діяльність підприємства**

1. Показники вимірювання продукції.
2. Маркетингова діяльність підприємства.
3. Формування програм випуску продукції.
4. Матеріально-технічне забезпечення виробництва.

Мета: ознайомитися з показниками вимірювання продукції, основними принципами розроблення стратегії та тактики маркетингу, принципами визначення попиту та потреби у продукції та формування програми випуску продукції, а також навчитися розраховувати запаси матеріалів і величину оптимальної партії постачання сировини та матеріалів.

Ключові слова: товарна, валова та чиста продукції, стратегія та тактика маркетингу, виробнича програма, поточний, підготовчий та страховий запаси матеріалів, «точка замовлення», оптимальна партія постачання.

У процесі виробництва людина взаємодіє з певними засобами виробництва і створює конкретні матеріальні блага. Отже, останні є продуктами праці, тобто споживною вартістю, речовиною природи, пристосованою людиною за допомогою знарядь праці до своїх потреб. Результат праці здебільшого матеріалізується у вигляді конкретного продукту (продукції, виробу). Продукція, що виготовляється протягом певного часу, перебуває на різних стадіях технологічного процесу і, з огляду на це, називають незавершеним виробництвом, напівфабрикатом чи готовим для споживання продуктом.

За умов товарного виробництва та ринкової економіки виготовлена продукція або надана послуга є товаром, котрий має не лише споживну вартість, а й вартість (мінову вартість). Для постійного й повного задоволення потреб ринку планування та облік товарів, що їх виготовляють на продаж, здійснюють у натуральних (фізичних) і вартісних (грошових) вимірниках.

Вимірювачами обсягу продукції у натуральному виразі є конкретні фізи-

чні одиниці – штуки, тонни, метри тощо. У практиці планування та обліку обсягу продукції іноді використовують умовно-натуральні та подвійно-натуральні показники. Обсяг продукції у вартісному виразі на більшості підприємств різних галузей виробничої сфери визначається показниками товарної, валової, чистої продукції.

Маркетинг – це виробничо-комерційна діяльність підприємства, спрямована на виявлення та задоволення потреб у його продукції (послугах) через продаж її на ринку з метою одержання прибутку.

У широкому розумінні маркетинг – це не просто різновид діяльності, а ринкова концепція управління виробництвом, коли принципова ідея – задоволення потреб через ринок – стає засадною для всіх підрозділів підприємства. Це означає, що маркетинг інтегрує всі фази підприємницької діяльності й підпорядковує їхній інтересам підприємства на ринку.

Для досягнення своєї мети на ринку підприємство розробляє стратегію і тактику маркетингу. Стратегія маркетингу містить такі основні рішення та обґрунтування: ринок, на якому виступає підприємство; особливості поведінки на ньому; склад і обсяг продукції, яку пропонуватимуть на ринку, розроблення нової продукції, форми й методи реклами, доставки і збуту продукції, ціни на продукцію. Реалізацію маркетингової стратегії здійснюють прийняттям конкретних оперативних рішень з різних питань, які можна назвати тактикою маркетингу.

Стратегія і тактика маркетингу ґрунтується на вивченні ринку, його постійному аналізі та структуризації. Ринок з позиції маркетингової діяльності розглядають як сукупність реальних і потенційних покупців товару. Головним показником ринку для продавця є попит на його продукцію, тобто потреба у ній, забезпечена реальною купівельною спроможністю покупця.

У своїй діяльності підприємство використовує різноманітні матеріально-технічні ресурси. Вони у процесі виробництва перетворюються на продукцію (послуги) і підлягають постійному поповненню. Для цього організовують матеріально-технічне забезпечення, яке містить визначення потреби у матеріалах,



пошук і купівлю ресурсів, організацію доставки, зберігання й видачі окремим споживачам на підприємстві.

Залежно від типу виробництва застосовують різні системи лімітування та забезпечення цехів матеріалами. На підприємствах одиничного і дрібносерійного виробництва поширено децентралізовану систему постачання цехів. Склад видає матеріали на підставі разових вимог цехів, які самостійно їх одержують. За умов масового та багатосерійного виробництва зі стабільною номенклатурою продукції й ритмічним споживанням матеріалів застосовують централізовану систему забезпечення робочих місць. Склад доставляє матеріали до цеху безпосередньо на робочі місця в потрібній кількості у належний час, згідно з календарним графіком у межах встановленого ліміту.

### **Практичне завдання**

1. Основна продукція виробничого підприємства розрахункового року повинна скласти 52000 тис грн, послуги промислового характеру – 4800 тис грн. Вартість напівфабрикатів складатиме 5400 тис грн, з яких 50% буде використано для власного виробництва. Обсяг незавершеного виробництва на кінець розрахункового періоду збільшиться на 3900 тис грн. Залишки готової продукції на складі підприємства очікують у розмірі: на початок розрахункового періоду – 8200 тис грн, на кінець цього ж самого періоду – 3700 тис грн.

Визначити очікуваний обсяг валової, товарної, чистої і реалізованої продукції, якщо вартість матеріальних витрат і торба амортизаційних відрахувань повинні скласти приблизно 55% товарного випуску підприємства.

2. Використовуючи вихідні показники, наведені у таблиці, зробити кількісне оцінювання маркетингового потенціалу компанії Alcatel Business Systems Ukraine, яка розгорнула свою бізнесову діяльність на території України. Максимально можлива кількісна оцінка маркетингового потенціалу фірми складає 5 балів.

### **Контрольні питання**

1. Обґрунтування маркетингової стратегії підприємства.

2. Загальний порядок і конкретна технологія складання виробничої програми підприємства за сучасних умов господарювання.

Таблиця

Показники маркетингового потенціалу	Коефіцієнт значущості	Рейтинг показника за п'ятибальною системою
Якість продукції	0,6	4
Просування товару на ринку	0,05	3
Ціна реалізації одиниці продукції	0,2	4
Збут продукції споживачам	0,15	5

3. Вибір постачальників матеріально-технічних ресурсів за ринкових умов господарювання.

4. Проблеми створення запасів матеріалів та регулювання цих запасів на підприємствах

**Література:** [8, с. 174; 12, с. 29; 14, с. 382; 16, с. 43; 18, с. 39; 19, с. 103].

## **Тема 2 Підвищення якості продукції та її сертифікація**

1. Якість і конкурентоспроможність продукції.

2. Стандартизація і сертифікація продукції.

3. Державний нагляд за якістю і внутрішньовиробничий технічний контроль .

Мета: навчитися застосовувати показники та методи для визначення якості продукції, оцінювати та визначати рівень конкурентоспроможності продукції, а також застосовувати заходи щодо їх підвищення, ознайомитись із системою державного нагляду за якістю продукції, що виготовляють на підприємствах України.

Ключові слова: якість, технічний рівень, корисний ефект, загальні, ком-

плексні та одиничні показники якості, рівень якості, конкурентоспроможність продукції, сертифікація та стандартизація.

Якість як економічна категорія відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлює міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення.

Рівень якості – це кількісна характеристика міри придатності того чи іншого виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї, порівнюючи з відповідними базовими показниками за фіксованих умов споживання .

Загалом поняття конкурентоспроможність характеризує властивість об'єкта задовольняти певну конкретну потребу, порівнюючи з аналогічними об'єктами даного ринку. Конкурентоспроможність можна розглядати стосовно найрізноманітніших об'єктів: проектно-конструкторської документації, технології виробництва продукції, окремого проекту, окремої фірми, галузі, регіону, країни у цілому.

Під конкурентоспроможністю продукції заведено розуміти сукупність її властивостей, що відбиває міру задоволення конкретної потреби проти репрезентованої на ринку аналогічної продукції. Вона визначає здатність витримувати конкуренцію на ринку, тобто мати якість вагової переваги над виробами інших товаровиробників.

Конкурентоспроможність товарів закладається ще на стадії проектування. У процесі виробництва матеріалізуються найважливіші елементи конкурентоспроможності виробів: якість і витрати. Моделювання та визначення рівня конкурентоспроможності продукції є необхідною передумовою для її продажу на відповідному ринку.

Під стандартизацією розуміють установлення й застосування єдиних правил з метою впорядкування діяльності у певній галузі. Стосовно продукції стандартизація охоплює:

- установлення вимог до якості готової продукції, а також сировини, матеріалів, напівфабрикатів і комплектуючих виробів;
- розвиток уніфікації та агрегування продукції як важливої умови спе-

ціалізації й автоматизації виробництва;

– визначення норм, вимог і методів у галузі проектування та виготовлення продукції для забезпечення належної якості й запобігання невиправданої різноманітності видів і типорозмірів виробів однаково функціонального призначення.

Коли підприємство проводить активну зовнішньоекономічну діяльність, найважливішим елементом виробничого менеджменту взагалі та систем управління якістю зокрема стає сертифікат продукції. Кожний вид товарів, який те чи інше підприємство хоче вигідно продати на світовому ринку, мусить бути сертифікованим, тобто мати документ, що засвідчує високий рівень його якості, відповідність вимогам міжнародних стандартів ІСО серії 9000.

В Україні створено державну систему стандартизації та сертифікації. Національним органом, що проводить і координує роботу із забезпеченням її функціонування, є Державний комітет України зі стандартизації та сертифікації. Для організації розроблення, експертизи й підготовки до затвердження державних стандартів України за рішенням Держстандарту створено технічні комітети зі стандартизації, що діють за договором із національним органом.

### **Практичне завдання**

1. Ініціативною групою дослідників розроблена спеціальна матриця конкурентоспроможності декількох зарубіжних фірм, які діють на українському ринку виробничих АТС:

Визначити:

- а) узагальнений показник конкурентоспроможності кожної фірми;
- б) найбільший і найменший її рівень серед фірм, що конкурують на українському ринку.

2. Тривалість ремонтного циклу нового універсального металообробного верстата має збільшитися з 4 до 6 років, а його договірна ціна – з 14200 до 16400 грн. Складність ремонту верстата складає: механічної частини – 24 одиниці ремонтоскладності, електротехнічної, – 45 од. ремонтоскладності. Плану-

ють, що новий верстат матиме два ремонтні цикли за весь термін експлуатації.

Таблиця

Ключовий чинник успіху	Коефіцієнт значущості чинника	Рейтинг чинника успіху фірми			
		Alcatel	Kapsch	Zucent Technologies	Siemens
Якість продукції	0,30	4	3	3	3
Продажна ціна	0,2	2	3	4	3
Технічне обслуговування	0,2	3	3	2	2
Канал збуту	0,1	4	3	4	2
Портфель товарів	0,1	4	3	3	3
Наявність сертифіката	0,06	2	2	1	2
Реклама і стимулювання збуту	0,04	1	3	4	3

Збільшення рівня довговічності нового металообробного верстата має привести до зниження собівартості оброблюваних на ньому деталей.

Необхідно розрахувати економічний ефект від підвищення якості (довговічності) нового верстата у вигляді економії поточних засобів від зниження собівартості механічного оброблення деталей на більш довговічному устаткуванні.

Частина верстата	Норматив витрат на 1 ЕРС устаткування під час здійснення			
	поточного ремонту при тривалості ремонтного циклу, років		капітального ремонту при тривалості ремонтного циклу, років	
	4	6	4	6
Механічна	3,8	2,7	12,2	8,6
Електротехнічна	9,8	10,1	4,6	3,4

## **Контрольні питання**

1. Необхідність і методологія визначення оптимального рівня якості продукції.
2. Конкурентоспроможність продукції: сутнісна характеристика, оцінка, способи забезпечення.
3. Аналітична оцінка технічного рівня та якості найважливіших видів продукції підприємств ключових галузей народного господарства України.
4. Система державного нагляду за якістю продукції, що виготовляється на підприємствах України.

**Література:** [8, с. 174; 16, с. 69; 18, с. 39].

## **Тема 3 Продуктивність праці та мотивація трудової діяльності**

1. Продуктивність праці персоналу.
2. Мотивація трудової діяльності працівників.
3. Аналіз ефективності використання трудового персоналу.

Мета: ознайомитися з методами визначення та чинниками зростання продуктивності праці, з методами мотивації, навчитися застосовувати факторний метод прогнозування рівня продуктивності, а також алгоритм регулювання поведінки працівників.

Ключові слова: показники та методи вимірювання продуктивності праці, система мотивації, методи та моделі мотивації.

Під продуктивністю праці як економічною категорією заведено розуміти ефективність трудових витрат, здатність конкретної праці створювати за одиницю часу певну кількість матеріальних благ. Підвищення продуктивності праці характеризує економію сукупної праці. Конкретно воно полягає у тому, що частка живої праці зменшується, а уречевленої – збільшується, проте збільшується у такий спосіб, що загальна величина трудомісткості товарів зменшується.

Рівень продуктивності праці визначають кількістю продукції (обсягом

робіт чи послуг), що виробляє один працівник за одиницю робочого часу, або кількістю робочого часу, що витрачається на виробництво одиниці продукції.

Різноманітність підходів до визначення рівня продуктивності праці залежить від специфіки діяльності тих чи інших підприємств або їхніх підрозділів, від мети розрахунків і базується на методичних особливостях.

Якщо показники виробітку мають більш узагальнюючий, універсальний характер, то показники трудомісткості можна розраховувати за окремими видами продукції (послуг) і використовувати для розрахунків потрібної кількості робітників, виявлення конкретних резервів підвищення продуктивності праці. Вірогідність розрахунків зростає за визначення повної трудомісткості.

Натуральні показники виробітку найбільш точно відображують динаміку продуктивності праці, але можуть бути застосовані лише на підприємствах, що випускають однорідну продукцію. Використання так званих умовно-натуральних вимірювачів дозволяє розширити можливість застосування цих показників.

Трудові показники потребують добре налагодженої роботи з технічного нормування та обліку праці. Переважно їх використовують на робочих місцях, дільницях, цехах, що випускають різнорідну продукцію, та за наявності значних обсягів незавершеного виробництва, яке неможливо виміряти у натуральних і грошових одиницях.

Соціально-економічною основою поведінки та активізації зусиль персоналу підприємства (організації), що спрямовані на підвищення результативності їхньої діяльності, завжди є мотивація праці.

Система мотивації характеризує сукупність взаємозв'язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або трудовий колектив у цілому щодо досягнення індивідуальної та спільної мети діяльності підприємства (організації).

Для формування належного ставлення до праці необхідно створювати такі умови, щоб персонал сприймав свою працю як свідому діяльність, що є джерелом самовдосконалення, основою професійного та службового зростання. Система мотивації має розвивати почуття незалежності до конкретної організа-

ції. Відповідне ставлення до праці та свідома поведінка визначаються системою цінностей працівника, умовами праці й застосовуваними стимулами.

Ефективність функціонування та соціальний розвиток тих чи інших суб'єктів господарювання забезпечується передусім формуванням належних індивідуальних і колективних матеріальних стимулів, провідною формою реалізації яких є оплата праці різних категорій персоналу.

### Практичне завдання

1. Середня тривалість чергової відпустки виробничих робітників підприємства буде збільшена у розрахунковому періоді з 24 до 28 робочих днів. Реальний фонд робочого часу одного працівника з урахуванням збільшення відпустки складатиме 225 робочих днів. Частка працівників, яким збільшують відпустку, складає 30% від загальної чисельності працівників.

Визначити ступінь збільшення продуктивності праці, яке могло б компенсувати збільшення тривалості відпустки певної категорії працівників підприємства.

2. На підприємстві помітно змінилася чисельність робітників, рівень використання робочого часу і виробітку одного робітника в різні періоди часу (рік, день, година), що підтверджується економічними показниками, наведеними за два розрахункові періоди:

Таблиця

Показник	Роки розрахункового періоду	
	2005	2006
Чисельність робочих, чол.	729	665
Відпрацьовано всіма працівниками:		
– тисяч людино-днів	139,0	122,3
– тисяч людино-годин	1048,2	927,0
Середня кількість годин, відпрацьованих одним працівником	190,7	183,9



Середня тривалість робочої зміни, година	7,54	7,58
Середньорічний виробіток одного робітника, грн	2628,4	9839,6
Середньоденна виробіток одного робітника, грн	13,78	53,50
Середньогодинний виробіток одного робітника, грн	1,83	7,06

На підставі вихідних даних таблиці розрахувати динаміку продуктивності праці і обсягу продукції за рахунок зміни:

- а) чисельності робітників;
- б) кількості робочих днів і тривалості зміни;
- в) середньогодинного виробітку одного робітника.

### **Контрольні питання**

1. Методи вимірювання та показники рівня продуктивності праці на підприємствах (в установах, організаціях).

2. Факторний метод прогнозування продуктивності праці на різногалузевих виробничих підприємствах.

3. Порівняльна характеристика різних моделей мотивації трудової діяльності.

4. Проблеми реалізації принципів мотивації в практиці діяльності підприємства.

**Література:** [7; 8, с. 186; 12, с. 86, 96; 13, с. 75; 14, с. 241; 15, с. 18; 16, с.24; 17, с. 22; 19, с. 132].

## **Тема 4 Застосування ефективної форми та системи оплати праці.**

### **Участь працівників у прибутках підприємства**

1. Оплата праці: сутність, функції, державна політика і загальна організація.

2. Застосування форми і системи оплати праці робітників.

3. Доплата і надбавки до заробітної плати та організація преміювання персоналу.

4. Участь працівників у прибутках підприємства.

Мета: ознайомитися з принципами застосування на підприємствах різних форм і систем оплати праці, нарахування основної та заробітної плати, ефективного застосування системи преміювання, а також ознайомитися з видами та практикою застосування доплат і надбавок до заробітної плати окремих категорій персоналу.

Ключові слова: заробітна плата, відрядна та почасова форма оплати праці, доплати, надбавки, тарифна угода, тарифна сітка, тарифний коефіцієнт.

Оплата праці – це будь-який заробіток, обчислений, як правило у грошовому виразі, що його за трудовим договором власник або вповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану роботу або надані послуги.

Оплата праці складається з основної заробітної плати й додаткової оплати праці. Розміри оплати найманого працівника залежать від результатів його праці з урахуванням наслідків господарської діяльності підприємства.

Основна заробітна плата працівника залежить від результатів його праці й визначається тарифними ставками, відрядними розцінками, посадовими окладами, а також надбавками й доплатами в розмірах, не вищих за встановлені чинним законодавством. Рівень додаткової заробітної плати здебільшого залежить від кінцевих результатів діяльності підприємства. Зазвичай до додаткової оплати праці відносять премії, інші заохочувальні та компенсаційні виплати, а також надбавки й доплати.

Практична організація оплати праці базується на державному й договірному регулюванні її абсолютного рівня та механізмі визначення індивідуальної заробітної плати всіх окремих категорій працівників підприємств та установ різних форм власності. Основним організаційно-правовим інструментом обґрунтування диференціації заробітної плати працівників різних суб'єктів господарювання є тарифно-посадова система, основні елементи якої такі: тарифно-кваліфікаційні довідники; кваліфікаційні довідники посад керівників, спеціалістів і службовців; тарифні сітки й ставки; схеми посадових окладів або єдина тарифна сітка.

Основними вимірниками результатів праці є кількість виготовленої про-

дукції належної якості або витрачений робочий час, тобто кількість днів, протягом яких працівник був зайнятий на підприємстві. Такому поділу вимірювачів затрат праці відповідають дві форми заробітної плати, що базуються на тарифній системі, – відрядна та погодинна.

За відрядною формою оплати праці проводять за нормами й розцінками, установленими на підставі розряду працівника. Кваліфікаційний розряд працівника передбачає виконання роботи відповідної складності.

За погодинною формою заробітної плати оплати праці робітників здійснюють за годинними тарифними ставками з урахуванням відпрацьованого часу та рівня кваліфікації, що визначають тарифним розрядом.

Кожна з названих форм заробітної плати охоплює кілька систем оплати праці для різних організаційно-технологічних умов виробництва.

За функціональним призначенням доплати й надбавки є самостійними елементами заробітної плати, які призначають для компенсації або винагороди за суттєві відхилення від нормальних умов праці, котрі не враховано у тарифних ставках і посадових окладах. Вони відрізняються від тарифної заробітної плати не обов'язковістю і непостійністю, а також рухом залежно від співвідношення фактичних і нормативних умов праці. Закон України “Про оплату праці” передбачає, що умови запровадження і розміри надбавок, доплат, винагород та інших заохочувальних, компенсаційних і гарантійних виплат установлюють у колективному договорі з дотриманням норм і гарантій чинного законодавства і згідно з генеральною та галузевими угодами.

Доплати до заробітної плати класифікують передусім за ознакою сфери трудової діяльності. За цією ознакою розрізняють доплати, які :

- 1) не мають обмежень щодо сфер трудової діяльності;
- 2) застосовують тільки в певних (окремих) сферах прикладання праці.

Участь у прибутках або стимулювання персоналу через прибутки полягає у розподіленні певної їхньої частини між працівниками підприємства. Таке розподілення може бути строковим або викладеним, а також може набирати форми грошових виплат або передавання працівникам певної кількості акцій підпри-

ємства.

Наявність різних форм участі у прибутках пояснюють тим, що навіть найдосконаліші системи індивідуальної чи колективної оплати праці не завжди здатні породжувати в усіх працівників підприємства справжнє бажання бути причетним до стабільно високих загальних результатів діяльності. Справедливий, чіткий і зрозумілий для всіх розподіл частини прибутків між “економічними агентами” – власником, адміністрацією, спеціалістами, робітниками – усе більше стає визначальним не тільки для створення позитивного соціально-психологічного клімату, а й для процвітання будь-якого підприємства.

Додаткові виплати з прибутків залежать від багатьох обставин, включаючи, зокрема, рівень витрат на виробництво і рівень цін, конкурентні позиції, фінансову ситуацію підприємства тощо. Їхні розміри визначаються окремою угодою, що укладають між відповідними сторонами в рамках проведення колективних переговорів на підприємстві – під час укладання тарифних угод, як правило.

Системи участі в прибутках диференціюють залежно від показників і засобів мотивації (рис. 1).

### **Практичне завдання**

1. Визначити розміри премій фахівців і службовців підприємств, для яких основними показниками мотивації визнано:

- а) виконання плану постачання продукції за укладеними договорами;
- б) підвищення продуктивності праці;
- в) зниження валових витрат на виробництво і реалізацію продукції.

Співвідношення трудових зусиль, необхідних для досягнення необхідних показників, складе 0,5; 0,3; 0,2.

На поточне планування цих трьох показників виділяють суму, що становить 30% від фонду оплати праці, яка складає 12000 грн.

Протягом розрахункового періоду передбачено підвищити продуктивність праці на 5% і понизити собівартість товарної продукції на 0,8%.

### **Контрольні питання**

1. Яка об'єктивна необхідність застосування різних форм і систем оплати праці персоналу підприємств?

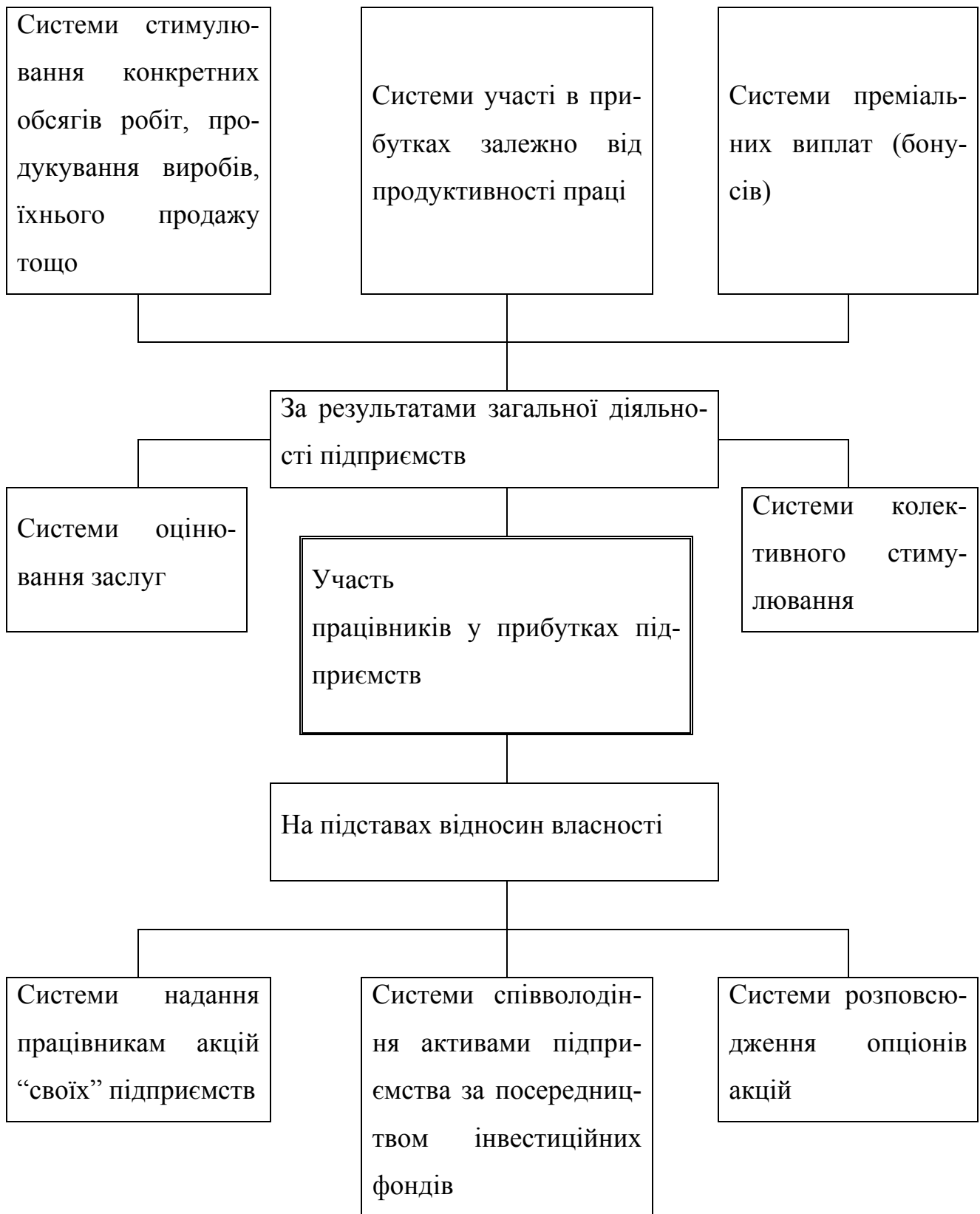


Рис. 1 – Класифікація систем участі працівників підприємств у прибутках

2. Види та практика застосування доплат і надбавок до заробітної плати окремих категорій персоналу

3. Сучасні проблеми формування й застосування системи преміювання персоналу підприємств та організацій

4. Методичні підходи до обґрунтування розмірів премії та визначення ефективності системи преміювання працівників

**Література:** [7; 8, с. 186; 12, с. 86, 96; 13, с. 75; 14, с. 241; 15, с. 18; 16, с.24; 17, с. 22; 19, с. 132].

### **Тема 5 Ефективне управління витратами на підприємстві**

1. Поточні витрати на продукування виробів.

2. Кошторис виробництва і собівартість товарної продукції.

3. Обчислення собівартості окремих виробів.

4. Стратегія і шляхи зниження поточних витрат.

Мета: ознайомитися зі складом витрат, які включають у собівартість, системою управління витрат, навчитися складати кошторис і калькуляцію витрат, а також обчислювати собівартість нової продукції.

Ключові слова: собівартість, кошторис витрат, калькулювання витрат, параметричні методи обчислення собівартості, система управління витратами.

Собівартість продукції – це грошова форма витрат на підготовку виробництва, виготовлення та збут продукції. Відображуючи рівень витрат на виробництво, собівартість комплексно характеризує ступінь використання всіх ресурсів підприємства, а отже, і рівень техніки, технології та організації виробництва. Що ліпше працює підприємство (інтенсивніше використовує виробничі ресурси, успішніше вдосконалює техніку, технологію та організацію виробництва), тим нижчою є собівартість продукції. Тому собівартість є одним із важливих показників ефективності виробництва. Собівартість має тісний зв'язок з її ціною. Це виявляється у тому, що собівартість є базою ціни товару і водночас

обмежником для виробництва (ніхто не випускатиме продукцію, ринкова ціна якої є нижчою за її собівартість).

Заведено розрізняти загальні (сукупні) та витрати на одиницю продукції. Загальні витрати – це витрати на весь обсяг продукції за певний період. Їхня сума залежить від тривалості періоду й кількості виготовленої продукції. Витрати на одиницю продукції обчислюють як середні за певний період, якщо продукцію виготовляють постійно або серіями. В одиничному виробництві витрати на виріб формуються як індивідуальні.

На підставі зв'язку з обсягом виробництва витрати поділяють на постійні та змінні.

Постійні витрати є функцією часу, а не обсягу продукції. Їхня загальна сума не залежить від кількості виготовленої продукції.

Змінні витрати – це витрати, загальна сума яких за певний час залежить від обсягу виготовленої продукції. У свою чергу їх можна розділити на пропорційні та непропорційні.

Пропорційні витрати змінюються прямо пропорційно обсягу виробництва. До них належать переважно витрати на сировину, основні матеріали, комплектуючі вироби, відрядну заробітну плату.

Непропорційні витрати поділяють на прогресуючі та дегресуючі. Прогресуючі витрати зростають більшою мірою, ніж обсяг виробництва. Вони виникають тоді, коли збільшення обсягу виробництва потребує більших витрат на одиницю продукції. Це, наприклад, витрати на відрядно-прогресивну оплату праці, додаткові рекламні та торгівельні витрати та ін. Дегресуючі витрати зростають повільніше. До них належить широке коло витрат на експлуатацію машин і устаткування, на ремонт, інструменти тощо.

Управління витратами – це процес цілеспрямованого формування витрат щодо їхніх видів, місць і носіїв за постійного контролю рівня витрат і стимулювання їхнього зниження.

Кошторис виробництва – це витрати підприємства, зв'язані з основною його діяльністю за певний період, відносять їх на собівартість продукції у цю-

му періоді чи ні.

### **Практичне завдання**

1. Скласти очікувану калькуляцію одиниці продукції А, виходячи з наступної інформації. За попередніми розрахунками, витрати конструкційних матеріалів на одиницю виробу мають складати: сталі – 3,2 кг; бронзи – 0,8 кг. Купівельна ціна цих матеріалів дорівнює відповідно 980 і 4000 грн за 1 т. Основна заробітна плата виробничих робочих складатиме 1,5 грн, додаткова заробітна плата – 12% від основної, а відрахування на соціальне страхування встановлені на рівні 37% від основної та додаткової заробітної плати. Витрати на експлуатацію і зміст устаткування очікують у розмірі 90%, а загальновиробничі витрати – 60% від основної заробітної плати.

2. Визначити економію на умовно-постійних витратах (Еуп) у результаті збільшення обсягу виробництва, якщо собівартість товарної продукції базисного року  $S_{баз} = 250$  тис грн; питома вага умовно-постійних витрат  $C_{уп} = 8\%$ ; темпи приросту обсягу товарної продукції запланованого року порівняно з базисним  $тр\ TP = 15\%$ ; темпи приросту умовно-постійних витрат у зв'язку зі зростанням обсягу виробництва  $тр\ Зуп = 1,2\%$ .

### **Контрольні питання**

1. Методологічні аспекти визначення складу витрат, що включають до собівартості продукції.

2. Залежність загальних витрат і собівартості одиниці продукції від обсягу виробництва.

3. Методика експрес-аналізу за системою «витрати - обсяг виробництва – прибуток».

4. Обґрунтування і вибір стратегії зниження поточних витрат на підприємствах.

**Література:** [8, с. 205; 11, с. 16; 12, с. 114; 14, с. 335; 16, с. 394; 19, с. 153].

### **Тема 6 Ціна та ціноутворення. Регулювання цін на продукцію**

1. Ціни на продукцію (послуги): сутнісна характеристика та методи вста-



новлення.

## 2. Регулювання ціни на продукцію (послуги).

Мета: ознайомитися з видами цін, методами встановлення та регулювання цін.

Ключові слова: функції ціни, централізовано-фіксована ціна, регульована ціна, договірна ціна, вільна ціна, франко.

Ціна – це грошовий вираз вартості товару, вона завжди коливається навколо ціни виробництва та відображає рівень суспільно необхідних витрат праці.

Застосовувані у ринковій економіці ціни виконують три основні функції: обліково-вимірвальна функція ціни полягає у тому, що вона є засобом обліку й вимірювання витрат суспільної праці на виробництво окремих видів продукції або надання різноманітних послуг. Розподільча функція зводиться до того, що за допомогою цін, які відхиляються від вартості, здійснюють перерозподіл частини доходів первинних суб'єктів господарювання та населення. Стимулюючу функцію ціни використовують для мотивації підвищення ефективності господарювання, забезпечення необхідної прибутковості кожному нормально працюючому продуценту, посереднику і безпосередньому продавцю товарів виробничого призначення.

За класифікаційною ознакою рівня встановлення та регулювання застосовують централізовано-фіксовані й регульовані, договірні та вільні ціни.

Залежно від особливостей купівлі-продажу і сфери економіки існують світові, оптові, закупівельні та роздрібні ціни, а також тарифи на перевезення вантажів та пасажирів, надання різноманітних платних послуг.

### **Практичне завдання**

1. На момент укладення контракту між постачальником і покупцем на початку року ціна одиниці товару, що купують, була 300 тис грн. Відомо, що 50% ціни товару складала вартість матеріалів, використовуваних у виробництві, 20% – заробітна плата, 20% – транспортні витрати, 10% – інші елементи ціни. Після закінчення кварталу вартість матеріалів, споживаних у виробництві, збільшила-

ся на 10%, заробітна плата зросла на 8%, а транспортні витрати на рахунок зростання тарифів – на 12%. Розрахуйте ціну товару (змінну ціну) на момент його постачання, яке відбудеться через три місяці після підписання контракту (тобто в кінці I кварталу).

2. Вартість основних і допоміжних матеріалів – 11 грн/шт, нормована заробітна плата – 6,2 грн/шт, витрати на ремонт і експлуатацію устаткування – 3600 тис. грн., річні цехові витрати – 800 тис грн, загальновиробничі витрати – 900 тис грн, річна нормована заробітна плата основних робітників – 1200 тис грн, витрати на збут – 3% від виробничих витрат. Розрахувати собівартість і орієнтовану ціну виробу А.

### **Контрольні питання**

1. Можливі методи ціноутворення в ринковій економіці.
2. Обґрунтування і вибір методів установлення ціни на продукцію (послуги).

**Література:** [8, с. 205; 11, с. 16; 12, с. 114; 14, с. 335; 16, с. 394; 19, с. 153].

### **Тема 7 Оцінювання фінансово-економічного стану підприємства та підвищення ефективності його діяльності**

1. Загальна характеристика фінансової діяльності підприємства.
2. Прибутковість (доходність) підприємства.
3. Рентабельність ресурсів і продукції.
4. Оцінювання фінансово-економічного стану підприємства.
5. Сутнісна характеристика і вимірювання ефективності виробництва.
6. Чинники підвищення ефективності виробництва.

Мета: ознайомитися з принципами формування та розподілу прибутку, планування фінансової діяльності підприємства та складанням фінансового плану, навчитися на практиці проводити оцінювання фінансово-економічного стану підприємства.

Ключові слова: внутрішнє та зовнішнє фінансування, прибуток, джерела прибутку, рентабельність, платоспроможність, ліквідність, ефективність вироб-

ництва.

Функціонування підприємства супроводжується безперервним кругообігом коштів, який здійснюють у вигляді витрат ресурсів і одержання доходів, їхнього розподілу й використання. При цьому визначають джерела коштів, напрями та форми фінансування, оптимізують структура капіталу, проводять розрахунки з постачальниками матеріально-технічних ресурсів, покупцями продукції, державними органами, персоналом підприємства тощо. Усі ці гроші складають зміст фінансової діяльності підприємства.

Головний зміст фінансової діяльності підприємства полягає у належному забезпеченні фінансування.

Відповідно до джерел коштів фінансування поділяють на внутрішнє й зовнішнє. Внутрішнє фінансування здійснюють за рахунок коштів, одержаних від діяльності самого підприємства: прибуток, амортизаційні відрахування, виторг від продажу чи здавання в оренду майна.

Зовнішнє фінансування використовує кошти, не пов'язані з діяльністю підприємства: внески власників до статутного капіталу (безпосередньо або у формі купівлі акцій), кредит, зобов'язання боржників, державні субсидії тощо.

Прибуток – це частина виторгу, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу й комерційну діяльність підприємства. Характеризуючи перевищення надходжень над витратами, прибуток виражає мету підприємницької діяльності та береться за головний показник її результативності (ефективності).

Прибуток є джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування. Уся діяльність підприємства спрямовується на те, щоб забезпечити зростання прибутку або принаймі стабілізацію його на певному рівні.

Залежно від формування та розподілу відокремлюють кілька видів прибутків. Насамперед, розрізняють загальний прибуток – це весь прибуток підприємства, одержаний від усіх видів діяльності, до його оподаткування та розподілу. Такий прибуток інакше називають балансовим. Прибуток після оподат-

кування, тобто прибуток, що реально надходить у розпорядження підприємства, має назву – чистий прибуток.

Фінансово-економічний стан підприємства (організації) характеризується ступенем його (її) прибутковості та оборотності капіталу, фінансової стійкості та динаміки структури джерел фінансування, здатності розраховуватися за борговими зобов'язаннями.

Для оцінювання фінансово-економічного стану підприємства необхідна відповідна інформаційна база. Такою можуть бути звіт про фінансові результати діяльності та баланс – підсумковий синтетичний документ про склад засобів діяльності підприємства й джерела їхнього формування в грошовій формі на первинну дату.

Прибутковість підприємства вимірюють двома показниками – прибутком і рентабельністю. Прибуток виражає абсолютний ефект без урахування використаних ресурсів. Тому для аналізу його доповнюють показником рентабельності.

Фінансова стійкість підприємства характеризується співвідношенням власного й залученого капіталу. Для цього використовують різні показники, які називають коефіцієнтами. З-поміж них найбільш поширеними є коефіцієнти автономії та забезпечення боргів.

Платоспроможність підприємства, тобто його здатність вчасно розраховуватися з боргами, визначають за допомогою коефіцієнтів ліквідності. Вони свідчать, наскільки короткострокові зобов'язання покриваються ліквідними активами. А оскільки поточні активи мають різну ліквідність, то й обчислюється кілька коефіцієнтів ліквідності – загальної, термінової та абсолютної.

### **Практичне завдання**

1. Загальний виторг від реалізації товарної продукції підприємства має досягти 5900 тис грн, а валові витрати на виробництво (собівартість) реалізованої продукції складає не більше ніж 5000 тис грн. Ставка податку на прибуток підприємства дорівнює 30% від загально отриманої його величини. Сума чис-

того прибутку, який надходить на створення фонду розвитку виробництва, має скласти 440 тис грн.

Оцінити рівень достатності прибутку для самофінансування розвитку підприємства за звітний період.

2. Визначити плановий прибуток від реалізації товарної продукції за ринковими цінами, якщо на початок року залишки нереалізованої продукції А — ТПОА = 1000 од.; продукції Б — ТПОБ = 800 од.; план випуску товарної продукції: ТПА = 8000 од.; ТПБ = 6000 од. Залишки нереалізованої товарної продукції на кінець року планують: ТПНА = 200 од.; ТПНБ = 100 од.; повна собівартість одиниці продукції за планом: СА = 0,7 тис грн; СБ = 0,52 тис грн; ринкова ціна ЦА = 0,8 тис грн; ЦБ = 0,6 тис грн.

### **Контрольні питання**

1. Чинники й резерви зростання прибутку суб'єктів господарювання (підприємницьких структур).

2. Розподіл прибутку й дивідендна політика підприємства (організації).

3. Вибір стратегії стабілізації фінансово-економічного стану первинного суб'єкта господарювання.

4. Проблеми формування, визначення й застосування узагальнюючих показників ефективності (продуктивності) діяльності суб'єктів господарювання.

**Література:** [5; 6; 8, с. 225; 10, с. 40; 12, с. 146; 14, с. 356; 16, с. 409; 19, с. 219].

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України. – К.: Преса України, 1997. – 18 с.
2. Господарський кодекс України // Тематичний довідник «Ліга-Закон». – К.: ІАЦ Ліга, 2004. – 20 с.
3. Цивільний кодекс України // Тематичний довідник «Ліга-Закон». – К.: ІАЦ Ліга, 2004. – 22 с.
4. Закон “Про власність” // Тематичний довідник «Ліга-Закон». – К.: ІАЦ Ліга, 2001. – 7 с.
5. Закон України «Про господарські товариства» // Тематичний довідник Ліга-Закон. – К.: ІАЦ Ліга, 2001. – 12 с.
6. Закон України “Про оподаткування прибутку підприємств” від 28 грудня 1994 року // Українська Інвестиційна Газета. – 2006, – N38 від 26.09.2006.
7. Закон України “Про оплату праці” від 24 травня 1995 року // Українська Інвестиційна Газета. – 2006. – N35 від 05.09.2006.
8. Афанасьєв М.В., Гончаров А.Б. Економіка підприємства: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / За ред. проф. М.В. Афанасьєва. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003. – 410 с.
9. Азов Г.Л. Конкуренція: аналіз, стратегія и практика. – М.: Центр економіки и маркетинга, 1996. – 208 с.
10. Бланк И.А. Управление прибылью. – К.: «Ника–центр Эльга», 1998. – 544 с.
11. Бугулов В.Н. Ценообразование в условиях рынка. – К.: МАУП, 1996. – 52 с.
12. Володькіна М.В. Економіка промислового підприємства: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 196 с.
13. Грішнова О. Система трудової мотивації в умовах соціальних перетворень в Україні // Україна: аспекти праці. – 1996. – №7,8. – С.75.
14. Економіка підприємства: Навч. посібник / За ред. А.В. Шегди. – К.: Знання, 2005. – 431 с.

15. Жигірь А. Особливості організації оплати праці на приватних підприємствах // Україна: аспекти праці. – 1997. – №5 – С.18.
16. Зайцев Н.Л. Экономика организации: Учебник / Н.Л. Зайцев. – 3-е изд., исп. и перераб. – М.: Издательство «Экзамен», 2006. – 607 с.
17. Костишина Т. Еволюція форм заробітної плати в Україні у перехідний період // Україна: аспекти праці. – 1997. – №8.– С.22.
18. Нестеренко И. Факторы, определяющие конкурентоустойчивость предприятия // Предпринимательство, хозяйство и право. – 1997. – №12. – С.39-43.
19. Семенов Г.А., Панкова М.О., Семенов А.Г. Экономика підприємства: Навч. посібник: Вид. 2-ге, перероб. та доп. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.

Методичні вказівки щодо практичних занять з навчальної дисципліни “Управління ефективністю фірми” для студентів денної та заочної форми навчання зі спеціальності 7.050107 – “Економіка підприємства” (у тому числі скорочений термін навчання)

Укладач асист. Д.Б. Лозовик

Відповідальний за випуск зав. кафедри економіки О.І. Маслак

Підп. до др. \_\_\_\_\_ Формат 60x84 1/16. Папір тип. Друк ризографія

Ум. друк. арк. \_\_\_\_\_ Наклад \_\_\_\_\_ прим. Зам. № \_\_\_\_\_. Безкоштовно

Видавничий відділ КДПУ  
39614, м. Кременчук, вул. Першотравнева, 20