

# Економіка і бізнес

Підручник

За редакцією д.е.н., проф. Л. Г. Мельника та  
д.е.н., проф. Карінцевої О. І.

Суми  
Університетська книга  
2021

# **Economics and Business**

The textbook

EDITORS

Leonid Melnyk,  
Oleksandra Karintseva

Sumy  
«University book»  
2021

УДК  
ББК

Рецензенти:

І. К. Бистряков, доктор економічних наук, професор, завідувач відділу методології сталого розвитку ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку», м. Київ.

Л. С. Гринів, доктор економічних наук, професор, Львівський національний університет ім. Івана Франка, м. Львів.

Т. І. Лепейко, доктор економічних наук, професор, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків.

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

ISBN

Матеріал, представлений в підручнику відображає сучасні проблеми та вплив економічних законів на підприємницьку діяльність бізнес-структур. У підручнику розглядаються питання функціонування економічних систем на ринку, а також наводяться розділи, що висвітлюють специфіку управління трансформаційними процесами. Зокрема, в них розглядаються питання розвитку підприємства, впровадження інновацій, ініціювання бізнес-процесів, а також інші актуальні в сьогоднішніх умовах матеріали.

Підручник призначений для викладачів і студентів ВНЗ, а також може бути використаний керівниками підприємств, фахівцями та бізнесменами як науково-освітнього матеріалу.

**УДК**  
**ББК**

ISBN

© Мельник Л. Г., Карінцева О. І. 2021

# ЗМІСТ

|   |     |
|---|-----|
| <b>ВСТУП</b> .....  | 8   |
| <b>РОЗДІЛ 1 ВСТУП ДО БІЗНЕСУ</b> .....  | 11  |
| 1.1 Сутність та історичний розвиток понять «бізнес» та «підприємництво» .....               | 11  |
| 1.2 Функції та умови підприємницького бізнесу .....   | 14  |
| 1.3 Організація бізнесу.....  | 22  |
| 1.4 Інституційне середовище підприємництва в Україні .....                                  | 26  |
| 1.5 Взаємодія інституційного середовища і підприємництва .....                              | 30  |
| Література .....  | 33  |
| Питання до теми .....   | 34  |
| <b>Кейс до розділу.</b> Специфіка інституційного середовища підприємництва в Україні.....   | 35  |
| <b>РОЗДІЛ 2 РИНОК І ПРОДУКЦІЯ В СТРУКТУРІ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА</b> .....                       | 38  |
| 2.1 Сутність, функції, суб'єкти та об'єкти ринку.....                                       | 38  |
| 2.2 Характеристика структури ринку .....  | 42  |
| 2.3 Характеристика продукції .....  | 49  |
| 2.4 Якість продукції як економічна категорія і її оцінювання.....                           | 50  |
| 2.5 Управління якістю продукції .....   | 57  |
| Література .....  | 61  |
| Питання до теми .....   | 62  |
| <b>Кейс до розділу.</b> Еколого-економічний рейтинг компаній.....                           | 63  |
| <b>РОЗДІЛ 3 ДЕМАТЕРІАЛІЗАЦІЯ В БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ</b> .....                                  | 68  |
| 3.1 Теоретичні основи дематеріалізації процесів виробництва та споживання продукції.....    | 68  |
| 3.2 Оцінювання дематеріалізації продукції та послуг .....                                   | 72  |
| 3.3 Еколого-економічний механізм дематеріалізації продукції на підприємстві.....            | 77  |
| Література .....  | 83  |
| Питання до теми .....   | 85  |
| <b>Кейс до розділу.</b> Оцінювання рівня дематеріалізації товару легкої промисловості ..... | 86  |
| <b>РОЗДІЛ 4 БІЗНЕС І ВЛАСНІСТЬ</b> .....  | 92  |
| 4.1 Власність як основа бізнесу .....   | 92  |
| 4.2 Форми власності та бізнесу .....  | 93  |
| 4.3 Розвиток форм власності та бізнесу .....  | 98  |
| Література .....  | 102 |
| Питання до теми .....   | 103 |
| <b>РОЗДІЛ 5 ВИРОБНИЧІ ФАКТОРИ В БІЗНЕСІ</b> .....   | 104 |
| 5.1 Економічна сутність та відтворення основних фондів <sup>1</sup> .....                   | 104 |
| 5.2 Склад і кругообіг оборотних коштів .....  | 113 |
| 5.3 Фінансові показники в бізнесі: прибуток і рентабельність.....                           | 117 |
| 5.4 Трудові фактори. Продуктивність і оплата праці .....                                    | 119 |
| Література .....  | 123 |
| Питання до теми .....   | 124 |
| <b>РОЗДІЛ 6 ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b> .....                               | 125 |
| 6.1 Поняття і функції фінансів у бізнесі.....   | 125 |

|  |   |            |
|--|---|------------|
| 6.2  | Джерела фінансування підприємницької діяльності .....                                       | 127        |
| 6.3  | Інші джерела фінансування бізнесу: лізинг та факторинг .....                                | 130        |
| 6.4  | Інвестування підприємницької діяльності .....   | 134        |
|  | Література .....  | 136        |
|  | Питання до теми .....   | 137        |
|  | Контрольні завдання .....   | 137        |
| <b>РОЗДІЛ 7 ПЛАНУВАННЯ ТА БЮДЖЕТУВАННЯ .....</b>                               |   | <b>138</b> |
| 7.1  | Фінансове прогнозування та планування .....   | 138        |
| 7.2  | Методи визначення фінансових потреб <sup>2</sup> .....                                      | 139        |
| 7.3  | Методи фінансового планування .....   | 143        |
| 7.4  | Фінансове управління на основі бюджетування <sup>2</sup> .....                              | 145        |
|  | Література .....  | 155        |
|  | Питання до теми .....   | 155        |
|  | <b>Кейс до розділу. Публічні закупівлі .....</b>  | <b>157</b> |
| <b>РОЗДІЛ 8 ОПОДАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ .....</b>                                    |   | <b>164</b> |
| 8.1  | Податкове законодавство: структура та принципи .....  | 164        |
| 8.2  | Податки і збори: визначення, класифікація, функції .....                                    | 167        |
| 8.3  | Податкова пільга, спеціальний податковий режим, платники, об'єкт і база оподаткування ..... | 170        |
| 8.4  | Органи контролю та органи стягнення податків, податкова звітність .....                     | 171        |
| 8.5  | Основні бюджетоутворювальні податки .....   | 172        |
| 8.6  | Системи оподаткування діяльності підприємств .....  | 180        |
| 8.7  | Практичні аспекти сплати податків і зборів в Україні .....                                  | 192        |
|  | Література .....  | 194        |
|  | Питання до теми .....   | 195        |
|  | <b>Кейс до розділу. Аудит податків в Україні .....</b>                                      | <b>196</b> |
| <b>РОЗДІЛ 9 ІННОВАЦІЇ В БІЗНЕСІ .....</b>                                      |   | <b>199</b> |
| 9.1  | Загальне поняття про інновації .....  | 199        |
| 9.2  | Сутність інноваційного процесу та економічні особливості інноваційної діяльності .....      | 201        |
| 9.3  | Фінансування інноваційної діяльності <sup>2</sup> .....                                     | 203        |
| 9.4  | Інноваційна ідея для бізнесу .....  | 206        |
| 9.5  | Поняття і склад інноваційної інфраструктури підприємництва .....                            | 208        |
|  | Література .....  | 213        |
|  | Питання до теми .....   | 213        |
|  | Контрольні завдання .....   | 214        |
|  | <b>Кейс до розділу. Венчурна діяльність у підприємстві та бізнесі .....</b>                 | <b>215</b> |
| <b>РОЗДІЛ 10 ІНФОРМАЦІЙНІ ФАКТОРИ В ЕКОНОМІЦІ ТА БІЗНЕСІ<sup>3</sup> .....</b> |   | <b>220</b> |
| 10.1   | Поняття про інформацію .....  | 220        |
| 10.2   | Форми, рівні та функції інформації <sup>2</sup> .....                                       | 221        |
| 10.3   | Кількісне та якісне оцінювання інформації в економічних системах <sup>1</sup> .....         | 225        |
| 10.4   | Роль пам'яті в економічних системах .....   | 228        |
| 10.5   | Роль інформації в економіці та бізнесі <sup>4</sup> .....                                   | 231        |
| 10.6   | Особливості та зміст інформаційних товарів <sup>4</sup> .....                               | 236        |
|  | Література .....  | 241        |
|  | Питання до теми .....   | 243        |
|  | <b>Кейс до розділу. Інформація та її роль при прийнятті рішень .....</b>                    | <b>245</b> |

|   |     |
|---|-----|
| <b>РОЗДІЛ 11 НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ ТА РИЗИК У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ</b> .....             | 250 |
| 11.1 Суть понять невизначеності і ризику .....  | 250 |
| 11.2 Способи вимірювання ризику .....   | 251 |
| 11.3 Види ризиків .....   | 254 |
| 11.4 Способи зниження ризиків .....   | 256 |
| Література .....  | 259 |
| Питання до теми .....   | 260 |
| <b>РОЗДІЛ 12 БІЗНЕС-ІНТЕРЕСИ ФІРМ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ</b> .....                           | 261 |
| 12.1 Міжнародний поділ праці .....  | 261 |
| 12.2 Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності .....                           | 262 |
| 12.3 Методи торгівлі. Зовнішньоторговельні посередники .....                              | 266 |
| 12.4 Методи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності .....                  | 270 |
| 12.5 Зовнішньоторговельний контракт .....   | 277 |
| 12.6 Структура і зміст зовнішньоторговельного контракту купівлі-продажу ....              | 278 |
| 12.7 Основні підходи до встановлення ціни в зовнішньоторговельному контракті .....        | 283 |
| Література .....  | 287 |
| Питання до теми .....   | 288 |
| <b>Кейс до розділу.</b> Інструменти хеджування валютних ризиків на зовнішніх ринках ..... | 289 |
| <b>ДОДАТОК</b> Інформаційні форми при впровадженні ЕЕМУДП .....                           | 293 |
| <b>ВИСНОВКИ</b> .....   | 301 |
| <b>ГЛОСАРІЙ</b> .....   | 303 |
| <b>ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ</b> .....  | 312 |

<sup>1</sup>Робота виконана в рамках НДР «Фундаментальні основи фазового переходу до адитивної економіки: від проривних технологій до інституційної соціологізації рішень».

<sup>2</sup>Робота виконана в рамках НДР «Сталий розвиток та ресурсна безпека: від проривних технологій до цифрової трансформації економіки України» (№д/р. 0121U100470)

<sup>3</sup>Матеріал підготовлено в рамках проєкту Європейської комісії «Кафедра Жана Моне з наряду: Законодавчий, економічний та соціальний перехід ЄС до сталого суспільства в межах Індустрії 4.0 та 5.0» (619997-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-CHAIR).

<sup>4</sup>Матеріал підготовлено в рамках проєкту Європейської комісії «Кафедра Жана Моне з економічної політики ЄС та громадянського суспільства» (619878-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-CHAIR).

## ВСТУП

Ключовими поняттями сучасного життя стали економіка та бізнес. Економіка як господарська система забезпечує людину необхідними товарами і послугами. Економіка як галузь науки забезпечує застосування найбільш ефективних методів господарювання та сприяє спрямуванню товарно-грошових потоків за найбільш раціональними напрямками. Бізнес – це сфера діяльності людини, яка своїм розумом, талантом та енергією керує зазначеними товарно-грошовими потоками.

Саме в бізнесі інтегруються найважливіші атрибути виробничої діяльності: капітал, матеріальні ресурси, природні фактори, інформація, праця та відносини людей. Поєднуючись, ці компоненти в кінцевому підсумку, і конвертуються в споживчі товари та послуги, що забезпечують життєдіяльність людини.

Однак бізнес з'єднує, «переплавляючи», не лише виробничі чинники. Він інтегрує дві найважливіші сфери життя людини – виробництво та споживання. Активно впливаючи на потреби, бізнес у кінцевому підсумку формує саму людину, стиль її життя та вектор розвитку.

У сучасних умовах значно зросла роль економічної науки. Сьогодні при колосальній варіабельності засобів (зокрема технологій і споживчих товарів), що генеруються наукою та виробничим комплексом в умовах ринку, на провідні позиції виходить проблема вибору. Саме економіка дає відповідь на ключові господарські питання та є при цьому компасом розвитку господарських систем. До найважливіших із питань, на які повинна знайти відповідь економіка, необхідно віднести: «що робити», «для кого виробляти», «як виробляти», «коли виробляти», «в яких кількостях виробляти», «як розподіляти витрати і доходи від господарської діяльності». І це лише незначна частина запитань, відповіді на які щодня повинен забезпечувати інструментарій економічної науки.

Сьогодні світ у ході відразу трьох промислових революцій (Третьої, Четвертої і П'ятої) зазнає фазового переходу до нової соціально-економічної форми, покликаної вирішити одночасно комплекс економічних, екологічних та соціальних проблем.

Магістральним напрямом Третьої промислової революції є вирішення проблем глобальної природно-ресурсної кризи. Ключові механізми для цього забезпечуються переходом на відновлювані джерела енергії й адитивні технології, засновані на використанні 3D-принтерів. Неминучим наслідком цього має бути перехід від виробництва, що концентрується на великих підприємствах, до горизонтальних, розподілених мереж, що інтегрують мільйони дрібних промислових одиниць в єдині «розумні» динамічні системи. В них споживачі починають відігравати роль як виробників, так і власників засобів виробництва, що обумовлює формування основ солідарної економіки.

Ключовий комплекс питань, на вирішення яких спрямована Четверта промислова революція, сконцентрований на автоматизації процесів функціонування господарських систем. Необхідність цього обумовлена зростаючою інформаційною складністю управління процесами в новій економіці. Людина вже не в змозі повністю контролювати хід процесів виробництва та споживання продукції. Це

змушує її покласти цю місію на створювані кіберфізичні системи. Як це буде вже сьогодні можна уявити за першими кроками народження Інтернету речей.

П'ята промислова революція покликана знайти місце людини в кібергізованому середовищі майбутнього і забезпечити її соціальний (особистісний) розвиток. Основним результатом повинен стати перехід від масового виробництва та споживання стандартних товарів для задоволення стандартизованих потреб до персоналізації виробництва і споживання. Останнє означає задоволення індивідуальних особистісних потреб людини. У виробничому середовищі людина, озброєна кіберпотенціалом, все більше концентруватиметься на вирішенні унікальних творчих завдань. Особливостям трансформації економічних систем в умовах інформатизації господарства присвячено один із розділів цього підручника.

В епоху трансформаційних переходів істотно збільшується динамізм економічних систем. У цих умовах значно зростає потреба в умінні реалізовувати трансформаційні процеси в економічних системах, швидко переходити від одних форм до інших, наповнюючи їх адекватним змістом, що обумовлено викликами сучасності.

Цей підручник є своєрідним продовженням існуючої методичної літератури економічного спрямування, зокрема і виданої раніше тим самим авторським колективом (підручник «Економіка підприємства», 2013; підручник «Бізнес-адміністрування», 2009; підручник «Підприємництво, торгівля і біржова діяльність», 2018; навчальний посібник «Проривні технології в економіці і бізнесі», 2020). У підручнику поряд із матеріалами, де розглянуто питання функціонування економічних систем на ринку (у них, зокрема, характеризуються виробничі фактори, фінансові питання, бізнес-планування тощо), містяться розділи, де розглядаються питання розвитку підприємства, дематеріалізації в бізнес-середовищі, впровадження інновацій, ініціювання бізнес-процесів, а також інші актуальні в сучасних умовах матеріали.

Автори сподіваються, що цей підручник дозволить студентам, викладачам та фахівцям бізнесу не лише розширити кругозір, а й отримати необхідний поштовх до самонавчання й отримання нових знань.

Підручник призначений для викладачів та студентів, а також може бути використаний керівниками підприємств, фахівцями та бізнесменами як науково-освітній матеріал.

### Література

1. Бізнес-адміністрування: магістерський курс: Підручник / За ред. д.е.н., проф. Л.Г. Мельника, д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка та к.е.н., доц. І.М. Сотник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. 896 с.
2. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. Л.Г. Мельника. Суми: Університетська книга, 2012. 864 с.
3. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред.: І.М. Сотник, Л.М. Таранюка. Суми: Університетська книга, 2018. 572 с.
4. Проривні технології в економіці і бізнесі (досвід ЄС та практика України у світлі III, IV і V промислових революцій): навч. посіб. / за ред. Л.Г. Мельника та Б.Л. Ковальова. Суми: СумДУ, 2020. 180 с.



**Авторський внесок у створення підручника здійснили:** д.е.н., проф. Л. Г. Мельник (редактор) – вступ, 5.1, 5.2; 10; висновки; д.е.н., проф. О. І. Карінцева (редактор) – 5.1, 5.2, 5.4, 7; к.е.н., доц. О. Вік. Кубатко (технічний редактор) – вступ, висновки; к.е.н., доц. Ю. В. Чорток (технічний редактор) – 9; Т. В. Бабій – 12.2; д.е.н., проф. Є. О. Балацький – 5.1–5.2; к.е.н., доц. І. М. Бурлакова – 5.2, 5.4; д.е.н., проф. Т. А. Васильєва – 8.2, 8.5; д.е.н., проф. О. А. Веклич – 8.1; к.е.н., доц. О. М. Владимир – 6; к.е.н., доц. Л. Ю. Возна – 11; к.е.н., доц. О. М. Волк (Німеччина) – 10.5; к.е.н. В. І. Вороненко – 5.2, 5.4; PhD Л. Генс (Бельгія) – 10.6; к.е.н. О. С. Гончаренко – 3; кейс до розділу 3; д.е.н., проф. А. А. Гриценко – 10.5; к.е.н., доц. Ю. М. Дерев'янка – 8.1, 8.6; А. О. Дериколенко – 9.5; д.е.н., доц. О. М. Дериколенко – кейс до розділу 9; д.е.н., проф. О. В. Димченко – 10.5, 10.6; д.е.н., проф. І. А. Дмитрієв – 10.4, 10.5; к.е.н., доц. О. М. Дутченко – глосарій; Ю. М. Завдов'єва – 2.2; д.е.н., проф. М. В. Зось-Кіор – 2.3, 3.3; к.е.н. О. І. Іваненко – 12.3; д.е.н., проф. В. О. Касьяненко – кейс до розділу 7, 8.4, 8.5, 10.1–10.3; к.е.н. Т. В. Касьяненко – 5.3, 6.1, 7, 8.1–8.3, 9.3; к.е.н., К. І. Кириченко – 1.4, 12.2; к.е.н., доц. Б. Л. Ковальов – 10.5; PhD Н. І. Коновалова (Латвія) – кейс до розділу 12; к.е.н. Р. В. Кочубей – 9.1, 9.2; д.е.н., проф. О. Вас. Кубатко – 5.1, 7.2, 7.4, 9.3, 10.2, 10.6; к.е.н., доц. О. А. Лукаш – 8.2–8.5; д.е.н., проф. І. А. Маркіна – 1.3, 1.4; д.е.н., проф. О. І. Маслак – 4.3, 8.7; к.е.н., доц. О. М. Маценко – кейс до розділу 9; PhD В. Мельник (Іспанія) – 2.1–2.2; Н. М. Мельник – 8.7, кейс до розділу 8; д.е.н., проф. Є. В. Мішенін – 1.2; к.е.н., доц. Г. А. Мішеніна – 1.1; д.е.н., проф. Л. Є. Момотюк – 11.1, 11.2; д.е.н., проф. Г. В. Назарова – 1.5, 5.4, 10.6; д.е.н., проф. О. Г. Осауленко – 10.2, 10.5; к.е.н., доц. Т. В. Пімоненко – кейс до розділу 2; кейс до розділу 10; д.е.н., проф. П. Г. Перерва – 2.4, 2.5, 11.4; к.е.н. К. Р. Приходько – 10.3; д.е.н., проф. Р. Ф. Пустовійт – 1.4–1.5; кейс до розділу 1; к.е.н., А. І. Рубан – 10.3, 10.5; доц. Н. В. Рябцева – 4; к.е.н., доц. В. В. Сабадаш – 12; д.е.н., проф. С. О. Самаль – 5.4, 10.4 (Білорусь); д.е.н., проф. І. М. Сотник – кейс до розділу 3; асп. Ю. С. Срібранець – кейс до розділу 7; PhD, проф. Т. Тамбовцева – 9.2, 9.5 (Латвія); д.е.н., проф. В. М. Тарасевич – 4; к.е.н., доц. М. О. Харченко – 5.1, 5.2, 5.4, 7; О. О. Часник – 9.2; к.е.н., доц. О. Ю. Чигрин – 2; к.е.н., доц. О. М. Шершенюк – 10.6; д.е.н., проф. Л. В. Шаульська – 9.1, 9.2; д.е.н., проф. О. В. Шкарупа – 9; к.е.н., доц. І. Є. Ярова – 1.3.

**Слова подяки.** Автори висловлюють подяку рецензентам за цінні поради та зауваження, також вдячні колегам за сприяння у виданні книги.

# РОЗДІЛ 1

## ВСТУП ДО БІЗНЕСУ

- Сутність та історичний розвиток понять «бізнес» та «підприємництво»
- Функції та умови підприємницького бізнесу
- Організація бізнесу
- Інституційне середовище підприємництва в Україні
- Взаємодія інституційного середовища і підприємництва

### 1.1 Сутність та історичний розвиток понять «бізнес» та «підприємництво»

Сучасна економічна наука визначає поняття «підприємництво» з точки зору двох аспектів. З одного боку, підприємництво є формою економічної активності. Це передбачає орієнтацію на досягнення комерційного успіху, перспективність, інноваційний характер діяльності, незалежність та самостійність суб'єктів у прийнятті управлінських рішень. З іншого боку, підприємництво необхідно розглядати як певні стиль і тип господарської поведінки, для яких характерні такі ознаки: мобільність, динамічність, творчий підхід до справи, ініціативність та підприємливість, готовність до ризику і вміння ним керувати, орієнтація на потреби споживачів. Підприємництво, як і будь-який інший вид діяльності, повинно мати теоретичні основи, що пояснюють його зміст.

#### Історична довідка

Перші спроби систематичного теоретичного осмислення підприємництва почалися в XVII в. Уперше поняття «підприємець» у науковий обіг ввів англійський банкір-економіст Ричард Кантільон (Richard Cantillon) (1680–1734). Він розумів підприємництво як особливу економічну функцію і підкреслював елемент ризику, який завжди був властивий підприємству. Кантільон визначав підприємця як людину, яка за певну ціну купує засоби виробництва, щоб виробити продукцію і продати її з метою отримання доходів, і яка, беручи на себе зобов'язання за видатками, не знає, за якими цінами може здійснитися реалізація. До підприємців він відносив людей із нефіксованим прибутком (ремісників, купців, селян та ін.), тобто тих, хто зайнятий економічною діяльністю в умовах нестабільності та непередбачуваності цін. Тому головною рисою підприємця Кантільон і вважав готовність до ризику. Він розглядав підприємця як особу, яка приймає рішення і задовольняє свої інтереси в умовах невизначеності. Підприємець, за Кантільоном, – це будь-який індивід, здатний до передбачення, який бажає брати на себе ризик, спрямований у майбутнє, чії дії характеризуються надією отримати дохід і готовністю до витрат (Варналій, 2001).

У 1797 році Бодо поєднує категорію ризику з категорією відповідальності, включивши в процес підприємництва планування, контроль, організацію і воло-

діння підприємством. В історії економічної думки протягом XIX–XX століть відбувалася трансформація категорії «підприємництво» залежно від існуючих парадигм економічної реальності і від зміни фігури реального підприємця як економічного агента.

У 1803 році Жан Батист Сей, спираючись на основні положення Кантільона, вніс «ідеальний тип» підприємця в певний виробничий процес, ввів у зміст підприємницької функції такі елементи:

- поєднання чинників виробництва (капіталу та праці);
- збір інформації та накопичення необхідного досвіду (оскільки інформація не може бути повною, а досвідом можна скористатися і в невизначених ситуаціях);
- прийняття рішення і організація виробничого процесу.

Таким чином, підприємець у Сея був керуючим і координатором факторів виробництва, особою, яка береться за свій рахунок, на свій ризик і на свою користь зробити певний продукт (Донець та ін., 2006).

І лише на рубежі XX ст. починається усвідомлення значення й ролі інституту підприємництва. Французький економіст Андре Маршалл першим додав до зазначених вище трьох факторів четвертий – організацію. Із цього часу поняття підприємництва розширюється, як і надані йому функції.

Англійський економіст Альфред Маршалл ототожнював підприємництво із менеджментом. У фундаментальній праці «Принципи економікс» А. Маршалл особливо підкреслив інноваційний момент і активну роль самого підприємця у застосуванні нових машин і технологічних процесів.

З ім'ям Йозефа Шумпетера пов'язаний наступний етап у розвитку поняття «підприємництво». Його книга «Теорія економічного розвитку», що вийшла в 1912 році, описувала економіку з точки зору тенденції і рівноваги. Але в центрі економічного дослідження перебувала фігура підприємця, діяльність якого визначала форму і зміст усіх динамічних змін в економіці, їх розвиток, тобто перехід від одного рівноважного стану в інший. Шумпетер вважав, що підприємницька діяльність лежить в основі будь-якого розвитку, сприяє переходу економіки з одного рівноважного стану в інший. Відмінною ознакою підприємця автор вважав здійснення ним нових функцій: виготовлення нового блага, удосконалення існуючих благ, зміна структури сфери діяльності.

Шумпетер, по суті, вперше в західній економічній науці розглянув підприємця як суб'єкта соціального самостійного аналізу. Із нестійкого соціального феномена шумпетеріанський «підприємець» в другій половині XX століття перетворився на одну з центральних фігур господарської діяльності.

По-новому цю проблему розглядав англійський економіст, лауреат Нобелівської премії з економіки 1974 р. М. Ф. Хайєк. На його думку, суть підприємництва – це пошук та вивчення нових економічних можливостей, характеристика поведінки, а не вид діяльності.

Узагальнюючи наукові погляди на сутність підприємництва і на роль підприємця в контексті історичної еволюції, можна констатувати, що підприємець – це активний суб'єкт пошуку і реалізації нових можливостей у генеруванні та освоєнні новаторських ідей, розробленні нових продуктів і

технологій, здійсненні інновацій та оволодінні перспективними факторами економічного розвитку.

*Підприємництво* – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних та соціальних результатів й одержання прибутку. Підприємництво як економічний феномен є категорією бізнесу. Підприємництво – динамічний, активний елемент бізнесу, що являє собою самостійну діяльність, здійснювану під свою майнову відповідальність громадянами, об'єднаннями громадян із виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг з метою отримання прибутку. Підприємництво включає в оборот свого суб'єкта – підприємця, а не всіх учасників ринку (Мацібора та ін., 2008). У господарській практиці «підприємництво» та «бізнес» часто ототожнюють.

Американське за походженням слово «бізнес» (від форми «busy» – «зайнятий») із часу свого виникнення знайшло у всіх англословних країнах (перш за все в США) безліч родинних, але неоднакових за змістом значень: професія, заняття, справа, підприємництво; угоди; ділові кола; ділове життя; компанії або джерело заробітку (Современный, 1995).

*Бізнес* – поняття більш широке, ніж підприємництво. Воно охоплює всі відносини, що виникають між учасниками ринкової економіки, включаючи не лише підприємців, але і споживачів, найманих працівників, державні структури.

Елементи системи бізнесу подані на рис. 1.1.

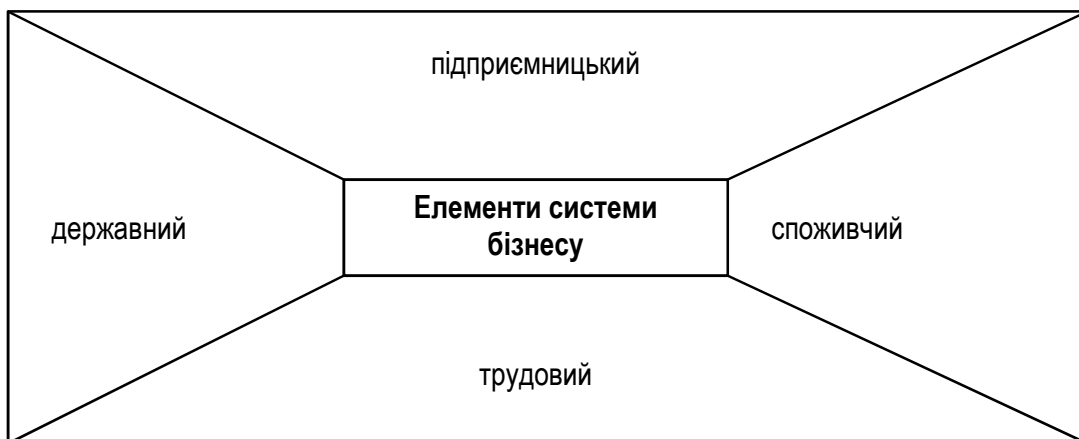


Рисунок 1.1 – Елементи системи бізнесу

Діловий інтерес держави відображає потребу в здійсненні пріоритетних загальнодержавних науково-технічних, науково-виробничих та інших програм, які можуть бути корисними державі і суспільству. Держава сти-

мулює (заохочує) підприємницькі фірми брати участь у цих програмах, а саме має можливість реалізувати їх.

Основою державного бізнесу є державна власність на засоби виробництва, інформацію, продукти інтелектуальної праці, цінні папери, грошові ресурси.

Трудовий бізнес – це бізнес людей, що працюють за наймом. Ділова зацікавленість найманих працівників – отримання доходу – реалізується за допомогою роботи в підприємницькій фірмі.

Основою трудового бізнесу є приватна власність на робочу силу.

*Споживчий бізнес* – це бізнес, що здійснюється усіма громадянами і відображає загальну участь людей у системі ділових відносин. Споживчий бізнес відображає зацікавленість людей у кінцевому результаті виробництва і безпосередньо спрямований на пошук кращих умов отримання цих результатів.

Учасниками споживчого бізнесу є підприємці як споживачі продукції інших фірм.

*Діловий інтерес споживачів* – придбання товарів і послуг – реалізується через встановлення контактів з виробниками і продавцями продукції (послуг) на основі самостійного пошуку контрагентів за принципом максимізації вигоди.

Для підприємців вигоду становить прибуток (у грошовому вираженні), для споживачів – товар (послуга), який найбільше задовольняє їхні потреби.

Основою споживчого бізнесу є приватна власність на предмети споживання і послуги.

Підприємницький бізнес реалізується через виробництво і продаж продукції (виконання робіт та послуг). Основою підприємницького бізнесу є приватна власність на засоби виробництва (Економіка, 2012). Суть підприємницького бізнесу розглянемо через його функції та умови.

## **1.2 Функції та умови підприємницького бізнесу**

**Сутність бізнесу** більш глибоко розкривається через його основні функції – інноваційну (творчу), ресурсну, організаційну, стимулювальну (мотиваційну) (рис. 1.2).

*Інноваційна* (творча) функція бізнесу полягає у сприянні генеруванню та реалізації нових комерційних ідей, у здійсненні техніко-економічних, наукових розробок, проєктів, пов'язаних із господарським ризиком.

*Ресурсна функція* бізнесу передбачає мобілізацію на добровільних засадах матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів.

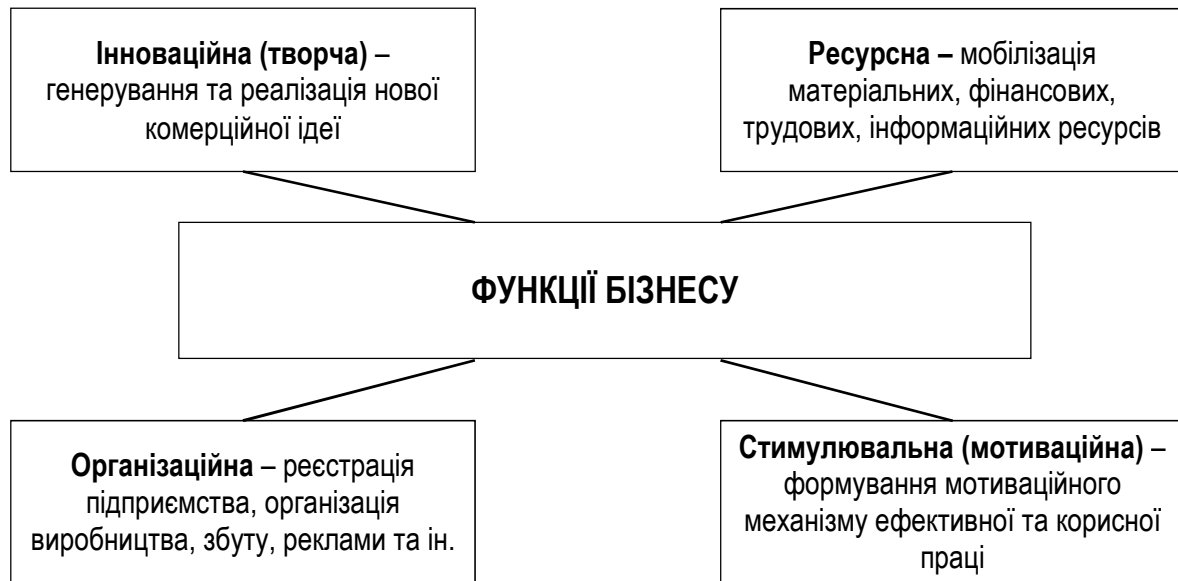


Рисунок 1.2 – Основні функції бізнесу

*Організаційна функція* бізнесу полягає у безпосередній організації виробництва, збуту, реклами та ін. Зводиться до поєднання ресурсів в оптимальних пропорціях, здійснення контролю за їх використанням.

*Стимульовальна (мотиваційна) функція* бізнесу зводиться до формування стимульовального (мотиваційного) механізму ефективного використання ресурсів з урахуванням досягнень науки, техніки, управління й організації виробництва, а також до максимального задоволення потреб споживача.

*Економічною основою бізнесу* є приватна власність. Власність – це відносини, що складаються між суб'єктами власності щодо привласнення засобів виробництва та результатів праці.

Історія не знає прикладів переходу до ринкової економіки без опори на приватну власність. Відомо, що такі форми власності, як колективна, кооперативна, акціонерна, пайова, історично виникли в результаті розвитку приватної власності, вийшли з неї, прийшли їй на зміну. Те саме можна сказати і про державну власність. Ця форма повинна коригувати розвиток приватної власності, ліквідувати властиві їй суперечності, а у разі потреби – через раціоналізацію – знову повертатися в приватну власність. Яскравий приклад – це реформи М. Тетчер у Великобританії.

Відносини власності на засоби виробництва покладені в основу всіх виробничих відносин будь-якої економічної системи господарювання. Основою відносин власності є відносини привласнення засобів виробництва та його результатів, що охоплюють володіння, розпорядження та користування. Таким чином, приватна власність є економічною основою підпри-

ємництва і розкриває простір для його функціонування і розвитку (Варналій, 2002).

Передумовою розвитку бізнесу є економічна свобода суб'єктів господарювання. Вона являє собою свободу господарської діяльності, торгівлі, землекористування, співпраці та ін. Економічна свобода однаково важлива як для підприємця, так і для споживача, оскільки створює середовище для творчої діяльності особистості, сприяє реалізації підприємницької ініціативи.

Ринковий механізм господарювання об'єктивно передбачає свободу господарювання. Складовими економічної свободи є: економічна самостійність, економічна відповідальність, економічна рівноправність.

**Економічна самостійність** полягає в наявності у підприємця права на власність, права на самостійний вибір форми власності, форми господарювання, на самостійне планування своєї фінансово-господарської діяльності, вільне розпорядження прибутком, самостійний вибір ресурсів, постачальників та споживачів виробленої продукції, встановлення різних форм, систем і, що є головним, розмірів оплати праці.

**Економічна відповідальність** полягає у відповідальності підприємця своїм майном за результати господарювання: продукцією (послугами), що підлягають реалізації на ринку, та прибутком, що залишається в розпорядженні підприємця після виплати платежів, встановлених законодавством. Невиконання договірних зобов'язань за термінами і якістю повинно покриватися штрафними санкціями, що передбачають не лише прямі збитки, а й упущену вигоду. За завдану шкоду і збитки підприємець несе майнову та інші види відповідальності, встановлені законом.

**Економічна рівноправність.** Мова йде про однакові умови для будь-якої господарської діяльності незалежно від форми власності та форми господарювання. Під рівними економічними умовами мають на увазі однакові для всіх механізми ціноутворення, оподаткування, розподілу прибутку, інвестиційної та кредитної політики, державного замовлення та ін. Держава повинна гарантувати всім підприємцям незалежно від обраних форм підприємницької діяльності рівні права, створювати рівні можливості для доступу до матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів. Необхідно зазначити, що деякі сфери діяльності або організаційні форми мають (або можуть мати) певні пільги. Так, певні пільги в оподаткуванні мають суб'єкти малого підприємництва (Варналій, 2002).

**Умови та принципи бізнесу.** Для ефективного і стабільного розвитку підприємницького бізнесу необхідно створити певний комплекс умов в усіх сферах суспільного життя: економіці, праві, політиці та ін.

В економічній сфері найважливішими умовами є:

1) реальний плюралізм форм власності, тобто наявність різних типів та форм власності, що визнані чинним законодавством рівноправними і можуть конкурувати між собою в боротьбі за ринки збуту, сфери вкладення капіталу та ін.;

2) розвинена інфраструктура підтримки підприємництва (консультаційні центри з питань управління підприємствами, курси та школи підготовки підприємців, інноваційні центри й ін.);

3) стабільна, науково обґрунтована економічна політика держави, зокрема політика підтримки підприємництва;

4) державне регулювання економіки, передусім за допомогою економічних важелів;

5) раціональна економічна, зовнішньоекономічна політика, зокрема продумана політика протекціонізму, захист вітчизняного товаровиробника.

У сфері права основними умовами підприємницької діяльності є:

1) ефективна і стабільна законодавча база з підприємництва;

2) розвинене антимонопольне законодавство і наявність достатніх механізмів його реалізації;

3) ефективна система захисту інтелектуальної власності (винаходів, патентів, ліцензій та ін.);

4) проста процедура реєстрації підприємств, скорочення форм звітності та контролю за їх діяльністю, відсутність хабарництва та свавілля у цій діяльності;

5) пільгове податкове законодавство.

Важливими умовами підприємницького бізнесу в інших сферах є: стабільна політична ситуація; позитивна громадська думка про діяльність підприємців; належний рівень культури підприємництва (тобто етики ділових відносин, духовних цінностей суспільства у цій сфері та ін.) (Мочерний та ін., 2001).

За наявності наведених умов бізнес формується згідно з такими принципами:

- вільний вибір видів діяльності, не заборонених чинним законодавством (окремі види діяльності можуть здійснюватися лише державними підприємствами та організаціями, а деякі – лише на підставі спеціального дозволу (ліцензії));

- залучення на добровільних засадах до заняття підприємницькою діяльністю майна та коштів юридичних осіб і громадян;

- самостійне формування програми діяльності;

- самостійний вибір постачальників та споживачів продукції, що виробляється;

- самостійне встановлення цін відповідно до законодавства;

- вільний найм працівників;



- залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших ресурсів, використання яких не заборонено або не обмежено законодавством;
- вільне розпорядження прибутком, що залишається після всіх платежів, встановлених законодавством;
- самостійне здійснення підприємцем – юридичною особою зовнішньоекономічної діяльності;
- використання будь-яким підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд (Економіка, 2012).

На рис. 1.3 зображена роль бізнесу у формуванні ефективної системи господарювання.



Рисунок 1.3 – Роль бізнесу у формуванні ефективної системи господарювання

**Рушійні сили бізнесу.** Важливими рушійними силами підприємства є:

- *протиріччя.* Бізнес відображає сформовані в суспільстві відносини, джерелом розвитку яких є внутрішні суперечності способу виробництва. Як відомо, протиріччя – рушійна сила будь-якого розвитку, зокрема і бізнесу. Протиріччя між продуктивними силами і виробничими відносинами є найбільш загальним в економічній системі суспільства і підприємства, які охоплюють цілу систему суперечностей, що виникають між різними їх елементами (між виробництвом і споживанням, зростанням потреб і можливістю їх задоволення, між різними формами власності, ін-

тересами, попитом та пропозицією, технікою і технологією, робочою силою і засобами виробництва);

- *ділова творчість людини*. Бізнес – це соціально-економічна і ділова творчість людини. Саме в самій людині, в її власній ініціативі, енергії, активності, відповідальності, порядності, винятковій працьовитості закладені рушійні сили бізнесу. Прагнення людини реалізувати свої ідеї, винаходи, проявити себе, задовольнити своє здорове честолюбство, залишити після себе слід на землі спонукають її до підприємницької діяльності;

- *ризик*. Історія розвитку підприємництва показує, що без ризику бізнесу не буває. Ризик притаманний властивий лише людині. Це інтуїція, гра, обґрунтований розрахунок, змагання у конкурентній боротьбі. Це радість перемоги розуму і розрахунків або гіркота поразки і прорахунків, але те й інше стимулює бізнес. Одних ризик надихає, інших – загартовує, але виграє, як правило, суспільне виробництво, оскільки неухильно створюється багатство для людей і суспільства;

- *потреби й інтереси підприємців*. Ці потреби різноманітні. Одні бізнесмени займаються підприємницькою діяльністю для того, щоб реалізувати власну мету, отримати задоволення від своєї роботи, від застосування своїх знань та здібностей, що є ознакою економічної свободи.

Так, у результаті опитування дрібних компаній Великобританії з'ясувалося, що майже 80 % підприємців головними стимулами своєї діяльності вважають можливість відчути себе незалежними і мати задоволення від власної роботи (Мочерний та ін., 2001).

Інші бізнесмени прагнуть до самозбагачення, до максимальних прибутків. Треті – намагаються реалізувати свої ідеї, винаходи та ін. В історії суспільства і передусім у рамках економічної системи ніщо не відбувається без свідомого наміру, без бажаної мети;

- *прагнення бізнесу задовольнити суспільні потреби*, зокрема потреби споживачів. Ця мета хоча і є похідною від максимального збільшення прибутку, але відіграє порівняно самостійну роль серед стимулів підприємницької діяльності, отже, рушійних сил бізнесу. Потреби мають здатність випереджати рівень виробництва. Це пояснюється тим, що розвиток суспільства, отже, і бізнесу викликає такі потреби, які не можуть бути задоволені наявними продуктивними силами. Зростання цих потреб наштовхується на обмеженість можливостей їх задоволення, що зумовлює потребу в нових продуктивних силах (технології, техніці, впровадженні нових професій та ін.). Таким чином, потреби є рушійною силою як суспільства в цілому, так і бізнесу зокрема (Варналій, 2002);

- *економічний інтерес* – це форма реалізації потреби, користі, вигоди, що досягаються в процесі реалізації економічних відносин. Якщо

економічні відносини не реалізують економічних інтересів, підприємства намагаються досягти своєї вигоди поза діючими економічними відносинами (порушують закони, розвивають тіньову економіку та ін.);

- **система стимулів** – надзвичайно важлива характеристика системи бізнесу. Очікування винагороди є рушійною силою бізнесу, стимулює підприємців виробляти більше, а роботодавців – витратити ресурси раціонально. Стимули, виконуючи свою роль у підприємницькому бізнесі, мають різний вплив на ставлення людей до праці. Так, матеріальні стимули спонукають до праці в надії на винагороду, духовні – на суспільне визнання, соціальні – на кращі умови. Однак, незважаючи на різні способи впливу на суб'єкти підприємництва, всі стимули виконують одну функцію – активізують підприємницьку діяльність. Саме в умовах бізнесу у людини з'являється можливість створити власну справу, зайнятися тією діяльністю, яка їй подобається, в якій вона може реалізувати власні ідеї, інтереси, потреби,

- **економічна конкуренція** – це суперництво, боротьба за досягнення кращих результатів, економічна боротьба між фірмами за найбільш вигідні умови виробництва і збуту товарів. Економічна конкуренція – це суперництво між підприємцями щодо задоволення власних інтересів, пов'язаних із реалізацією продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим самим споживачам. У своєму прагненні до задоволення потреб споживачів бізнес реалізує власний економічний інтерес, лише борючись за споживача, намагаючись виштовхнути свого суперника зі сфери виробництва. Конкуренція є об'єктивною закономірністю розвитку бізнесу, важливою передумовою впорядкування цін, сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному перегрупуванню ресурсів, захищає споживача від диктату виробників (Варналій, 2002);

- **тип економічної системи.** Її ознака – це економічна демократія і економічна свобода, що зумовлюють «дух» бізнесу. Так, «духом» економічної активності капіталізму називають прагнення до найвищого прибутку;

- **стабільна й ефективна політика держави, спрямована на підтримку бізнесу.** Здійснюється шляхом надання податкових пільг, кредитів, субсидій, звільнення новостворених підприємств у перші роки від податків та ін. (Мочерний та ін., 2001).

**Культура бізнесу** – це система правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, різних інтересів, особливостей поведінки працівників даного підприємства, стилю управління, задоволеність працівників умовами праці, рівень співпраці і перспективи розвитку.

Таким чином, культура організації підприємницького бізнесу визначає клімат, стиль взаємин, цінності підприємства. Вона не лише забезпечує ви-

сокий престиж підприємства, а й сприяє підвищенню ефективності виробництва, поліпшенню якості товарів і послуг, отже, збільшенню доходів.

*Культура бізнесу* передбачає вміння так організувати його виробничу і комерційну діяльність, щоб успіхи в бізнесі поєднувалися зі створенням умов, за яких працівники максимально були б задоволені роботою.

*Основними факторами*, що впливають на культуру бізнесу, є:

- мета підприємства;
- його система цінностей та ідей;
- прийняті на підприємстві стандарти і правила.

Рівень культури підприємства визначається такими показниками:

- рівнем культури праці;
- рівнем культури управління;
- рівнем культури діяльності.

**Рівень культури праці** – відповідність засобів, способів та норм поведінки, властивих певній групі людей, які займаються спільною трудовою діяльністю, рівню розвитку суспільства. Цей аспект культури бізнесу є системою правил та норм діяльності, звичаїв і традицій, індивідуальних і загальних інтересів, особливостей поведінки працівників даної організації, стилю керівництва, задоволеності працівників умовами праці, згуртованості трудового колективу, рівня співпраці. Критеріями рівня культури праці є: зміст праці, технічна оснащеність робочого місця, організаційні форми трудового процесу, рівень освіти та професійної підготовки, життєвий досвід, моральні позиції.

**Рівень культури управління** визначається здатністю управлінського органу ефективно і далекоглядно впливати на всі сторони діяльності підприємства за допомогою прогресивної техніки і технології, високого культурно-технічного рівня персоналу, а також на основі наукової організації праці і виробництва.

**Рівень культури діяльності** – характеристика рівня прогресивності застосовуваних техніки і технології за період використання, а також продукції, що виробляється, та її відповідності рівню розвитку суспільства. Високий рівень культури може допомогти підприємству успішно працювати, а низький – перешкоджає нормальній реалізації його ділової поведінки.

*Елементи бізнес-культури:*

- законність;
- виконання зобов'язань та обов'язків, що виходять з правових актів, договірних відносин і здійснюваних законних угод, із традицій ділового спілкування, що проявляються в заподіянні майнової чи моральної шкоди партнерам, конкурентам, споживачам, найманим працівникам;

- чесність по відношенню до суб'єктів бізнесу, споживачів, партнерів, держави – це дійсно основна ознака культури підприємництва (Економіка, 2012).

*Культура бізнесу* як прояв правових та етичних критеріїв охоплює відносини: з державою, зі споживачами, з партнерами, з конкурентами, це також дотримання діючих чинних правових актів, стандартів, правил, норм, що прямо чи опосередковано впливають на розвиток підприємництва (Донець та ін., 2006).

### 1.3 Організація бізнесу

Бізнес може здійснюватися як у державному, так і в приватному секторі економіки, відповідно до цього розрізняють державний і приватний бізнес.

Кожна з цих форм бізнесу має відмітні ознаки, але основні принципи їх здійснення багато в чому збігаються. І в тому, і в іншому випадку здійснення такої діяльності припускає ініціативність, відповідальність, інноваційний підхід, прагнення до максимізації прибутку (Підприємництво, 2018).

Після того, як знайдений для себе найбільш перспективний бізнес, необхідно прийняти рішення про форму власності. Можна вибрати індивідуальну приватну фірму, товариство або корпорацію залежно від своїх потреб, а також від переваг та недоліків цих форм (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Переваги та недоліки форм власності

| Форма власності                     | Перевага   | Недолік  |
|-------------------------------------|--|--|
| 1                                   | 2  | 3  |
| <b>Індивідуальна приватна фірма</b> | Простота створення і ліквідації.<br>Контрольованість і свобода.<br>Конфіденційність.<br>Податкові пільги | Обмежені можливості отримання великих прибутків.<br>Обмеженість фінансових ресурсів.<br>Залежність від управлінських навичок власників.<br>Необмежена відповідальність.<br>«Тривалість життя» фірми, обмежена волею власника або тривалістю його життя |
| <b>Товариство</b>                   | Простота створення.  | Необмежена відповідальність головних партнерів.  |
|                                     | Податкові пільги.  | Імовірність особистого конфлікту між партнерами.   |

Продовження табл. 1.1

| 1                 | 2   | 3   |
|-------------------|---|---|
|                   | <p>Можливість для висококваліфікованих працівників стати партнерами фірми.</p> <p>Права юридичної особи при судовому розгляді.</p> <p>Розширення джерел фінансування та кредитування.</p> <p>Можливість продовжувати справу незалежно від зміни власників</p> | <p>Потенційна небезпека конкуренції між найманими працівниками за статус партнера.</p> <p>Недостатньо чітке розмежування відповідальності в управлінні.</p> <p>Труднощі ліквідації.</p> <p>Вимога гласності</p> |
| <b>Корпорація</b> | <p>Обмежена відповідальність акціонерів (власників).</p> <p>Ліквідність фінансових коштів.</p> <p>Необмежена «тривалість життя»</p>   | <p>Великі витрати на створення і ліквідацію.</p> <p>Високі ставки податків</p>  |

Оптимальна форма бізнесу залежить від ряду обставин, пов'язаних з особистим фінансовим становищем; типу підприємства; кількості службовців; ситуації з податками. З цього приводу доцільно порадитися з адвокатом і бухгалтером, які спеціалізуються в цій сфері. Незалежно від форми власності – нехай це індивідуальна приватна фірма, товариство або корпорація, необхідно отримати різні ліцензії та дозволи.

Ліцензуванню підприємницької діяльності підлягають лише ті види підприємницької діяльності, що безпосередньо впливають на здоров'я людини, довкілля та безпеку держави.

*Ліцензія* – це документ державного зразка, що засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом певного терміну за умови виконання ліцензійних умов.

*Ліцензіат* – це суб'єкт господарювання, який отримав ліцензію на проведення певного виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню.

Для здійснення підприємницької діяльності, що ліцензується, необхідно отримати відповідну ліцензію і дотримуватися певних умов та правил здійснення даного виду діяльності (ліцензійні умови).

Деякі види діяльності здійснюються відповідно до придбаних патентів.

*Патент* – це державне свідоцтво, що засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності або його структурного (відокремленого) підрозділу займатися певними видами підприємницької діяльності (Підприємництво, 2018).

З 2019 року в Україні стало можливим зареєструвати товариство з обмеженою відповідальністю онлайн завдяки новій електронній послугі.

Через персональний кабінет «Онлайн будинку юстиції» можна подати документи на державну реєстрацію:

- товариства з обмеженою відповідальністю, що здійснює діяльність на підставі модельного статуту;
- заяви на державну реєстрацію створення юридичної особи;
- заяви про державну реєстрацію переходу юридичної особи на діяльність на підставі модельного статуту;
- модельного статуту, сформованого шляхом обрання відповідних положень модельного статуту, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 27.03.2019 № 367 «Деякі питання дерегуляції господарської діяльності»;
- рішення засновників товариства з обмеженою відповідальністю про створення юридичної особи;
- рішення уповноваженого органу управління юридичної особи про перехід на діяльність на підставі модельного статуту.

Електронна послуга, що дозволяє зареєструвати громадську організацію зі статусом юридичної особи, забезпечує:

- формування заяви в електронній формі через персональний кабінет заявника;
- додання до заяви, що склалася в електронній формі, оригіналів електронних документів для державної реєстрації.

Новація доступна на порталі «Онлайн будинку юстиції» та веб-порталі Кабінету Міністрів України в розділі «Електронні послуги». Одночасно можна подати заяву для застосування спрощеної системи оподаткування та реєстрації платником податку на додану вартість (ПДВ). Діючі ТОВ, що працюють на підставі власної редакції установчих документів, отримують можливість дистанційно перейти на модельний статут без необхідності відвідувати центри надання адміністративних послуг або суб'єктів державної реєстрації особисто (Реєстраційні, 2019).

**Припинення підприємницької діяльності.** Припинення діяльності підприємства відбувається шляхом його ліквідації та реорганізації.

**Реорганізація підприємства** – процес перетворення, перебудови організаційної структури та управління підприємством при збереженні його виробничого потенціалу, зокрема основних фондів.

Формами реорганізації є злиття, приєднання, поділ, виділення та перетворення підприємств.

**Ліквідація** підприємства може здійснюватися добровільно (ліквідаційною комісією, утвореною власником або уповноваженим ним органом, призначеним ліквідаційною організацією) і примусово (комісією, призначеною судом або відповідним державним органом). Ліквідація та реоргані-

зація підприємства відбуваються за рішенням власника та за участю трудового колективу.

Основними причинами ліквідації підприємства є:

- 1) його банкрутство, тобто нездатність платити за своїми зобов'язаннями, а також повернути наявні борги. Конкретними причинами банкрутства підприємств є їх низька конкурентоспроможність, надмірні витрати виробництва та обігу, нестача оборотних коштів, високі відсотки за кредит, погіршення економічної кон'юнктури й ін.;
- 2) закінчення терміну, на який підприємство створювалося, або після досягнення мети, поставленої суб'єктами підприємницької діяльності під час його організації;
- 3) прийняття рішення про заборону діяльності підприємства через невиконання умов, встановлених законодавством, якщо в передбачений рішенням строк не забезпечено дотримання цих умов або не змінений вид діяльності;
- 4) систематичне і грубе порушення чинного законодавства.

У разі певної реорганізації підприємства чинним законодавством передбачено такий розподіл діяльності:

- 1) при злитті кількох підприємств усі майнові права та обов'язки кожного з них переходять до новоствореного підприємства;
- 2) при приєднанні одного підприємства до іншого усі майнові права та обов'язки приєданого підприємства переходять до іншого;
- 3) при поділі підприємства до новостворених підприємств переходять за роздільним актом (балансом) у відповідних пропорціях майнові права та обов'язки;
- 4) при виділенні з підприємства одного або кількох нових підприємств до кожного з них переходять за роздільним актом у відповідних пропорціях майнові права та обов'язки;
- 5) при перетворенні одного підприємства на інше до новоствореного підприємства переходять усі права та обов'язки.

*Механізм ліквідації підприємства такий:*

- 1) власник, суд або орган, уповноважений створювати підприємства, який прийняв рішення про ліквідацію цього підприємства, встановлює порядок і строки проведення його ліквідації, а також терміни для висунення претензій кредиторів. Цей термін не може бути меншим від двох місяців із моменту оголошення про ліквідацію;
- 2) ліквідаційна комісія або інший орган, що проводить ліквідацію підприємства, розміщує в офіційній пресі за місцем знаходження підприємства повідомлення про його ліквідацію, порядок і термін висунення кредитором претензій;



3) у першочерговому порядку задовольняються борги перед бюджетами і компенсуються витрати на відновлення природного середовища, якому могло завдати шкоди ліквідоване підприємство;

4) ліквідаційна комісія проводить відповідну роботу зі стягнення дебіторської заборгованості підприємству і виявлення претензій кредиторів із повідомленням їх про ліквідацію підприємства;

5) ліквідаційна комісія або орган, що проводить ліквідацію, оцінює наявне майно підприємства і розраховується з кредиторами, складає ліквідаційний баланс та подає його власнику або органу, що призначив цю комісію;

6) внесок кожного члена трудового колективу видають йому в грошовій формі або цінними паперами після задоволення претензій кредиторів.

## 1.4 Інституційне середовище підприємництва в Україні

*Інститути (в інституціональній економіці)* – це розроблені й ухвалені формальні (конституції, закони, кодекси) та неформальні правила (угоди, добровільно прийняті норми поведінки), а також чинники примусу щодо їх виконання (санкції), що структурують взаємодії між суб'єктами економічної діяльності. Інститути визначають «правила гри» людського співіснування. «Гравцями» в інституційному середовищі є організації (фірми, домогосподарства тощо), під якими розуміють групи людей, об'єднаних прагненнями для досягнення певної мети.

У свою чергу, *інституційне середовище* являє собою сукупність фундаментальних, політичних, соціальних та юридичних правил, що регулюють сферу економічної діяльності, підґрунтям якої є визначені права власності.

Якщо конкретизувати *інституційне середовище підприємництва*, то під зазначеним розуміють систему норм та правил, сформовану у господарській сфері і загальновизнану суспільством, а саме: формальні і неформальні інститути, що супроводжують підприємницький процес.

Бізнес також зорієнтований на ухвалення *інституційних угод* як механізм управління транзакціями (контрактами) у межах функціонуючого інституційного середовища. Таким чином, підприємницька діяльність регулюється визнаними суспільством та бізнесом нормами і виокремлюється від інших сфер економічної діяльності відповідними правилами, що матеріалізуються в контрактних угодах і під які формується необхідне правове підґрунтя.

Також підкреслимо, що підприємництво здійснюється в умовах *інституційної динаміки* – безперервного соціально-політичного й економічного процесів у реальному часі, що інтегрують загальновизнані сус-

пільством формальні і неформальні норми поведінки, а також результати діяльності господарських та політичних суб'єктів (Варналій, 2002).

Для створення умов ефективного функціонування підприємництва у сприятливому інституційному середовищі необхідне ухвалення урядом відповідних формальних правил щодо таких чинників.

*1. Захист підприємців від зазіхань на їхні майнові права з боку державних інституцій і створення інституційних передумов для незаперечної специфікації прав власності.*

При цьому необхідно розуміти, що орієнтація на державну і колективну власність в колишньому СРСР протягом десятиліть стримувала ініціативу і підприємницькі здібності громадян країни, протидіяла можливості використовувати творчий потенціал бізнесу в інтересах суспільства, сприяла виникненню і поглибленню негативних тенденцій у розвитку економіки, хронічному відставанню від розвинених держав щодо забезпечення зростаючих потреб домогосподарств, тотальному дефіциту. Водночас монополізм державної власності в економіці призвів до функціонування економіки, зорієнтованої на виробництво засобів виробництва і потреби військово-промислового комплексу, та деформував таку рушійну силу економічного розвитку, як конкуренція, підмінивши її соціалістичним змаганням (Современный, 1995).

Тому необхідною умовою ефективного функціонування ринку є чітка специфікація прав власності, що визначається як «пучок» прав, що належать тому чи іншому індивіду і взаємна передача яких супроводжує обмін та розподіл благ. Пучок прав власності включає: право володіння – можливість здійснення виняткового фізичного контролю над благами; право використання – право використання корисних властивостей благ для себе; право управління – право вирішувати, хто і як буде забезпечувати використання благ; право суверена – право на відчуження, споживання, зміну чи відчуження благ; право на безпеку – право на захист від експропріації благ; право на передачу благ у спадщину; право на безстроковість володіння благом; заборона використання, яке завдає шкоду іншим; право на відповідальність у вигляді стягнення – можливість стягнення блага для сплати боргу; право на залишковий характер – право на існування процедур та інститутів, що забезпечують відновлення порушених повноважень; право на дохід – право володіти результатами від використання благ.

Необхідно зазначити, що при всій різноманітності інститутів власності в різних країнах зазначені права власності практично є однаковими. Але в будь-якому випадку основною вимогою, що висувається до правової інфраструктури, яка регулює відносини власності, є відсутність «прогалів в її специфікації». Конституції, закони та підзаконні акти повинні забезпечувати можливість вирішення будь-якого питання щодо специфікації прав власності відповідно до встановлених формальних норм.

Водночас закон повинен бути конкретним (що усуває можливість двозначного тлумачення), виконання законодавчих актів повинно забезпечуватися відповідною юридичною інфраструктурою з чітко «виписаними» формальними правилами, що контролюють права власності, які виконують їхні вимоги та ініціюють необхідні зміни в інституційному полі власності. В протилежній ситуації говоримо про розмитість або неповну специфікацію прав власності.

*2. Усунення негативного впливу контрольних-наглядових функцій та потенційних можливостей для корупційних дій з боку державних інституцій.*

Вирішення цієї проблеми полягає в ефективній і спрощеній регуляторній політиці щодо підприємництва.

Аналіз зазначеного сегмента інституційного середовища зорієнтований на методику Світового банку, виходячи з якої аналізуються такі показники якості регуляторних процедур у підприємницькій сфері: створення нової компанії; наймання та звільнення працівників; можливості отримання кредиту; ліквідація (банкрутство) підприємства; реєстрація прав на нерухоме майно; захист прав інвесторів.

Створення численних регуляторних актів, що суперечать аргументам формальних інститутів, що вже були імплантовані в економічну діяльність бізнесу, змушує підприємців постійно порушувати офіційні правила «ринкової гри». Водночас необхідно зважувати на те, що в інституційному бізнес-середовищі існує чітка взаємозалежність: чим складнішою є регуляторна система, тим частіше підприємці змушені її порушувати.

У свою чергу, бар'єри, що перешкоджають ефективній реалізації підприємницької діяльності, визначають як «адміністративні бар'єри», під якими розуміють перешкоди, що виникають під час організації та здійснення бізнесових функцій, як наслідки встановлення органами державного управління і місцевого самоврядування, а також контролюючими бізнес-установами бюрократичних процедур та правил, що перешкоджають підприємству і передбачають надання неформальних винагород (хабарів) для їх подолання.

Разом із тим ринковий механізм потребує таких нормативних інститутів, які не провокують підприємців щодо їхнього порушення. При цьому передбачається, що запровадження відповідної норми в інституційне підприємницьке середовище матиме реальну ефективну віддачу за умови запобігання негативному впливу такого чинника, як: очікувані санкції, що принаймні дорівнюватимуть величині від'ємного зовнішнього ефекту (Современный, 1995).

Водночас найхарактернішими факторами, що призводять до корупційної залежності підприємців від державно-адміністративного апарату, є:

- участь посадових осіб з корисливих спонукань у підприємницькій діяльності;
- використання можновладцями службового становища для створення можливостей щодо незаконного або «непрозорого» використання комерційними структурами бюджетних коштів з метою отримання незаконної грошової винагороди;
- надання підприємцям різноманітних пільг для отримання чиновниками частки прибутку від тих преференцій, які затребувані підприємцями;
- використання державних коштів та «адміністративного» ресурсу для досягнення політичних цілей (Мочерний та ін., 2001).

### *3. Державна підтримка і стимулювання підприємництва.*

Необхідно зазначити, що переспрямувати підприємства, які функціонували в умовах адміністративно-командної економіки, на ринкові рейки було досить складним процесом і вимагало докорінних змін в усіх сферах економічної діяльності: виробництві конкурентоспроможних товарів і послуг, маркетингу, менеджменті, позиціонуванні на ринку факторів виробництва, налагодженні нових стандартів витрат, в бухгалтерському та фінансовому обліку, впровадженні принципів підприємницької культури.

Але зміна якісних характеристик трансформаційного бізнес-середовища та необхідність надання йому стимулювального характеру, особливо в інноваційній сфері, по суті, вимагають нового інноваційного підходу до проблем підприємництва.

При цьому акцентуємо увагу на ключовій ролі держави, принаймні в трьох сегментах: законодавчому, фінансовому і ринковому. Законодавча сфера забезпечує якість формальних інститутів, що впливають на темпи і властивості економічного зростання на основі механізмів специфікації, захисту та передачі прав власності; фінансова сфера вирішує проблеми поширення інформації, що дозволяє вирішити не лише питання міжгалузевого переміщення капіталу, а й забезпечити можливості щодо диверсифікації ризиків для бізнесу та необхідну різноманітність фінансово-податкового контролю; ринкова сфера є виключно важливою в контексті розвитку технологічних інновацій, що створюють низьковитратну і дієву структуру виробництва та споживання товарів і послуг.

Важливість державної підтримки бізнесу підтверджується досвідом функціонування економік різних країн у кризових або трансформаційних умовах і необхідністю концентрації зусиль для підтримки підприємств, що функціонують у реальному секторі економіки. Для цього створюють відповідні системи страхових гарантій, збільшують обсяги мікрофінансування і мікрокредитування малих та середніх підприємств, використовують можливості фінансового лізингу і франчайзингу, організовують інноваційні

сегменти ринкової інфраструктури: бізнес-інкубатори, наукові та інноваційні парки (Донець та ін., 2006).

4. *Запровадження чинників саморегулювання бізнесової діяльності, як процесу упорядкування самими підприємцями ринків або ринкових сегментів без втручання держави.*

З цією метою підприємці створюють спеціальні інституційні структури – організації саморегулювання, яким делегують певні повноваження і частину прав підприємців. Іншими словами – формується тристороння структура управління, коли третьою стороною є не держава в особі судово-арбітражної системи або галузевих регулювальних агентств, а спеціальні організації (контролери), діяльність яких ініціюється та інспектується самими підприємцями (Современный, 1995).

У результаті, зазначимо, що істотного економічного прогресу досягли ті країни, які швидко започаткували сприятливий «інституційний каркас» для формування і розвитку підприємництва, а саме ті інститути, що гарантують стабільність, передбачуваність, «прозорість» ринкових правил і процедур та мінімізують вплив тіньових і корупційних факторів.

### 1.5 Взаємодія інституційного середовища і підприємництва

Для більш детального аналізу інституційного середовища бізнесу пропонуємо таку трирівневу схему взаємозв'язку інституційного середовища і підприємництва (рис. 1.4).



Рисунок 1.4 – Трирівнева схема взаємозв'язку інституційного середовища і підприємництва

Надана схема передбачає, що на першому рівні окреслені підприємці (економічні суб'єкти), на другому – інституційні угоди (зокрема фірми, домогосподарства і ринки), на третьому – інституційне середовище як сукупність фундаментальних інститутів, що регулюють сферу економічної діяльності.

При цьому зазначимо, що неодмінне удосконалення інституційного середовища в країні забезпечує зменшення невизначеності та ризиків, як безпосередньо у сфері функціонування бізнесу, так і у взаємовідносинах «влада – підприємництво – суспільство» і впливає на процес мінімізації трансакційних витрат. Як наслідок сприятливий інституційний клімат з чіткою специфікацією прав власності є запорукою ефективного функціонування економічних суб'єктів, сталого економічного зростання та підвищення рівня добробуту домогосподарств.

У свою чергу, з точки зору інституціональної теорії підприємництво можна охарактеризувати як процес становлення і розвитку підприємств (фірм), що здійснюється у взаємодії із внутрішньофірмовим та інституційним середовищем і зорієнтований на знаходження прийняттого (оптимального) бізнесового результату у площині соціально-економічних потреб суспільства з урахуванням різноманітних інтересів учасників цього процесу: влади, бізнесу і домогосподарств. Таким чином, інституційне середовище структурує власний вплив на підприємницьку діяльність, регулює вхід–вихід підприємців на ринки та регламентує здійснення бізнесових трансакцій.

Для конкретизації зазначеного проаналізуємо структурні елементи та взаємодії вищенаведеної схеми.

### ***1. Взаємний вплив інституційних угод у сфері контрактного процесу.***

Усі дії економічних агентів, що передбачають залучення на добровільних засадах інших суб'єктів, спрямовані або на укладання, або на виконання контрактів. Процес контрактації передбачає визначення умов угоди, процедуру її виконання, потенційні можливості врегулювання конфліктів, створення конфігурацій санкцій за невиконання угод, а також способи передбачуваного реагування на форс-мажорні обставини, що можуть виникнути під час виконання контрактів.

### ***2. Зміни в інституційних угодах (під впливом інституційної динаміки), що визначають модифікації в деталізованих правилах «ринкової гри» підприємців.***

Підприємці сприймають негативний вплив надмірних трансакційних витрат, які є на недосконалих ринках, та витрат колективних дій при створенні і забезпеченні функціонування інститутів. Останні витрати, у свою чергу, здатні мінімізувати трансакційні. Водночас раціональні підприємці формують інститути до того часу, поки вартість їхніх зусиль дорівнюва-

тиме трансакційним витратам, що мінімізуються. Хрестоматійним прикладом, що підтверджує вищезгаданий висновок, є започаткування в період становлення капіталістичного способу виробництва страхових компаній, що зменшували ризики торговельних угод.

### ***3. Формування в інституційному середовищі умов для реалізації підприємницьких функцій на підґрунті інституційних угод.***

Для здійснення бізнесової діяльності підприємці аналізують відповідну інформацію для ухвалення рішень, що матеріалізується в угодах – формальних і неформальних. У свою чергу, виконання ухвалених контрактів обумовлює результати функціонування економіки країни в цілому, що позначається на таких макроекономічних характеристиках, як: зайнятість працездатного населення, обсяги ВВП, темпи його зростання, індекс інфляції, реальний рівень зростання заробітної плати та ін.

### ***4. Вплив інституційних угод на підприємців.***

Зазначене враховує зміни в підприємницькому бізнес-середовищі внаслідок взаємодії «груп гравців», що безпосередньо впливає на інституційний ринок угод. Іншими словами, зазначене розглядається як процес якісних перетворень правил і норм поведінки економічних суб'єктів, що визначають вектор розвитку економічної системи, але в той самий час, знаходяться під впливом різноманітних груп із конфіденційними інтересами.

### ***5. Вплив інституційного середовища на інституційні угоди.***

Саме в інституційному середовищі підприємці реалізують власні мотивовані потреби у різний спосіб. Тому бізнес протягом здійснення підприємницької діяльності вишукує оптимальні моделі і стандарти поведінки, які за допомогою відтворення, сприйняття, ухвалення угод формалізуються у стандартні норми бізнесової поведінки, основними з яких є: ініціатива, самостійність, ризик. Водночас маємо започаткування символічних культурних ознак бізнесу, а саме: товарний знак, ознаки бренду, його музичний супровід, специфіка супутнього шрифту, разом з унітарними культурними ознаками бізнесових особливостей: фірмові магазини, спорядження, сервіс, післяпродажне обслуговування, оформлення бізнесових процедур. До цього додамо й специфіку письмових та усних контрактів, яка окреслюється видами і типами стандартних контрактів та угод.

### ***6. Вплив підприємців на інституційне середовище у площині соціально-економічного та соціально-політичного процесів.***

Конкурентний підприємницький порядок вимагає здійснення такої державної політики, що на засадах існуючого інституційного підприємницького середовища постійно піддає його моніторингу, зокрема, з огляду на можливу монополізацію ринків та потребу мінімізації трансакційних витрат. У цьому випадку говоримо про вкрай небажаний ефект негативних екстерналій, коли має місце перевищення граничних суспільних витрат над граничними приватними витратами внаслідок певного виду бізнесової дія-

льності. При цьому ключовим критерієм справедливості й орієнтиром для ухвалення відповідних законів щодо формалізації бізнесових процесів в інституційному середовищі є очікувана суспільна корисність.

### **7. Вплив інституційного середовища на підприємців.**

Досвід розвинених країн дозволяє визначити такі ключові чинники, що забезпечують ефективне функціонування та розвиток підприємництва у межах відповідного інституційного середовища: безумовна специфікація прав приватної власності, соціальна справедливість, стабільна політична система держави, надійні важелі протидії популізму та корупційним чинникам.

Зазначене дозволить досягнути таких позитивних наслідків для інституційного середовища в цілому та підприємницької діяльності зокрема: створення передумов та мотивів для орієнтації поведінки бізнесу з огляду на конкуренту ринкову організацію суспільства та економіки; урізноманітнення форм власності, надання переваги приватній перед державною та колективною; перерозподіл економічних функцій між державою та бізнесом, що надає альтернативні можливості вибору виду економічної діяльності, капіталовкладень та орієнтації на загальноприйнятні у розвинених країнах світоглядні цінності.

## **Література**

1. Варналій З. С. Основи підприємництва: навчальний посібник. Київ: Знання-Прес, 2002. 239 с.
2. Донець Л. І., Романенко Н. Г. Основи підприємництва: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 320 с.
3. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. Л. Г. Мельника. Суми: Університетська книга, 2012. 864 с.
4. Мацибора В. І., Збарський В. К., Мацибора Т. В. Економіка підприємства: навчальний посібник. Київ: Каравела, 2008. 312 с.
5. Мочерний С. В., Устенко О. А., Чеботра С. І. Основи підприємницької діяльності: навчальний посібник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2001. 280 с.
6. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / за заг. ред. І. М. Сотник, Л. М. Таранюка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
7. Реєстраційні дії щодо юридичних осіб. *Он-лайн будинок юстиції*. URL: <https://online.minjust.gov.ua/registration-ur> (дата звернення: 30.12.2019).
8. Современный бизнес: учебник / Д. Дж. Речмен, М. Х. Мексон, К. Л. Боуви, Дж. В. Тилл; пер. с англ. Т.1. Москва: Республика, 1995. 431 с.



### Питання до теми

1. У чому відмінні ознаки понять «бізнес» та «підприємництво».
2. Охарактеризуйте основні елементи системи бізнесу.
3. Розкрийте функції бізнесу.
4. Що, на ваш погляд, є передумовою розвитку бізнесу?
5. Позначте умови та рушійні сили розвитку підприємницької діяльності.
6. Яка роль бізнесу у формуванні ефективної системи господарювання?
7. Що мають на увазі під інституціональним середовищем підприємництва?
8. Які чинники, на вашу думку, сприяють стимулюванню вітчизняного підприємництва?
9. Розкрийте цілі державного і приватного підприємництва. Наведіть приклад.
10. Дайте відповідь на запитання: легше відкрити або ліквідувати бізнес?
11. Сформулюйте сутність таких понять: інститути, інституційне середовище, інституційне середовище підприємництва, інституційні угоди, інституційна динаміка.
12. Охарактеризуйте зміст специфікації прав власності.
13. Поясніть потенційний негативний вплив на бізнес контрольо-наглядових інституцій.
14. Проаналізуйте можливості державної підтримки і стимулювання підприємництва.
15. Перелічіть основні елементи трирівневої схеми взаємозв'язку інституційного середовища та підприємництва.
16. Охарактеризуйте зміни в інституційних угодах (під впливом інституційної динаміки) та взаємний вплив інституційних угод у сфері контрактного процесу.
17. Розгляньте чинники формування умов для реалізації підприємницьких функцій та вплив інституційного середовища на інституційні угоди і підприємців.
18. Поясніть сутність негативних екстерналій.
19. Охарактеризуйте ключові чинники, що забезпечують ефективне функціонування та розвиток підприємництва.

## **Кейс до розділу Специфіка інституційного середовища підприємництва в Україні**

Майже через тридцять років після проголошення незалежності комплексний аналіз інституційного середовища підприємництва в Україні надає переконливі підстави характеризувати його як клептократичне (Пустовійт, 2015).

Інституційним фундаментом клептократичної економіки є корупційне підґрунтя структури влади та корисливо змотивована соціально-політична еліта, що використовує зазначений державний устрій з огляду на власні інтереси. Суб'єкти такої «коаліції за інтересами» нехтують обмеженнями формальних інститутів, використовують свої владні повноваження для швидкого збагачення та зміцнення ключових позицій у бізнесі. При цьому фактична влада в державі належить групі осіб, які або займають керівні посади, або публічно не демонструють свою реальну домінуючу роль у державному управлінні. Але і перші, і другі володіють можливостями реального корупційного впливу на бюджетний процес, мають корупційні доходи від незаконних трансакцій у сегменті державних, зокрема оборонних, замовлень і користуються достатнім потенціалом для маніпуляцій у сфері бізнес-середовища.

У зазначеній ситуації відбувається деградація підприємницького інституційного середовища, специфікація прав власності є ненадійною і розмитою, здійснюється криміналізація бізнесу шляхом перекручення стимулів бізнесової поведінки, зокрема за рахунок суцільного ігнорування вимог формальних інститутів у судовій системі, прокурорському нагляді, адвокатській практиці, діяльності правоохоронних структур і органів державної влади. Корупція державних чиновників змушує бізнес спотворювати фінансову звітність, істотно гальмує приплив іноземних інвестицій, перешкоджає соціально-економічному зростанню країни та підриває довіру населення і підприємців до владних та правових інституцій.

У той самий час акцентуємо увагу й на тому, що на відміну від «незначних» («повсякденних») видів корупції «тотальна корупція», що впроваджується віднині на рівні урядових структур, призводить до незаконного присвоєння загальнонаціональних активів, створює можливості для зловживання державною владою, підриває законність і консервує соціально-економічну відсталість країни. За таких умов бюрократично-адміністративний апарат виступає як інститут, якому підпорядковані комплексні адміністративні процедури і, який має можливості щодо «залякування» і застосування репресій стосовно підприємництва. Надалі після інституційної адаптації корупційні діяння набувають вигляду стандартної та повсякденної поведінки. Тобто корупція формалізується в інститут, коли хабар у площині «влада – бізнес» сприймається як вид договірною або стандартного контракту між представниками влади та бізнесу з усуненням вже зайвих торгів і узгоджень.

При цьому відповідно до наукового підходу Х.-Й. Лаута (Lauth H.-J., 2000), формальні і неформальні інститути не протистоять один одному, а перебувають у становищі своєрідного симбіозу. Зазначене характеризується тим, що інститути, які нібито гарантують верховенство права, при збереженні формальної оболонки або руйнуються зсередини, або навіть трансформуються в свою протилежність. Вплив саме таких «підривних інститутів» і обумовлює у більшості випадків негативні ефекти у практиці підприємництва.

Водночас, необхідно зазначити, що в Україні після 1991 року політичні та інституційні обмеження влади зорієнтувалися на модель «монополіста». Ця ситуація дозволяє президенту (керівнику країни) та його адміністрації (офісу) сконцентрувати владу з наданням таких можливостей: моніторингу та покарання чиновників державно-бюрократичного апарату, які своїм способом дій відійшли від рамок, окреслених керівництвом країни, а також мати можливості щодо призначення своїх ставлеників на усі найважливіші посади по усій вертикалі управлінської ієрархії.

У термінах інституціоналізму таку ситуацію визначають як «поліцейський патруль», тобто імплантацію в інституційне середовище інститутів, призначених для виявлення й оповіщення можновладців, що безпосередньо пов'язані з правоохоронними органами, про порушення підлеглими окресленої поведінки. Менш формалізованим, але потенційно більш цінним для клептократичних економік є впровадження в інституційне середовище інститутів «пожежної сигналізації», а саме: інституційних механізмів (правил та процедур), що дозволяють правлячій клептократичній групі мати доступ до конфіденційної інформації та адміністративних важелів ухвалення рішень, зокрема щодо функціонування підприємництва. Усе означене надає потенційні можливості бюрократичному керівництву країни мати вагомий вплив на судову гілку влади та оскаржувати небажані рішення адміністративних органів і судів.

У той самий час, для клептократичного режиму особливо важливим є те, що переважна більшість національних та іноземних фірм змушені знаходити безпосередні або обхідні корупційні комунікації з високопоставленими чиновниками для захисту бізнесу, своїх прав власності, а також отримання необхідної бізнес-інформації. Це також надає шанс фірмам, що зіткнулися з проблемами упереджених дій з боку бюрократичних інституцій, використовувати привілейовані зв'язки і безпосередньо чи опосередковано донести свої апеляції до можновладців. За таких умов жодний із так званих антикорупційних заходів априорі не здатний усунути корупцію як системне явище. Зазначене пояснюється й тим, що клептократичний режим в принципі орієнтується лише на корисливі інтереси чиновників і дозволяє поширюватися корупційним чинникам лише з урахуванням встановлених ними самими обмежень. Безсумнівно, що така клептократична система є «непрозорою» і інвестиційно непривабливою, хоча здатна функціонувати досить ефективно й тривалий період часу для того, щоб задовольнити обмежену кількість корупційно обраних інвесторів.

Необхідно визнати, що в Україні й досі не задіяна основна місія у сфері формування конкурентно-інноваційної інституційної системи, яка повинна забезпечити ефективну взаємодію держави, бізнесу й суспільства (Пустовійт та ін., 2020). У цьому процесі на першочергову увагу заслуговує становлення відповідного інституційного середовища, яке початково визначає той чи інший вектор інституційної траєкторії розвитку країни і переважно впливає на функціонування підприємництва.

У той самий час, регулюючи економічні відносини, керівництво країни також фіксує механізми, що забезпечують дотримання формальних інститутів, визначає і переформатує межі господарської діяльності, легалізує певні владні повноваження та накладає санкції на порушників формальних інститутів. При цьому важливо врахувати дві позиції. Перша – держава повинна формувати такі «правила гри» для бізнесу та суспільства, які не провокують фірми і домогосподарства їх порушувати. Друга – безальтернативність реалізації санкцій набагато важливіша, ніж міра покарання за невиконання приписів формальних інститутів. Тобто у цьому випадку наголошуємо на невідворотності покарання, незва-

жаючи на неформальні, найчастіше – корупційні, взаємозв'язки представників інституцій влади та суб'єктів підприємницької діяльності, коли формальні інституційні обмеження змінюються на неформальні. Тому дотримання вимог одного з фундаментальних інститутів конкурентної економіки – рівність перед законом – є необхідною умовою формування й коригування інституційного підприємницького середовища в Україні.

Разом із тим можна стверджувати, що якість інституційного середовища підприємництва, яке вимірюється інтегрованим показником інституційних чинників, є ключовою попередньою умовою сталого економічного розвитку і динаміки зростання ВВП. Стабільні й ефективні інститути скорочують невизначеність організації бізнесу, зменшують трансакційні витрати і тим самим сприяють залученню інвестицій та запровадженню інновацій в економіку країни.

### **Література**

1. Пустовіт Р. Ф. Інституціональні фактори клептократичної економіки. *Економіка України*. 2015. № 12. С. 26–38.
2. Пустовіт Р. Ф., Куклін О. В. Вплив інституціональних факторів і ризиків політичної нестабільності на економіку держави. *Економіка України*. 2020. № 2. С. 24–44.
3. Lauth H.-J. Informal Institutions and Democracy. *Democratization*. 2000. Vol. 7, Is. 4. P. 21–50.

## **РОЗДІЛ 2**

### **РИНОК І ПРОДУКЦІЯ В СТРУКТУРІ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА**

- Сутність, функції, суб'єкти та об'єкти ринку
- Характеристика структури ринку
- Характеристика продукції
- Якість продукції як економічна категорія і її оцінювання
- Управління якістю продукції

#### **2.1 Сутність, функції, суб'єкти та об'єкти ринку**

Роль ринку в системі товарного виробництва складно переоцінити. Вона зводиться передусім до виявлення оптимального рішення проблем «що», «як» і «для кого» виробляти; забезпечення рівноваги попиту та пропозиції і збалансованого розвитку економіки; диференціації товаровиробників з точки зору ефективності їх діяльності.

**Поняття ринку.** Ринок – центральна категорія товарно-грошових відносин економіки. Ринок існує на основі обміну між суб'єктами господарювання, взаємодії виробників, споживачів та власників ресурсів в умовах попиту і пропозиції на продукцію та послуги.

Поняття «ринку» сьогодні є чи не найпопулярнішим у нашому суспільстві. Це обумовлено переходом України до ринкової економіки та ринкових відносин.

Як економічна категорія поняття «ринку» відображає сутність економічних відносин, що виникають між суб'єктами економічної системи (виробниками і покупцями) з приводу обміну результатами й умовами (факторами) виробництва.

**Ринок** – це саморегулююча, заснована на економічній свободі система обміну, купівлі-продажу між продавцем та покупцем, виробником та споживачем, що забезпечує задоволення попиту на товар різними способами з передачею юридичного права власності після оплати товару.

Економічні відносини завжди проявляються як економічні інтереси (усвідомлені людиною потреби, спонукальні мотиви господарської діяльності). Тому ринок – поняття, яке відображає процес взаємодії економічних інтересів суб'єктів господарської системи (Бочан, 2012).

Отже, поняття «ринку» тотожне поняттю «ринкові відносини». Економічна система, що функціонує на основі ринкових відносин, у реальному житті є формою організації господарської діяльності суспільства, яку називають по-різному: ринкова система, система вільного підприємництва, або ж просто – ринок.

Таким чином, поняття «ринок» можна розглядати як у вузькому, так і в широкому розумінні. У першому – це форма економічного обміну, в другому – система відносин господарювання, здатна вирішувати життєво важливі завдання у сферах суспільного виробництва, обміну, розподілу та споживання.

Ринок є сукупністю форм та організацією співпраці людей один з одним, призначених для того, щоб звести разом з комерційною метою продавців та покупців, а також надати можливість першим продати, а другим – придбати товар. Тобто це місце добровільних угод, де продаж товарів відбувається лише в тому випадку, коли обидві сторони – продавець і покупець – знаходять компроміс, який проявляється в ціні.

Ринкова економіка сприяє найбільш раціональному використанню ресурсів, вона спрямовує їх для виробництва тієї номенклатури товарів і послуг, які суспільство вимагає найбільше. Ринкові відносини передбачають використання найбільш раціональних з економічної точки зору методів комбінування ресурсів для виробництва і впровадження нових, більш сучасних та економічних технологічних процесів, як наслідок, отримання максимальної віддачі на 1 гривню залучених коштів. Важливим аргументом на користь ринкової економіки є свобода підприємництва (Яркіна, 2017).

Як явище господарського життя ринок з'явився багато сотень років тому внаслідок природно-історичного розвитку виробництва і обміну, що породило товарне ведення господарства. Відбувалося це через розвиток суспільного поділу праці, появу економічно самостійних юридичних суб'єктів і перехід від натурального виробництва до прямого продуктообміну, а потім і до товарного обміну на ринку.

**Умови функціонування ринку.** Ринок функціонує за певних умов, які можна поділити на чотири групи: економічні, соціальні, правові, соціально-психологічні.

**Економічні умови**, основою яких є демократизація економіки, пов'язана із введенням загальних умов господарювання, що забезпечують ринкові зв'язки, передбачають:

- вільний вибір форм власності на засоби виробництва;
- вільне ціноутворення;
- забезпечення і захист конкуренції;
- вільний вибір виду діяльності;
- вільний обіг товару, капіталу, праці;
- оподаткування, фінансування, кредитування, валютну політику, що стимулюють підприємницьку діяльність.

**Соціальні умови**, що забезпечують гуманність ринкової економіки, включають:

- систему захисту малозабезпечених верств населення (пенсійне забезпечення);
- систему соціальної допомоги дітям, молоді, безробітним;
- систему соціального захисту від безробіття.

**Правові умови** являють собою систему заходів, пов'язаних із розробленням правового законодавства і прийняттям економічних положень з переходу на ринкові методи господарювання.

**Соціально-психологічні (соціально-культурні) умови**, що забезпечують самореалізацію особистості і повагу до неї, передбачають:

- забезпечення свободи розвитку потенціалу людини – кваліфікаційного, освітнього, творчого, комунікативного, підприємницького, морального та ін.;
- свободу політичної діяльності;
- систему соціальної відповідальності особи перед трудовим колективом, суспільством;
- систему задоволення духовних потреб особистості;
- можливість вивчення культурного надбання народів України та світової культури в цілому.

**Ознаки ринку.** Основними ознаками, що визначають суть ринку, є:

- доступність для будь-якого споживача всіх товарів, представлених на ринку (відсутність фондування, карток, талонів та інших форм, що обмежують розподіл);
- необмежену кількість конкурентів, абсолютно вільний вхід на ринок і вихід із нього;
- повне інформування учасників конкуренції про пропозицію, попит, ціни, норму прибутку та ін.;
- свобода реалізації товарів і послуг, вибору товарів споживачем та прийняття рішень;
- домінуючий диктат споживача (Дзюбик, 2014).

В умовах вільної конкуренції виробництво перебуває під постійним економічним контролем, а товаровиробники стають виконавцями волі споживача, змагаючись за сферу впливу на нього і гаманець.

**Функції ринку.** Більш повно і глибоко сутність ринку розкривається за допомогою таких його функцій: регульовальної, стимулювальної, ціноутворення, економічного відбору та інтегровальної.

**Регульовальна функція** забезпечує постійність зв'язків між різними галузями виробництва, за допомогою ринку встановлюються основні мікро- та макропропорції в економіці, у виробництві та обміні. Завдяки конкуренції ринкові відносини активно впливають на зниження витрат на виробництво будь-якого товару, на впровадження досягнень науково-технічної революції, на задоволення платоспроможного попиту населення.

Ринок – найбільш досконалий інструмент саморегулювання товарного виробництва. Він визначає «що», «як» і «для кого» виробляти. Цю функцію ринок виконує за допомогою того, що найбільш «оперативно» реагує на зміни, що відбуваються в економічному житті суспільства, а суб'єкти ринкових відносин, у свою чергу, реагують на зміни, що відбуваються на ринку.

**Стимулювальна функція** полягає в тому, що на ринку виграє той, хто найбільш раціонально використовує фактори виробництва для одержання найкращих кінцевих результатів, застосовуючи найновіші досягнення науки, техніки, організації праці та управління. Головне в цій функції полягає в тому, що ринок стимулює виробництво саме тих товарів, які необхідні споживачам.

**Функція ціноутворення.** У результаті взаємодії виробників та споживачів, попиту і пропозиції на товари та послуги на ринку формується ціна. Вона відображає корисність товару і витрати на його виробництво. На відміну від адміністративно-командної системи в ринковій економіці ця оцінка має місце саме в процесі обміну товарів і послуг, а не на попередньому етапі. Ринкова ціна являє собою свого роду баланс (індикатор) – порівняння витрат виробників і корисності (цінності) даного блага для споживачів.

**Функція економічного відбору** полягає в тому, що завдяки конкуренції суспільне виробництво звільняється від економічно слабких, нежиттєздатних підприємств. Ринок – це найбільш об'єктивний суддя і найдемократичніший механізм економічного відбору ефективно діючих господарств. Процес відбору – жорстокий і безжалісний, але скаржитися можна хіба що на свою некомпетентність. Реалізуючи цю функцію, ринок підвищує прибутковість економіки в цілому.

**Інтегровальна функція.** Ринок також «зшиває» економіку в єдине ціле, розвиваючи систему горизонтальних і вертикальних зв'язків (підприємств, галузей, регіонів), зокрема зовнішньоекономічних. У цьому проявляється інтегровальна функція ринку. Ринок сприяє проникненню товарів у різні країни і куточки світу. Обмін товарами між країнами здійснюється за світовими цінами, що будуються на інтернаціональній вартості. Якщо ж на ринок потрапляє товар, витрати на виготовлення якого перевищують суспільно необхідні інтернаціональні витрати праці, то їхній власник стає неконкурентоспроможним.

Отже, зазначені умови існування і функціонування ринку, а також його функції визначають ринок як конкретну форму господарської діяльності суспільства, що отримала назву ринкової системи господарювання, або ринкової економіки.



**Суб'єкти ринку.** Суб'єктами ринкових економічних відносин є ті, хто продає і купує: окремі індивіди (фізичні особи), групи громадян; трудові колективи; юридичні особи всіх форм власності; держава.

Одночасно суб'єктів ринкових відносин поділяють на виробників (продавців) і споживачів (покупців). Крім того, виділяють посередників, які «зводять» покупців і продавців. Такими посередниками є приватні підприємці, банки, біржі, торгові філії, торгово-промислові палати, страхові компанії. Найбільший посередник – держава. Прийнято виділяти чотири види суб'єктів ринкового господарства: домогосподарства, фірми, банки і держава (уряд).

**Об'єкти ринку.** Об'єктами ринкових відносин є товари і послуги (предмети споживання і засоби виробництва), капітал, праця, земля й інша нерухомість, цінні папери, інтелектуальні досягнення (ідеї, відкриття та ін.), інформація (зокрема реклама), тобто все те, що продається і купується (Бойчик, 2016).

## 2.2 Характеристика структури ринку

Пізнання ринку як економічної категорії неможливе без глибокого аналізу його структури, тобто елементів, з яких він складається і які взаємодіють між собою. Для цього необхідно вибрати критерій, за яким можна розмежувати елементи ринку. Таких критеріїв може бути багато, оскільки ринок є складним і різноманітним утворенням економічного життя. Найбільш поширеним є розгляд структури ринку з точки зору економічного призначення об'єктів ринкових відносин (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 – Структура ринку

Кожен із наведених ринків дуже різноманітний і, у свою чергу, поділяється на ринки взуття, косметики та інші, що існують усередині ринку предметів споживання; ринки машин, верстатів і т. п. – ринку засобів виробництва. Ринкова економіка складається з великої кількості окремих ринків. Кожен товар або послуга має свій ринок.

Крім наведеного, існує такий критерій розмежування ринку, як ступінь зрілості ринкових відносин. Згідно з ним можна виділити: розвинений ринок; ринок, який формується; ринки з різним ступенем обмеження конкуренції: монопольний, олігопольний, ринок чистої конкуренції.

Ринок можна характеризувати відповідно до чинного законодавства: легальний (офіційний), нелегальний (тіньовий, чорний). Структура ринку може бути охарактеризована за адміністративно-територіальною ознакою: місцевий, окремих територій, країни (внутрішній), світовий (зовнішній). Кожен вид ринку має свої особливості. Всі вони системно взаємозв'язані і органічно взаємодіють: якщо відбуваються порушення в одному з них, то це викликає перебої в роботі інших ринків і системи в цілому.

Розглянемо зміст окремих видів ринку.

**Товарний ринок.** Основними складовими товарного ринку є ринок предметів споживання і послуг, ринок засобів виробництва. Ринок споживчих товарів і послуг являє собою сферу обігу, за допомогою якої реалізуються товари народного споживання та послуги. Ця сфера забезпечує задоволення потреб різних соціальних груп, кожної сім'ї, кожної людини. Послуга – це особлива споживча вартість, що задовольняє певні потреби людини. Особливістю послуги як товару (порівняно зі звичайним товаром, втіленим у речі) є те, що вона корисна не як річ, а як діяльність. Тому споживання послуги збігається з процесом її створення, з діяльністю, оскільки їх неможливо накопичувати, транспортувати. Складовими елементами ринку предметів споживання є виробництво товарів тривалого користування (телевізорів, холодильників, автомобілів, відеотехніки та ін.) і поточного споживання. Цей ринок є найбільш схильним до коливань попиту та пропозиції, грошового обігу, інфляції. Для функціонування ринку товарів і послуг потрібна розвинена оптова та роздрібна торгівля.

У рамках споживчих товарів та послуг потрібно виділити ринок продовольчих товарів і ринок промислових, або непродовольчих, товарів. Кожен із них має свою специфіку як різних сфер, що випускають товари і послуги, так і способів та форм їх просування від виробників до споживачів.

Дефіцит товарів на ринку забезпечує виробнику і продавцю монопольне становище, надаючи можливість встановлювати завищені ціни, протидіяти формуванню ринкових відносин. Не подолавши цю проблему, сформувати ринок не можна. На практиці це призводить до існування законних і незаконних форм неринкового розподілу, що веде як до зрівнювання, так і до збагачення всіх, хто має доступ до предметів споживання та послуг. Найважливішими напрямками формування ринку предметів споживання є: ліквідація глибокої диспропорції в народному господарстві між виробництвом засобів виробництва та виробництвом предметів споживання; розвиток підприємництва у сфері виробництва і збуту продовольчих і непродовольчих товарів; перехід до вільного ціноутворення на більшість товарів; захист споживчого ринку та ін.

Головною умовою розширення ринку послуг в Україні є зростання продуктивності праці у сфері матеріального виробництва, насичення ринку товарами широкого вжитку, що дозволить збільшити зайнятість у сфері нематеріального виробництва, значно розширити асортимент платних і безкоштовних послуг для населення. Крім того, важливими умовами зростання обсягу ринку послуг є підвищення реальної заробітної плати, формування повноцінного ринку робочої сили та інші фактори.

**Ринок засобів виробництва.** Свобода економічної діяльності суб'єктів господарювання, їх самостійність залежать від забезпеченості засобами виробництва, можливості вільної реалізації продукції, встановлення цін на неї, укладення договорів. Підприємство існує лише тоді, коли кожна юридична або фізична особа має можливість придбати будь-які засоби виробництва.

На ринку засобів виробництва виділяють ринок засобів праці та ринок предметів праці. Ринок засобів праці поділяється на ринок нового і того, що перебувало у вжитку, устаткування, а також ринок специфічного устаткування, що виготовляється за індивідуальними замовленнями.

Розвиток ефективного ринку засобів виробництва повинен супроводжуватися формуванням конкурентного середовища, створенням стимулів для впровадження і використання інновацій, масового оновлення основних виробничих фондів. Крім того, необхідні стимулювальна амортизаційна політика держави, податкові та кредитні пільги підприємствам, що впроваджують нову техніку і технології.

**Фінансовий ринок.** Це певна сукупність економічних відносин з приводу організації та купівлі-продажу вільних грошових коштів та їх перетворення на грошовий капітал. Суб'єктами цих відносин є підприємства різних форм власності, населення, комерційні банки, фінансово-кредитні організації та ін. Об'єктами фінансового ринку є заощадження населення, тимчасово вільні кошти, що утворюються в процесі обігу промислового і торговельного капіталу тощо. Структура фінансового ринку зображена на рис. 2.2.

Зміст основних складових фінансового ринку подано в табл. 2.1.



Рисунок 2.2 – Структура фінансового ринку

Таблиця 2.1 – Зміст складових фінансового ринку

| Структура                                | Зміст   |
|--|---|
| Ринок капіталів<br>(інвестиційний ринок) | Товари та послуги виробничого і невиробничого призначення, інвестиційні ресурси   |
| Ринок кредитів                           | Різного виду позики в товарній або грошовій формі   |
| Ринок цінних паперів                     | Цінні папери – це грошові документи, що визначають взаємовідносини між суб'єктами, які їх випустили, і тими, хто їх придбав. До них належать: акції, облігації, векселі, ощадні сертифікати, деривативи |
| Валютний ринок                           | Предметом купівлі-продажу є різні національні валюти. Його функціонування зумовлено розвитком зовнішньоекономічних зв'язків між різними країнами і необхідністю взаємних розрахунків                    |

**Приклад**

Діяльність з випуску та обігу цінних паперів на фінансовому ринку характеризує обсяг виконаних договорів торговцями цінних паперів на ринку. Рис. 2.3 показує структуру ринку цінних паперів України.

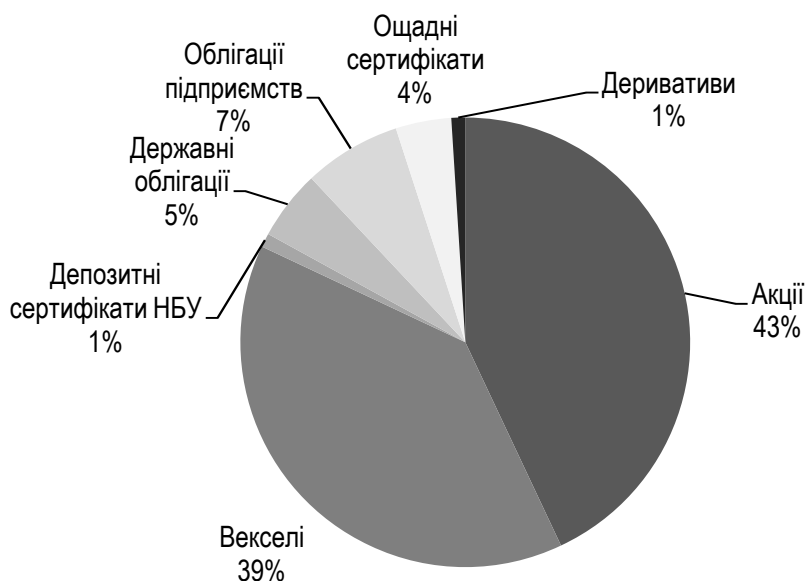


Рисунок 2.3 – Обсяги виконаних договорів торговцями цінних паперів (за видами фінансових інструментів), млрд грн (Річний, 2017)

**Ринок інновацій. Інновація** – це кінцевий результат діяльності зі створення і використання нововведень, втілених у вигляді удосконалених або нових товарів (виробів або послуг), технологій їх виробництва, методів управління на всіх стадіях виробництва і збуту товарів, що сприяють розвитку і підвищенню ефективності функціонування підприємств, які їх використовують.

**Ринок праці.** Це саморегульована система розподілу робочої сили зі специфічними факторами конкуренції між її власниками за найбільш вигідні умови та оплату праці, а також між роботодавцями – за залучення найбільш кваліфікованої робочої сили. Суб'єктами відносин на ринку праці є власники підприємств (роботодавці) – «покупці» і окремі особи (працівники) – «продавці». Ринок праці виконує такі функції:

1) оцінює корисність (споживчу вартість) і цінність (вартість) робочої сили, тобто того чи іншого виду праці;

2) регулює попит та пропозицію праці, розподіляє робочу силу між галузями економіки і регіонами країни.

Функціонально-організаційна структура ринку праці охоплює принципи державної політики в галузі зайнятості, правове регулювання трудових відносин, систему підготовки кадрів, систему найму, систему перепідготовки та перекваліфікації робітників, яку здійснюють біржі праці.

В Україні процес державного впорядкування ринку праці продовжується. Його характерними особливостями є значне перевищення пропозиції робочої сили над попитом, відчутна невідповідність між якістю робочої сили та рівнем заробітної плати, низька мобільність робочої сили внаслідок несформованості ринку житла, високі ціни на послуги, пов'язані з переїздом на нове місце проживання, та ін. На графіку (рис. 2.4) наведена динаміка мінімальної і середньої заробітної плати на ринку праці України.

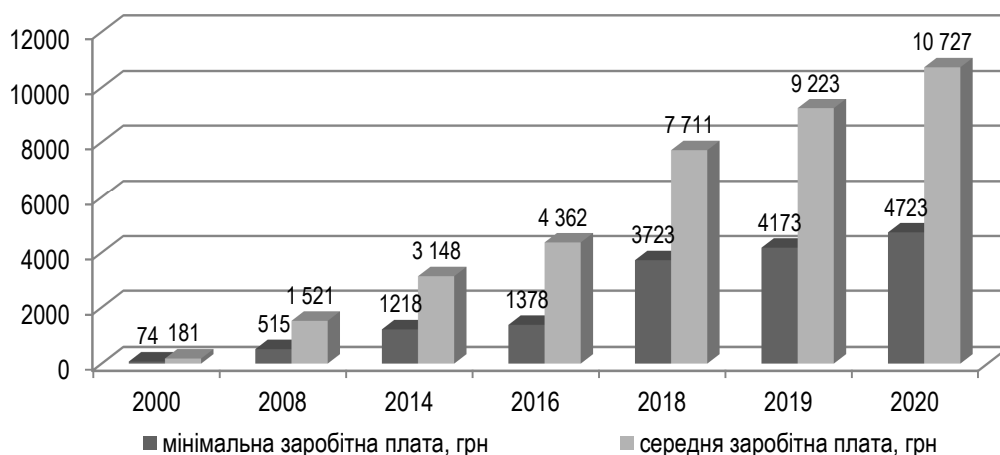


Рисунок 2.4 – Динаміка мінімальної і середньої заробітної плати на ринку праці України (дані на початок року) (Середньомісячна, 2020; Середня, 2020; Зведена, 2020; Середня, 2020)

**Ринок інформації.** Цей ринок являє собою сукупність економічних відносин з приводу збирання, оброблення, систематизації інформації та її продажу кінцевому споживачу. Від якості та обсягу інформації залежить прийняття рішення. Інформація є специфічним благом, для отримання якого потрібні певні витрати. Між виробником та споживачем на ринку

інформації існують посередники, основне завдання яких – збирання і продаж інформації. Ці ринки відрізняються один від одного ступенем обізнаності та можливостями реальних дій таких посередників у реалізації товарів і послуг.

Важливим елементом ринку інформації є інформація про конкурентів. Засобом збирання відповідної інформації є огляд професійних інформаційних джерел, зустрічі з фахівцями, запрошення консультантів тощо. Особливістю такого товару, як інформація, є те, що засекречена, маловідома інформація коштує дорого, адже «хто володіє інформацією – володіє світом», і «будь-яка монополія починається з монополії на інформацію», а інформація, яка відома всім, не варта нічого. Цей товар не має «другої свіжості».

Виробнича система також може бути представлена як суб'єкт ринкових відносин. Ринкову концепцію виробництва допоможе пояснити модель виробничої системи як суб'єкта ринкових відносин (рис. 2.5).

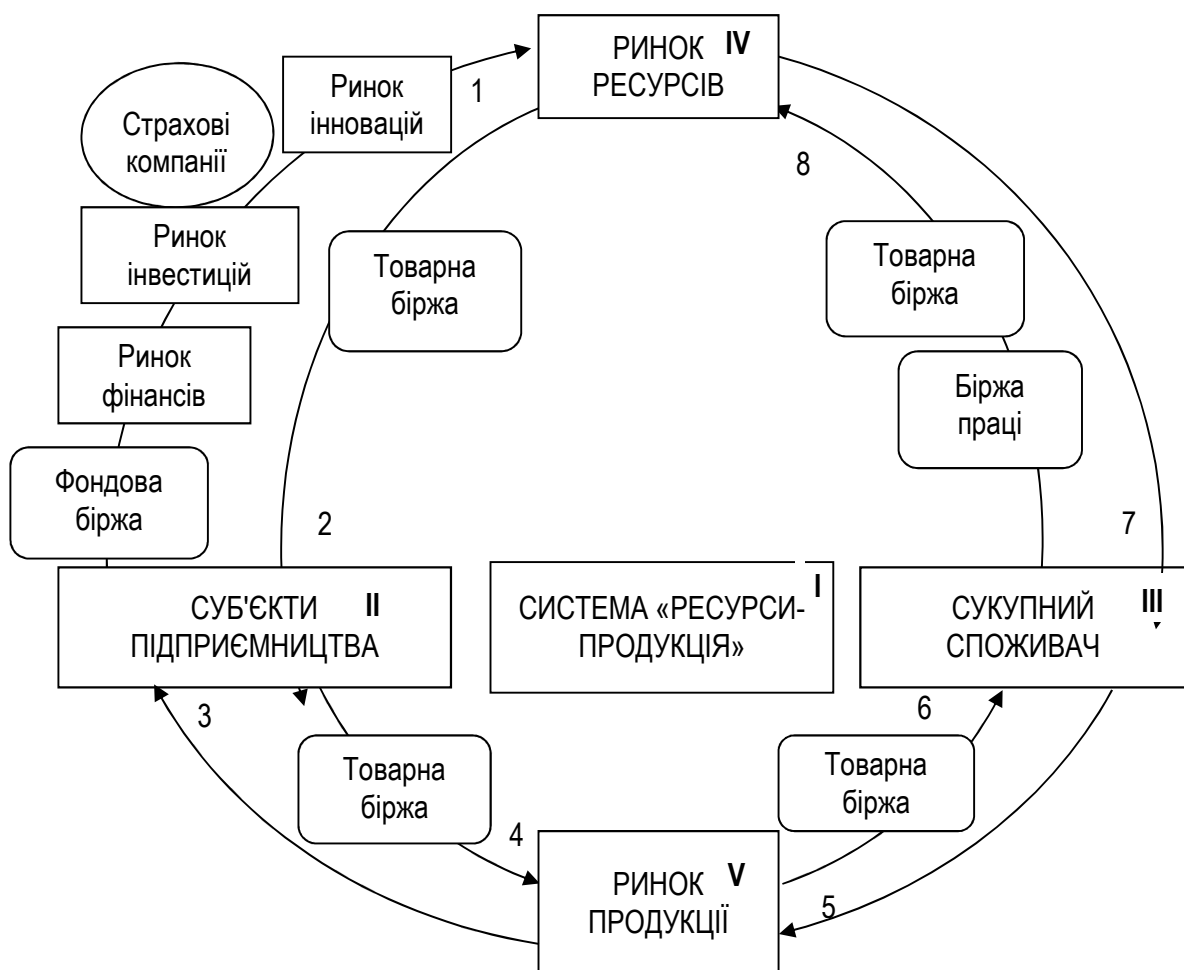


Рисунок 2.5 – Модель виробничої системи як суб'єкта ринкових відносин

Наведена модель побудована за принципом кругової діаграми, по периметру якої пересуваються інформаційні та економічні потоки, пов'язані з процесами попиту та пропозиції, що відбуваються між блоком бізнесу, промисловим підприємством і ринками з приводу купівлі ресурсів, продажу продукції, отримання кредитів, інвестицій під певні відсотки. Інформаційний та економічний обмін, крім того, відбувається в самій виробничій системі відповідно до рівня вартості, показників поставок і ступеня використання ресурсів, рівня заробітної плати, собівартості і цін на продукцію, формування рентабельності, залежності прибутку від витрат на виробництво реалізованої продукції, обсягу продажів, обігу грошових коштів фірми та складання балансу доходів і витрат фірми.

**Інфраструктура ринку.** Під інфраструктурою ринку розуміють систему державних, приватних та громадських інститутів (організацій та установ) і технічних засобів, які обслуговують інтереси суб'єктів ринкових відносин, забезпечують їх ефективну взаємодію та регулюють рух товарно-грошових потоків. Розрізняють організаційно-технічну, фінансово-кредитну та науково-дослідну інфраструктури ринку.

До організаційно-технічної інфраструктури ринку належать товарні біржі й аукціони, торгові доми і торгові палати, холдингові і брокерські компанії, інформаційні центри та ярмарки, сервісні центри, різного роду асоціації підприємців та споживачів, транспортні комунікації і засоби оперативного зв'язку.

**Біржа** (нім. Börse, від пізньолат. bursa — гаманець) – це установа, де здійснюється купівля-продаж масових товарів (товарна біржа), цінних паперів (фондова біржа), валюти (валютна біржа), нерухомого майна (біржа нерухомого майна), робочої сили (біржа праці). Як правило, біржа – це акціонерне товариство, акції якого за стандартом не приносять дивідендів, а лише дають право здійснювати торгові операції.

*Товарна біржа* – це комерційне підприємство, різновид товарного ринку оптової купівлі-продажу товарів масового виробництва, на якому реалізація здійснюється без попереднього огляду за зразками і стандартами за заздалегідь встановленими розмірами мінімальних партій, де ринкові ціни формуються залежно від фактичного співвідношення попиту та пропозиції. У світовій практиці до біржових товарів належать 60–70 найменувань.

*Фондова біржа* – це організаційно оформлений, постійно діючий ринок, на якому здійснюється торгівля цінними паперами. Основними видами цінних паперів є векселі, акції, облігації. Членами біржі можуть бути індивідуальні торговці паперами та кредитно-фінансові інститути.

Органічною частиною сучасних міжнародних валютно-фінансових відносин, що забезпечують концентрацію валютних операцій, формування, взаємозв'язок і динаміку валютних курсів, є валютна біржа. Валютна біржа – це комерційне підприємство, що здійснює купівлю-продаж іноземної валюти за ринковими цінами.

Фінансово-кредитну інфраструктуру ринку утворюють банки, фондові і валютні біржі, страхові та інвестиційні компанії, фонди профспілок та інших громадських організацій. Це всі ті, хто здатний здійснювати і здійснює мобілізацію тимчасово вільних грошових ресурсів, перетворює їх на кредити, а потім і на капіталовкладення.

Науково-дослідницька інфраструктура ринку включає до свого складу наукові інститути з вивчення ринкових проблем, інформаційно-консультативні фірми, аудиторські організації, спеціальні навчальні заклади. В цьому розділі були розглянуті лише деякі елементи інфраструктури ринку, особливе місце серед яких належить біржам.

Інфраструктурі ринку належить розгалужена система приватних, кооперативних, державних, змішаних оптових і роздрібних торгових структур, що визначають стан двох форм торгівлі в країні: оптової та роздрібною.

### 2.3 Характеристика продукції

**Поняття продукції.** *Продукція* – матеріальний результат праці, отриманий у конкретному виробничому процесі і призначений задовольняти суспільні або особисті потреби.

У традиційному розумінні продукція – це матеріалізований або нематеріалізований результат певної діяльності або певного процесу. До перших, наприклад, належать тканини, телевізори, книги та інші подібні товари, до других – програми для обчислювальної техніки, розроблені проекти, інструкції з експлуатації тощо. З винятково економічних позицій продукцією (товаром) можна вважати все, що здатне задовольнити потреби споживача. Однак у повсякденній діяльності продукцію в основному розділяють на матеріальні товари (годинники, телевізори, автомобілі, газові турбіни) і товари-послуги (наприклад, транспортні, медичні та банківські послуги, різні види страхування).

**Класифікація продукції.** Відповідно до існуючої системи стандартів продукція визначається як результат сукупності взаємозв'язаних або взаємодіючих видів діяльності, яка перетворює входи на виходи, а послуга – як діяльність або процес, що здійснюються з метою надання зручності і допомоги будь-кому.

До послуг можна віднести види праці, які безпосередньо не пов'язані зі зміною та перетворенням форм матерії і явищ природи, що виробляють особливу споживчу вартість, що виражається в суспільно корисній діяльності самої праці в різних галузях суспільного господарства. До послуг належать і ті види праці, що не матеріалізуються у предметно відчутному, відокремленому продукті праці (транспорт, зв'язок).



До особливостей діяльності з надання послуг належать:

- послуги, які не можуть існувати поза процесом їх надання (тобто вони не можуть накопичуватися);
- продаж послуг – це фактично продаж самого процесу праці, тому якість послуг визначається якістю самого процесу праці;
- послуги являють собою конкретну споживчу вартість лише в певний час і в конкретному місці або напрямку, що істотно обмежує можливість їх заміни на ринку послуг (Бочан, 2012).

**Показники продукції.** Для забезпечення постійного і повного задоволення потреб ринку, планування та обліку товарів, що виготовляються на продаж, використовується система показників обсягу виробництва, яка містить натуральні і вартісні показники.

Натуральними показниками обсягу виробництва є обсяг продукції в натуральних одиницях з номенклатури й асортименту.

**Номенклатура** – це перелік назв окремих видів продукції, а асортимент – це різновид виробів у межах певної номенклатури. Як правило, натуральні показники подають у фізичних одиницях виміру (одиниці, тони, метри тощо).

Вартісними показниками обсягу виробництва є обсяги товарної, валової, реалізованої продукції, нормативної вартості вироблення, валового і внутрішньозаводського обігу, обсяг незавершеного виробництва.

Натуральні і вартісні показники обсягу виробництва більш детально будуть розглянуті нижче (Економіка, 2011).

## 2.4 Якість продукції як економічна категорія і її оцінювання

**Поняття якості продукції.** **Якість** – це сукупність властивостей і характеристик продукції, які дають їй можливість задовольняти обумовлені або передбачені потреби.

Відомо, що якість завжди була і залишається важливою ринковою характеристикою товару, а оцінювання якості товарів споживачами завжди визначає стратегію конкуренції промислових підприємств.

Відомий американський фахівець в сфері якості А. Фейгенбаум у своїх публікаціях неодноразово наголошував, що 80-ті роки ХХ століття стали періодом безпрецедентного зростання значення якості. Уже в кінці минулого десятиліття для 80% покупців промислових та споживчих товарів якість стала навіть більш важливою, ніж ціна. Для порівняння: в 70-ті роки минулого століття цієї ж думки дотримувалося лише 30% покупців. Тому у підприємців ринкової економіки склалося стійке розуміння того, що найефективніший спосіб швидше продати товари та послуги – це поліпшити їх якість.

Японські вчені також вважають споживачів головною рушійною силою системи забезпечення якості. Всесвітньо відомий вчений К. Ісікава звертає увагу на важливість «ненастирливого залучення» споживача до всіх етапів розроблення і виробництва продукції. Відповідно до його концепції діяльність усіх підрозділів фірми повинна бути спрямована на те, щоб звести до мінімуму відхилення від вимог покупців. Стандарти та іншу технічну документацію необхідно оперативного пристосовувати до зміни вимог споживачів. Завдяки цьому потреби покупців інтегруються в цикл «конструювання – виробництво», а совість робітників – у розробленні стандартів фірми, що забезпечують відповідну якість. Поряд із цим істотну роль відіграє також культура обслуговування, що супроводжує придбання товарів або послуг (час обслуговування, чемність продавців тощо).

Загалом японська концепція оцінювання та управління якістю передбачає чотири рівні якості. З першим рівнем ототожнюють відповідність властивостей товару вимогам стандартів. Визначення відповідності фактичних показників якості нормативним досягається за допомогою статистичних методів контролю якості. Цьому сприяє також ефективна організаційна структура виробництва. Другий рівень пов'язують з умовою відповідності використанню, тобто продукція повинна не лише відповідати вимогам стандарту, але і задовольняти експлуатаційні вимоги. Лише при поєднанні цих складових товар буде користуватися попитом. Третій рівень передбачає відповідність продукції фактичним вимогам ринку. В основному цей рівень зумовлює високу якість продукції за досить низькими цінами. Головною умовою досягнення низької вартості продукції і високої якості є бездефектне виробництво. Четвертий рівень якості – це відповідність прихованим (латентним) потребам. У цьому випадку перевагу матимуть товари, що відповідають тим потребам, про які споживач може і не здогадуватися (Момот, 2007).

**Показники якості продукції.** Для оцінювання рівня якості необхідно зіставляти певні параметри виробів, що мають деякі кількісні оцінки (рис. 2.6).



Рисунок 2.6 – Система показників оцінювання рівня якості

Показники якості (рис. 2.6) відіграють роль кількісних характеристик виробів, розглянутих щодо існуючих або майбутніх потреб.

Система показників оцінювання рівня якості включає в себе:

- одиничні показники якості, що характеризують певну властивість виробів (продуктивність, питомий вміст корисної речовини та ін.);
- комплексні показники якості, що характеризують групу властивостей виробів порівняно з еталоном (сорт, марка, клас) або деяку сукупність властивостей виробів поєднано з витратами на його виробництво та експлуатацію (вартість обробки однієї заготовки верстатом та ін.);
- узагальнювальні показники якості, що характеризують рівень якості всього обсягу продукції, що випускається (питома вага борошна вищого гатунку в загальному обсязі та ін.).

**Класифікація показників якості.** Показники якості продукції поділяються на такі групи (рис. 2.7).

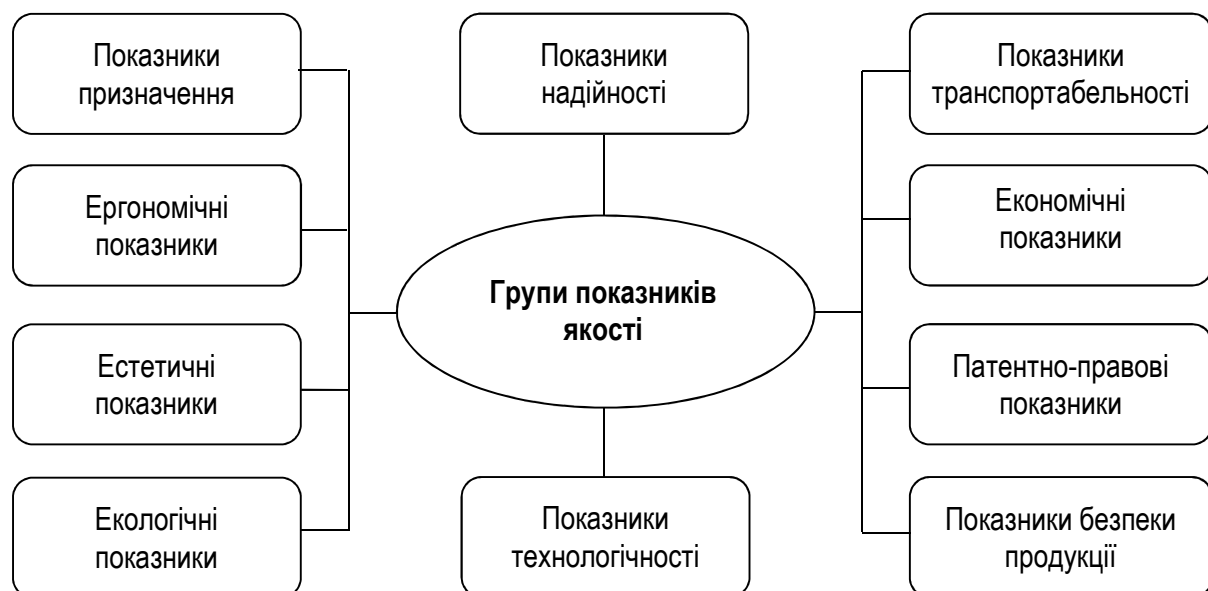


Рисунок 2.7 – Показники якості продукції

1. Показники призначення. За допомогою цих показників оцінюються властивості, що визначають головне споживче призначення продукції і зумовлюють сферу її можливого застосування (продуктивні, потужні та ін.).

2. Показники надійності оцінюють споживчі властивості виробу, що зумовлюють збереження основних параметрів функціонування в межах відповідного часу і за відповідних умов використання. Залежно від призначення нового товару і умов його використання надійність визначається поєднанням та взаємодією чотирьох властивостей: безвідмовністю, довговічністю, ремонтпридатністю, пристосованістю до тривалого зберігання.

3. Показники транспортальності товару визначають оцінки придатності виробів для тарування, вантажно-розвантажувальних операцій і доставки споживачам конкретним видом транспорту. До показників транспортальності належать: середня трудомісткість підготовки одиниці продукції до перевезень (з навантаженням і закріпленням включно); середня вага тари упаковки продукції в транспортну тару; середня тривалість розвантаження партії товару з одиниці рухомого складу.

4. Показники технологічності характеризують виріб як об'єкт виробництва та ефективність конструктивно-технологічних рішень (матеріаломісткість виробу, трудомісткість та ін.).

5. Ергономічні показники якості служать для оцінювання пристосованості виробів до взаємодії з людиною-користувачем (оператором) і характеризують зручність у використанні, комфортність, розраховуються на підставі гігієнічних, антропометричних, фізіологічних та психологічних характеристик виробу.

6. Естетичні показники характеризують зовнішній вигляд продукції, її виразність, своєрідність, гармонійність, цілісність, відповідність середовищу, стилю та моді.

7. Патентно-правові показники якості служать для визначення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку, перспектив її реалізації за кордоном, встановлення цін на експортні товари.

8. Екологічні показники якості оцінюють рівень можливого шкідливого впливу на навколишнє середовище продукції, яка споживається або експлуатується. Для оцінювання якості продукції застосовують такі екологічні показники:

1) вміст шкідливих домішок, що потрапляють у навколишнє середовище;

2) ймовірність викиду шкідливих частинок, газів, випромінювання при зберіганні, перевезенні, експлуатації або споживанні. Крім того, вимоги і норми з охорони навколишнього середовища встановлені нормативними документами і регламентами ЄС, ISO та інших міжнародних організацій.

9. Економічні показники характеризують продукцію з боку її економічності (собівартість виготовлення, продажна ціна, прибуток, рентабельність, ціна споживання).

10. Показники безпеки продукції характеризують безпеку обслуговуючого персоналу та об'єктів, що використовуються під час обігу, експлуатації або при споживанні (міцність кабіни автомобіля, стійкість трактора, призначеного для використання в гірській місцевості).

Якість продукції в сучасних умовах посіла ключове місце в торговельно-економічній, підприємницькій та навіть політичній діяльності сучасного світу.

**Оцінювання рівня якості.** На основі показників якості продукції здійснюється порівняння їх значень щодо окремих виробів та їх сукупностей з еталонними (базовими) значеннями, тобто здійснюється оцінювання рівня якості продукції.

Під оцінювання рівня якості продукції розуміють результат порівняння показників якості оцінюваної продукції з базовими значеннями або оцінювання відповідності продукції вимогам, що містяться в документації на неї.

Оцінювання рівня якості здійснюється на етапі прийняття рішення:

– про розроблення або модернізацію продукції, а якщо це рішення прийнято, то для вибору варіанта при розробленні нової або модернізованої продукції;

– про вихід на конкретний ринок.

До основних методів оцінювання рівня якості належать: диференційний, комплексний та змішаний.

*Диференційний метод оцінювання* полягає в тому, що значення показників оцінюваної продукції порівнюються з базовими.

Існують показники якості продукції, що оцінюється  $X_1, X_2, \dots, X_p$  і відповідні показники якості базового зразка  $X_{1б}, X_{2б}, \dots, X_{pб}$ . Для порівняння показників диференційним методом обчислюють значення відносних показників якості продукції за формулами:

$$q_i = \frac{X_i}{X_{iб}}, \quad (2.1)$$

$$q_i = \frac{X_{iб}}{X_i}, \quad (2.2)$$

де  $X$  – значення  $i$ -го показника якості оцінюваної продукції;  
 $X_{iб}$  – значення  $i$ -го показника базового виробу;  
 $p$  – кількість розглянутих показників якості продукції.

Формулу 2.1 застосовують для оцінювання показників, збільшення числового значення яких свідчить про поліпшення якості (потужність, продуктивність, ресурс, довговічність). Формулу 2.2 використовують для порівняння показників, зменшення числового значення яких забезпечує підвищення якості виробів (матеріаломісткість, витрата палива, похибки вимірювань). Диференційне оцінювання відображає лінійну залежність між аналізованими властивостями. Інакше кажучи, будь-якій зміні одиничного показника відповідає пропорційна зміна відносного показника якості. Зрозуміло, що за допомогою диференційного методу неможливо пов'язати загальний рівень якості з будь-яким одним числовим показником. Як правило, цим методом користуються для попереднього оцінювання за певними показниками основних споживчих властивостей продукції (наприклад, вантажопідйомність крана, потужність двигуна).

**Комплексний метод.** Загальну оцінку технічного рівня якості, що характеризується одним числовим показником, отримують за допомогою комплексного методу, що базується на застосуванні узагальнених показників. Першим видом цього методу є використання головного показника, тобто показника, який, на думку експертів, в основному характеризує якість виробу.

Другим різновидом оцінювання якості продукції є метод середньозваженого показника.

Показники оцінюваної продукції й аналогів нормуються розподілом за відповідним показником на максимальне значення. Середній зважений показник ( $Q$ ) будується як залежність, аргументами якої є показники якості  $X$  і параметри їх вагомості, тобто за формулою

$$Q = \prod_{i=1}^p (m_i; q_i), \quad (2.3)$$

де  $P$  – сума, добуток або інша функція аргументів з номерами  $i = 1, 2, \dots, p$ ;  
 $m_i$  – значення (параметри) вагомості відповідних показників.

Як показники  $q_i$  до формули входять відносні значення  $q_i = X_i / X_{ib}$  показників.

Параметри вагомості  $m_i$  є безрозмірними величинами, які задовольняють умову

$$\sum_{i=1}^n m_i = 1.$$

Їх називають коефіцієнтами вагомості показників. Якщо  $\prod_{i=1}^p m_i$  є сумою, то середній зважений показник має вигляд

$$Q = \sum_{i=1}^n m_i q_i. \quad (2.4)$$

Недолік середнього зваженого показника – суб'єктивність коефіцієнтів вагомості.

Третім різновидом комплексного методу є метод, що ґрунтується на інтегральному показнику.

Інтегральний показник якості  $J$  – це техніко-економічний показник якості продукції, що ґрунтується на зіставленні сумарного корисного ефекту  $\varepsilon$  від експлуатації або споживання продукції та сумарних витрат на створення й експлуатацію або споживання продукції:

$$J = \frac{\varepsilon}{B} = \frac{\varepsilon}{B_{\text{ств}} + B_{\text{експл}}}. \quad (2.5)$$

Сумарний корисний ефект  $\varepsilon$  терміну служби продукції виражається в натуральній або грошовій формі, а сумарні витрати  $B = B_{\text{ств}} + B_{\text{експл}}$  виражаються у грошовій формі, де  $B_{\text{ств}}$  – капітальні витрати на створення (придбання) продукції;  $B_{\text{експл}}$  – сума поточних витрат на експлуатацію або споживання продукції за термін її служби.

Недоліками інтегрального показника є труднощі його застосування до виробів сфери споживання, незастосовність для сировини і матеріалів, неможливість обліку ергономічних, естетичних та інших властивостей. Він може використовуватися для виробів, ефект від експлуатації яких виражається в натуральній або грошовій формі.

**Змішаний метод.** У разі, якщо комплексний метод не дозволяє врахувати всі важливі властивості виробу (наприклад, ергономічні, естетичні, екологічні), а сукупність одиничних показників велика, застосовують змішаний метод оцінювання рівня якості. Він передбачає спільне використання одиничних і комплексних показників. Для цього частину одиничних показників об'єднують в окремі групи і для кожної з них визначають відповідний комплексний показник. Найважливіші одиничні показники якості аналізуються окремо. Отримані за кожною групою комплексні, а також взяті для оцінювання одиничні показники якості порівнюють диференціальним методом з відповідною сукупністю базових показників.

**Оцінювання якості продукції у сфері споживання.** Рівень якості під час експлуатації або споживання товару є результатом співвідношення двох показників – технічного рівня продукції та якості її виготовлення. Під час експлуатації продукції оцінюють ступінь відповідності фактичних показників якості виробів вимогам нормативно-технічної документації. Ця оцінка дозволяє з'ясувати способи максимально повного використання функціонально корисних властивостей технічних об'єктів і зібрати необхідну інформацію про надійність машин та обладнання. Рівень якості продукції під час експлуатації визначається зіставленням фактичних та нормативних значень одиничних і комплексних показників з урахуванням факторів фізичного і морального старіння виробів. Результати оцінювання складають основу економічних обґрунтувань та маркетингових стратегій зі створення нових моделей.

Безумовно, що розуміння рівня якості товару під час експлуатації для виробника і споживача не є однаковим. Для покупця якість у споживанні ототожнюється з витратами на придбання і використання товару (витрати на профілактичне обслуговування, ремонт, енерговитрати та ін.). Витрати користувача значною мірою залежать від рівня технічної новизни, досконалості ідеї товару і добротності її втілення в готовий продукт у процесі

виготовлення. Інакше кажучи, рівень якості закладається в проектуванні, забезпечується досконалістю виготовлення, підтримується під час експлуатації виробу. Тому при визначенні якості на ринку, насиченому товарами, необхідно постійно враховувати не лише зміни в технології, але й вимоги споживачів (Капаруліна, 2015).

Наприклад, японська школа якості вважає споживача рушійною силою в цьому процесі і наголошує на важливості врахування його побажань уже на етапі конструювання та виготовлення виробів. Такий підхід реалізується за допомогою принципу «системної інтеграції», коли потреби покупця інтегруються в цикл «конструювання – виробництво», а зусилля працівників – у розроблення фірмових стандартів якості. У цьому випадку якість інтегрується в загальний процес управління і стає невід’ємною частиною загальної стратегії підприємництва. Результат реалізації цього принципу – висока якість і конкурентоспроможність японських товарів. Таким чином, новий підхід до стратегії підприємництва пов’язаний з тим, що якість є головним і найефективнішим засобом для задоволення вимог споживачів, а також засобом зниження витрат виробництва.

Отже, забезпечення якості стає засобом управління фірмою, за допомогою якого одночасно досягають як задоволення запитів споживачів, так і зниження виробничих витрат. Вирішення проблеми якості на основі задоволення запитів споживачів можливе лише за умови істотних змін всієї організаційної структури виробництва, включаючи збут, відносини з поставальниками, розробленням і конструюванням виробів. Необхідність постійної перебудови виробництва відповідно до вимог ринку посилює значення функції маркетингу в апараті управління фірм та корпорацій, сприяє розвитку системного комплексного підходу до формування питань якості та стандартизації.

## 2.5 Управління якістю продукції

*Механізм управління якістю продукції* об’єднує способи і методи, спрямовані на забезпечення виробництва і реалізації продукції високої якості. Складовими елементами цього механізму є планування та прогнозування виробництва високоякісної продукції, стимулювання і контроль за виробництвом, стандартизація і сертифікація продукції. Ефективним засобом управління якістю є стандартизація, що являє собою комплекс норм, правил та вимог до якості продукції.

*Стандартизація.* У загальному розумінні стандартизація – це діяльність, що полягає у встановленні положень для загального і багаторазового застосування щодо наявних чи можливих завдань з метою досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній сфері, результатом якої є під-



вищення ступеня відповідності продукції, процесів та послуг їх функціональному призначенню, усуненню бар'єрів в торгівлі і сприянню науково-технічному співробітництву (Еванс, 2007). Стандарт на продукцію є основним нормативно-технічним документом, в якому показники якості встановлюються з урахуванням новітніх досягнень науки, техніки, ринкових вимог та попиту споживачів.

Щодо продукції стандартизація передбачає:

- встановлення вимог до якості готової продукції, а також сировини, матеріалів, напівфабрикатів і комплектуючих виробів;
- розвиток уніфікації та агрегування продукції як важливої умови спеціалізації і автоматизації виробництва;
- визначення норм, вимог та методів у галузі проектування й виготовлення продукції для забезпечення належної якості та запобігання невідповідностей різноманітності видів і типорозмірів виробів однакового функціонального призначення;
- формування єдиної системи показників якості продукції, методів її випробування та контролю, уніфікація вимірювань і позначень;
- створення єдиних систем класифікації та кодування продукції, носіїв інформації, форм і методів організації виробництва.

Стандарти і технічні умови містять обов'язкові для виробників норми якості виробу і способи їх досягнення (набір показників якості, рівень кожного з них, методи і засоби вимірювання, випробувань, маркування, упаковка, транспортування і зберігання продукції). Стандарти і технічні умови – це документи динамічного характеру, їх періодично переглядають і уточнюють з урахуванням інноваційних процесів і нових вимог споживачів до продукції, що виробляється або проектується (Сороко, 2013).

Правила застосування стандартів на території України встановлює Державний комітет України зі стандартизації, метрології та сертифікації.

Державні стандарти України містять обов'язкові та рекомендовані вимоги. Наприклад, до обов'язкових належать: вимоги, що забезпечують безпеку продукції для життя, здоров'я і майна громадян, її сумісність і взаємозамінність, охорону навколишнього середовища і вимоги до методів випробувань цих показників. Обов'язкові вимоги державних стандартів підлягають безумовному виконанню органами державної виконавчої влади, всіма підприємствами, їх об'єднаннями, установами, організаціями та громадянами – суб'єктами підприємницької діяльності, на діяльність яких поширюється дія стандартів. Рекомендовані вимоги державних стандартів України підлягають безумовному виконанню, якщо: це передбачено чинними актами законодавства; ці вимоги включено до договорів на розроблення, виготовлення і поставку продукції; виробником (постачальником) продукції зроблено заяву про відповідність продукції цим стандартам.

Об'єктом державного нагляду є продукція виробничо-технічного призначення і товари народного споживання, експортна продукція за вимогами контрактів, імпортна продукція за чинними в Україні стандартами, атестовані виробництва. За порушення вимог стандартів виробники несуть матеріальну відповідальність у формі значних штрафів, суми яких розподіляються такі: 60% – до державного бюджету; 30% – до позабюджетних фондів місцевих органів влади; 10% – до Держстандарту України для розвитку матеріально-технічної бази.

У разі порушення стандартів, норм і правил суб'єкт підприємницької діяльності (підприємець) несе відповідальність, що оцінюється залежно від обставин порушення. Зокрема, за реалізацію продукції, що не відповідає вимогам стандартів, норм та правил, підприємець сплачує штраф у розмірі 25% від вартості реалізованої продукції. Але якщо продукція через порушення вимог стандартів, норм і правил є небезпечною для життя, здоров'я, майна людей і навколишнього середовища, підприємець сплачує штраф у розмірі 100% від вартості випущеної або реалізованої продукції (Еванс, 2007).

Досить жорсткі вимоги в процесі діяльності підприємств, що ставляться міжнародними стандартами, розроблені Міжнародною організацією стандартизації – МОС (The International Organisation for Standardisation – ISO).

Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) – International Organization for Standardization – створена в 1947 році. Її метою є сприяння стандартизації у світовому масштабі. До складу ISO входять національні органи зі стандартизації понад 131 країни.

Міжнародна електротехнічна комісія (МЕК) заснована в 1906 році за рішенням Міжнародного електротехнічного конгресу, що відбувся в 1904 році. Її мета – сприяння міжнародному співробітництву в питаннях стандартизації і суміжних проблем у галузі електротехніки, радіоелектроніки та зв'язку. МЕК видає свої рекомендації, стандарти, використовувані в різних країнах під час роботи з національної стандартизації. Комісією опубліковано понад 4 300 документів. З моменту утворення ISO МЕК зберегла автономність і стала, по суті, філією ISO. Вимоги з безпеки є найважливішими вимогами до продукції, що належать до сфери діяльності МЕК.

**Сертифікація продукції.** Якщо підприємство здійснює активну зовнішньоекономічну діяльність, найважливішим елементом виробничого менеджменту в цілому і системи управління якістю зокрема стає сертифікація продукції, що є невід'ємним елементом взаємовигідної міжнародної торгівлі та економічного співробітництва. Сертифікація є складовою організаційно-економічного механізму управління якістю продукції, що під-

тверджує з необхідною достовірністю відповідність продукції вимогам державних та міжнародних стандартів, технічних умов.

**Сертифікація продукції** – один із важливих елементів системи управління якістю, який передбачає оцінювання відповідності продукції певним вимогам і видачу певного документа – сертифіката.

Сертифікація здійснюється з метою:

- створення умов для діяльності підприємств, установ та організацій на єдиному товарному ринку України, а також для участі в міжнародному економічному, науково-технічному співробітництві та міжнародній торгівлі;
- сприяння споживачам у компетентному виборі продукції;
- захисту споживача від недобросовісного виробника (продавця, виробника);
- контролю безпеки продукції для навколишнього середовища, життя, здоров'я і майна;
- підтвердження показників якості продукції, заявлених виробником.

В Україні існують обов'язкова і добровільна сертифікації. Обов'язкова сертифікація здійснюється в рамках державної системи управління суб'єктами господарювання, охоплює перевірку і випробування продукції, державний нагляд за сертифікованими виробами. Добровільна сертифікація може проводитися на відповідність вимогам, які не є обов'язковими, за ініціативи суб'єктів господарювання на договірних засадах. Зокрема, організація і проведення робіт з обов'язкової сертифікації покладаються на Держстандарт України, а у випадках, передбачених законодавчими актами України щодо окремих видів продукції, можуть бути покладені на інші державні органи управління України.

Сертифікацію здійснюють державні випробувальні центри із найважливіших видів продукції. Результатом сертифікації є сертифікат відповідності – документ, створений відповідно до правил системи сертифікації, що гарантує впевненість у тому, що належним чином ідентифікована продукція, процес або послуга відповідають конкретному стандарту чи іншому нормативному документу. На сертифіковану продукцію наноситься знак відповідності. В Україні сертифікат відповідності видається підприємству-виробнику Держстандартом максимум на три роки. В системі ДЕСТ передбачається сертифікація вітчизняної та імпортової продукції за правилами.

Сертифікат – це документ, що засвідчує високий рівень якості продукції та її відповідність вимогам міжнародних стандартів ISO серій 9 000, 14 000 та ін.

Основні поняття і положення в області оцінювання та забезпечення якості продукції або послуг, що застосовуються в міжнародній і вітчизняній практиках, визначаються документами міжнародних організацій ISO, МЕК і Держстандарту України.

Останніми роками почали формуватися міжнародні системи сертифікації.

## Література

1. Бойчик І. М. Економіка підприємства: підручник. Київ: Видавництво «Кондор», 2016. 378 с.
2. Бочан І. О. Основи економічної теорії. Інституціональний підхід: навчальний посібник. Київ: Знання, 2012. 211 с.
3. Дзюбик С. Д., Ривак О. С. Основи економічної теорії: навчальний посібник. Київ: Знання, 2014. 423 с.
4. Економіка підприємства: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. Харків: Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого», 2011. 208 с.
5. Зведена таблиця розмірів мінімальної заробітної плати в Україні. URL: <https://www.victorija.ua/zvedena-tablytsya-rozmiriv-minimalnoyi-zarobitnoyi-platy-v-ukrayini> (дата звернення: 20.01.2020).
6. Капаруліна І. М. Розвиток підприємства: концепція і технологія дослідження: монографія. Київ: Ліра-К, 2015. 432 с.
7. Момот О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 368 с.
8. Річний звіт за 2017 Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/documents/rtchniy-zvt-nktsprf-za-2017-rk/> (дата звернення: 1.05.2018).
9. Середня заробітна плата за регіонами за місяць. *Державна служба статистики України*. URL: [http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/gdn/reg\\_zp\\_m/reg\\_zpm\\_u/arh\\_zpm\\_u.htm](http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/gdn/reg_zp_m/reg_zpm_u/arh_zpm_u.htm) (дата звернення: 01.05.2020).
10. Середньомісячна заробітна плата по економіці України. *iFactor*. URL: <https://i.factor.ua/ukr/info/pension/avg-ua/> (дата звернення: 01.05.2020).
11. Сороко В. М. Функціонування і розвиток системи управління якістю: навч.-метод. матеріали. Київ: НАДУ, 2013. 80 с.
12. Средняя зарплата в Украине. *Минфин*. 30.03.2020. URL: <https://index.minfin.com.ua/labour/salary/average/2020/> (дата обращения: 01.05.2020).
13. Эванс Дж. Р. Управление качеством: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности “Менеджмент организации” / пер. с англ. / под ред. Э. М. Короткова; предисловие Э. М. Короткова. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 671 с.
14. Яркіна Н. М. Економіка підприємства: навч. посіб. / Вид. 2-ге, перероб. і доп. Київ: Видавництво Ліра-К, 2017. 600 с.

### Питання до теми

1. Ринок як економічна категорія в широкому і вузькому розуміннях.
2. У чому полягають основні умови функціонування ринку?
3. Які основні характерні ознаки ринку?
4. У чому полягають основні функції ринку?
5. Які існують суб'єкти та об'єкти ринкових відносин? Сутність та приклади для вітчизняної економіки.
6. Яка структура ринку? У чому полягають особливості його функціонування в Україні?
7. У чому полягають особливості функціонування фінансового ринку? Наведіть приклади для України.
8. Чим характеризується виробнича система як суб'єкт ринкових відносин?
9. У чому полягає призначення інфраструктури ринку? Назвіть її основні складові.
10. Які сутність та зміст поняття «продукція»?
11. Якість продукції: зміст та основні складові.
12. Що являє собою система показників оцінювання рівня якості продукції?
13. Сутність та призначення сертифікації і стандартизації якості продукції.
14. У чому полягають основні методичні підходи до оцінювання рівня якості продукції?
15. Чим характеризується якість продукції з точки зору виробника і споживача?

## Кейс до розділу Еколого-економічний рейтинг компаній

Сучасні умови функціонування ринкової економіки обумовлюють необхідність постійного аналізу і врахування рейтингу компанії під час вибору стратегії її подальшого розвитку. Рейтинг компанії впливає на рівень її конкурентоспроможності, прибутковості і вартості акцій.

Також при входженні до тієї чи іншої системи фондових індексів до уваги береться відповідний рейтинг компанії. Наприклад, система еколого-орієнтованих фондових індексів при відборі компаній передусім аналізує її еколого-економічний рейтинг.

Еколого-економічний рейтинг (ЕЕР) компанії – це процес ранжування компаній залежно від рівня ефективності їх еколого-орієнтованого корпоративного управління.

Процес визначення ЕЕР повинен ґрунтуватися на аналізі трьох груп показників оцінювання: економічного іміджу, що визначає конкурентоспроможність компанії на світовому ринку; ефективності існуючої системи еколого-орієнтованого управління; еколого-економічних ризиків діяльності компанії (рис. 1).

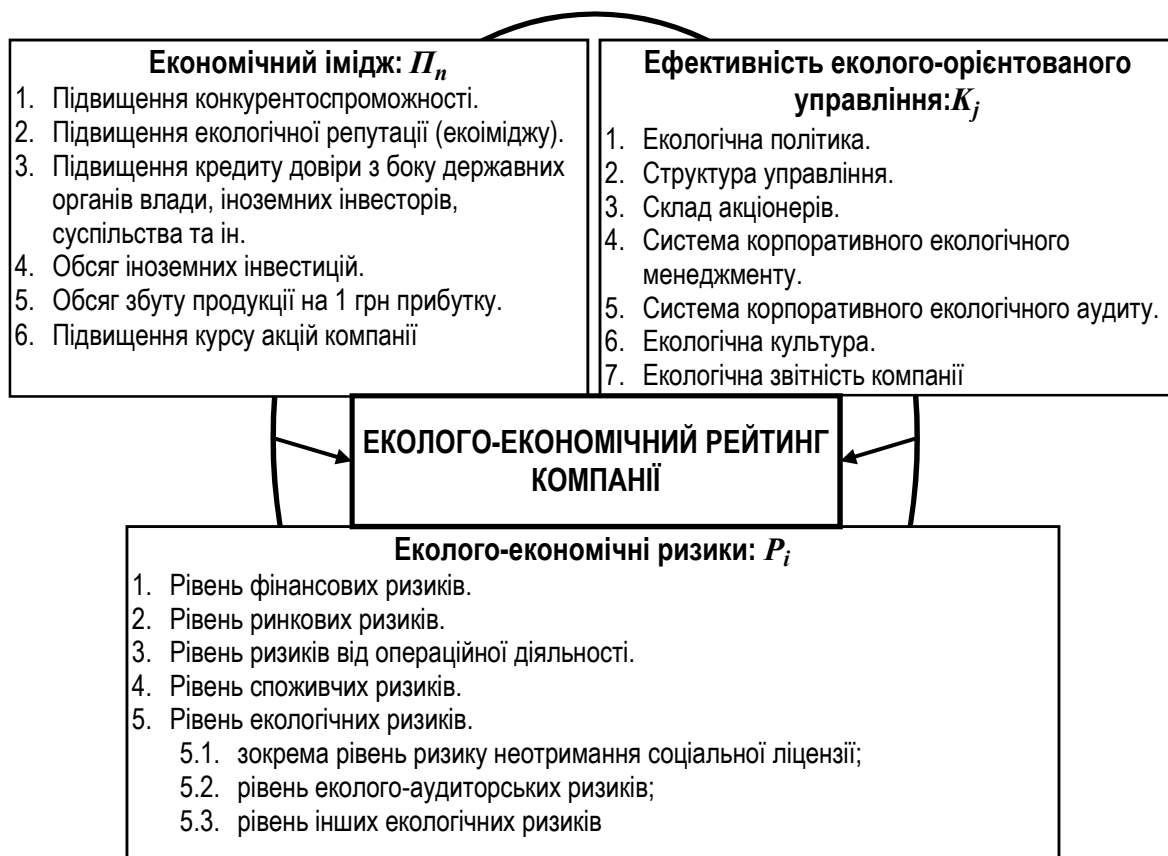


Рисунок 1. – Основні складові ЕЕР компанії

Процес визначення ЕЕР компанії складається з п'яти основних етапів (рис. 2). Більшість рейтингових моделей містять як якісні, так і кількісні показники. Якщо при визначенні кількісних показників проблем із їх розрахунком не виникає, то при розрахунку якісних показників виникає проблема їх об'єктивного оцінювання.

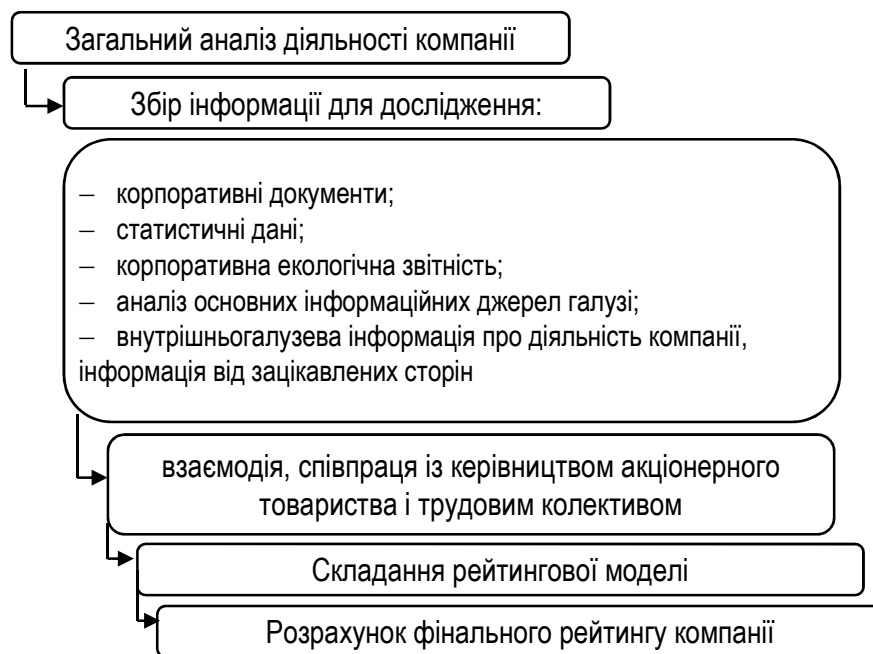


Рисунок 2 – Етапи розрахунку ЕЕР компанії

Необхідно зазначити, що у вітчизняній практиці відсутній досвід складання так званих соціальних звітів, що дають можливість більш об'єктивно оцінити якісні показники діяльності компанії. У зв'язку з цим у більшості випадків оцінювання якісних показників виконується експертним методом, при цьому якісні показники трансформують у кількісні за допомогою різного роду шкал.

Для визначення рівня ЕЕР компанії ранжують шляхом попарного порівняння у рамках кожного показника від високого до найнижчого рівня. Компанія, що зайняла перше місце, отримує максимальну кількість балів, яка дорівнює кількості компаній,  $i$ -те місце отримує  $q_i = Q_{i-1} - 1$  балів, відповідно компанія, що посіла останнє місце, отримує один бал. Якщо жодну з компаній за певним показником неможливо оцінити, то всі компанії з даного показника отримують 0 балів. Також, як правило, кожен показник має свій ступінь значущості. Значення кожного блоку показників з урахуванням коефіцієнтів впливу і фінальний рейтинг розраховуються за формулами (1–4).

$$\Pi = \sum_{n=1}^6 \Pi_n \cdot \gamma_n, \quad (1) \quad P = \sum_{i=1}^5 \alpha_i \cdot P_i, \quad (3)$$

$$K_{ey} = \sum_{j=1}^7 K_j \cdot \delta_j, \quad (2) \quad ER = \beta_1 \cdot \Pi + \beta_2 \cdot K_{ey} + \beta_3 \cdot P. \quad (4)$$

де  $\delta_j, \gamma_n, \alpha_i$  – коефіцієнти значущості відповідних показників економічного іміджу, ефективності еколого-орієнтованого корпоративного управління; еколого-економічних ризиків;  $\beta_{1,2,3}$  – відповідні коефіцієнти значущості певної групи показників оцінювання.

Наступним кроком компанія отримує відповідну рейтингову оцінку від високого до низького рівня (табл. 1).

Таблиця 1 – Рівні і значення еколого-економічного рейтингу

| Значення рейтингу / відсоток від максимально можливої суми балів   | Пояснення   |
|--|---|
| 1  | 2   |
| <p style="text-align: center;">В<br/>(Високий)<br/>100% – 75%</p>  | <p>У разі виникнення будь-яких позаштатних ситуацій корпорація здатна швидко покрити зобов'язання, досить швидко може пристосуватися до посилення нормативних вимог екологічного законодавства, сильна стратегічна позиція, наявність екологічних програм, які фінансуються і реалізуються, висока здатність отримання прибутку від екологічної та соціальної політики, наявність позитивного екологічного іміджу. Своєчасне доведення екологічних звітів акціонерам і суспільству. Відкритий доступ до екологічних звітів компанії. Мінімальна імовірність виникнення ризиків соціального та екологічного характеру</p>  |
| <p style="text-align: center;">С<br/>(Середній)<br/>75% – 50%</p>  | <p>Компанія, яка заздалегідь передбачає свої можливі екологічні та соціальні ризики, а також вчасно нейтралізує їх. Така позиція може бути знижена у разі посилення нормативних вимог, але через невеликий проміжок часу компанія має можливості відновити свою позицію. Своєчасне виконання соціальних зобов'язань. Дотримання екологічної політики, затвердженої на загальних зборах акціонерів. Обмежений доступ до екологічної звітності компанії (тільки акціонерам компанії і на вимогу зацікавлених сторін або суспільства). Виконання екологічних програм, які своєчасно фінансуються. Компанія має можливості отримувати прибуток від екологічної та соціальної політики, але не завжди реалізує свої можливості</p> |
| <p style="text-align: center;">Д<br/>(Достатній)<br/>50% – 25%</p> | <p>Компанія з великими, але чітко визначеними екологічними і соціальними ризиками і зобов'язаннями, має достатні фінансові та управлінські сили, щоб покрити ризики і зобов'язання крім виняткових ризиків, які є потенційними джерелами збитків. Також здатна фінансувати існуючі нормативні вимоги. Несвоєчасне доведення результатів екологічного аудиту акціонерам. Несвоєчасне виконання соціальних зобов'язань. Відсутність екологічно орієнтованого навчання співробітників компанії. Вище середнього позиція щодо можливості отримання прибутку</p>   |
| <p style="text-align: center;">Н<br/>(Низький)<br/>менше 25%</p>   | <p>При виникненні непередбачуваних ситуацій не здатна швидко покрити зобов'язання, слабка стратегічна позиція, невиконання екологічних програм, відсутність екологічних звітів. Відсутність або недотримання екологічної політики, затвердженої в статутних документах компанії. Компанія, де керівництво не здатне проявити свої екологічні та соціальні ризики, за рахунок яких відбуваються значні матеріальні втрати. Компанія має негативний екологічний імідж. Істотно нижче середнього рівень позиціонування</p>   |

Результати визначення ЕЕР п'яти українських компаній: ПАТ «СНВО», ПАТ «Мотор Січ», ПАТ «Енергомашпецсталь», ПАТ «Насосенергомаш», ПАТ «Дніпроспецсталь» наведені в табл. 2 (станом на 2017 рік).



Таблиця 2 – Результати визначення рівня еколого-економічного рейтингу

| Показник                                      | ПАТ «СНВО»  | ПАТ «Мотор Січ» | ПАТ «Енергомаш-спецсталь» | ПАТ «Дніпро-спецсталь» | ПАТ «Насос-енергомаш» |
|---|-------------|-----------------|---------------------------|------------------------|-----------------------|
| Код Української біржі                         | SMASH       | MSICH           | ENMA                      | DNSS                   | SNEM                  |
| Економічний імідж                             | 0,97        | 1,93            | 0,93                      | 1,80                   | 1,17                  |
| Ефективність еколого-орієнтованого управління | 0,59        | 0,88            | 0,31                      | 0,74                   | 0,39                  |
| Еколого-економічні ризики                     | 0,71        | 0,84            | 0,40                      | 0,78                   | 0,37                  |
| ЕЕР   | <b>2,27</b> | <b>3,65</b>     | <b>1,64</b>               | <b>3,32</b>            | <b>1,93</b>           |
| Рівень ЕЕР                                    | достат.     | середній        | достат.                   | середній               | достат.               |

Результати розрахунків показують, що жодна з досліджуваних компаній не отримала високого рівня ЕЕР. Майже всі компанії мають достатній рівень ЕЕР.

Європейська практика свідчить про тісний зв'язок рівня ЕЕР компанії з вартістю її акцій. Так, на рис. 3 наведено взаємозв'язок рівня ЕЕР українських компаній з рентабельністю їх акціонерного капіталу. На підставі одержаних результатів можна зробити висновок, що з підвищенням рівня ЕЕР рентабельність акціонерного капіталу зростає.

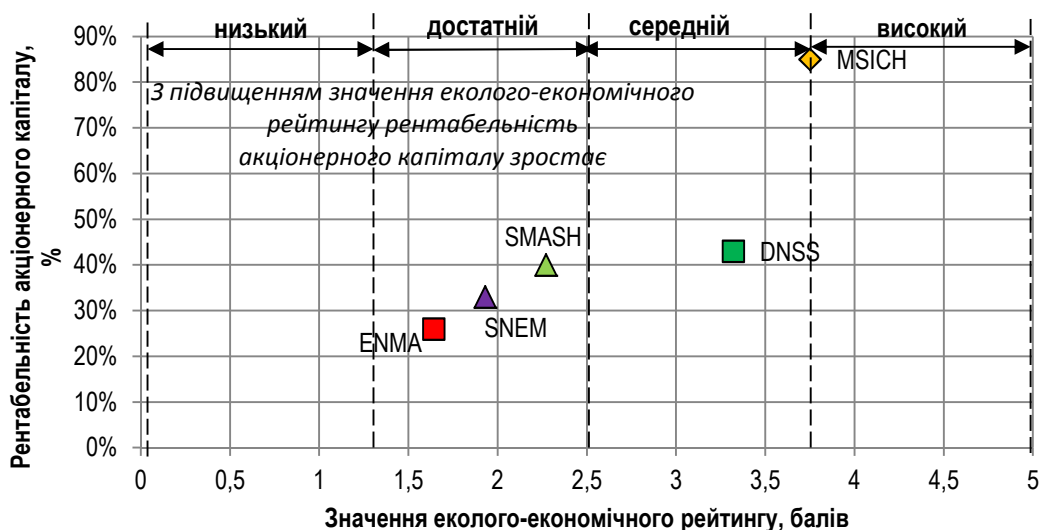


Рисунок 3 – Взаємозв'язок ЕЕР з рентабельністю акціонерного капіталу компаній

Необхідно зазначити, що в системі фондового ринку України рівень ЕЕР компанії може використовуватися для відбору об'єктів інвестування, виявлення шляхів поліпшення еколого-орієнтованого корпоративного управління, складання рекомендацій щодо вдосконалення екологічної політики акціонерного товариства. На практиці використання результатів розрахунку рівня ЕЕР компаній можливе широким колом осіб, які переслідують специфічні цілі (табл. 3).

Таблиця 3 – Напрями використання даних про еколого-економічний рейтинг суб'єктами фінансового ринку і менеджментом компанії

| Група сторін                        | Напрямок використання  |
|-------------------------------------|--|
| Акціонери                           | Розуміння того, наскільки керівництво компанії діє на їхню користь і дотримується затвердженої екологічно орієнтованої програми  |
|                                     | Усвідомлення відносного рівня прозорості акціонерного товариства   |
|                                     | Прийняття рішень про існуючі або майбутні природоохоронні інвестиції в компанію: як стратегічні, так і портфельні  |
|                                     | Порівняння відношення правління компанії до міноритарних і мажоритарних або великих власників пакетів акцій  |
| Кредитори                           | Як орієнтир або умова при прийнятті рішень про видачу кредиту  |
| Правління компанії                  | Розуміння екологічних стандартів і норм практики еколого-орієнтованого корпоративного управління, яка існує в компанії   |
|                                     | Керівництво щодо поліпшення еколого-орієнтованого корпоративного управління  |
|                                     | Доведення необхідної інформації про економічні, соціальні й екологічні аспекти діяльності зацікавленим особам акціонерного товариства                                  |
| Регулювальні органи / фондові біржі | Допомога в регулюванні ринку цінних паперів  |
|                                     | Просування відповідних стандартів еколого-орієнтованого корпоративного управління  |
|                                     | Внесення вимог для лістингу на фондових біржах і торгових майданчиках  |
|                                     | Внесення вимог для розрахунку національного фондового індексу сталого розвитку   |
| Страхові та екоаудиторські компанії | Здійснення попереднього екологічного аудиту компанії для укладення договору про страхування відповідальності правління товариства при виникненні надзвичайних ситуацій |

## **РОЗДІЛ 3**

### **ДЕМАТЕРІАЛІЗАЦІЯ В БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ**

- Теоретичні основи дематеріалізації процесів виробництва та споживання продукції
- Оцінювання рівня дематеріалізації продукції та послуг
- Еколого-економічний механізм дематеріалізації продукції на підприємстві

#### **3.1 Теоретичні основи дематеріалізації процесів виробництва та споживання продукції**

Розвиток людства у будь-які часи характеризувався невинно зростаючим техногенним навантаженням на природні екосистеми планети (Звіт, 2016). Наразі із перевантаженням навколишнього природного середовища (НПС) виникають питання перенаселення, соціальної нерівності, голоду, незадовільних умов життя тощо (Звіт, 2016; Europe, 2010).

Незважаючи на те, що консолідовані спроби людства виправити соціо-еколого-економічний дисбаланс на міжнародному рівні розпочалися понад 50 років тому шляхом промоції постулатів теорії сталого розвитку (СР), на сьогодні більшість із суспільних проблем не зникли, а навіть, загострилися. Міжнародна спільнота визнала СР магістральним шляхом для збереження планети та сталого розвитку суспільства. Так, Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй (ООН) у 2015 р. було запропоновано і підписано резолюцію «Перетворення нашого світу: порядок денний в області сталого розвитку на період до 2030 року», яка демонструє рішучі наміри світу рухатись до СР, що відображені у 17 цілях та 169 завданнях (Звіт, 2016; EY global, 2015).

Однією із 17 цілей програми є «Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання та виробництва». Головними завданнями на шляху досягнення «сталого» мети визначено:

- забезпечити участь розвинених країн у трансформаційних перетвореннях з урахуванням розвитку країн, що лише розвиваються;
- досягти раціонального споживання й ефективного перетворення природних ресурсів;
- знизити кількість відходів удвічі та зменшити втрати ресурсів у виробничо-збутових ланцюгах;
- до 2020 року встановити раціональне використання хімічних речовин та скоротити викиди шкідливих речовин у НПС;
- до 2030 року скоротити обсяги відходів шляхом запобігання їх виникненню, залучення повторної обробки та повторного використання матеріалів;

- вести актуальну та інформативну статистичну базу за визначеними показниками та індикаторами процесів видобутку, перероблення, виробництва і споживання матеріалів та продукції;
- інформування суспільства в усьому світі про важливість СР;
- надати допомогу країнам, що розвиваються, у збільшенні їх науково-технічного потенціалу для прямування до СР тощо (Звіт, 2016).

Зазначимо, що вищевикладені цілі корелюють із цілями концепції *де-матеріалізації* економіки.

Глибокий аналіз наукової та навчальної літератури, присвяченої постулатам СР, дозволив виокремити основні наукові напрями, спрямовані на екологізацію економіки та перехід до раціонального природогосподарювання. Так, найбільш значущі з них: «Промислова екологія»; «Екологічно чисте виробництво»; «Фактор 4» та «Фактор Х»; концепція управління ресурсами «Від колиски до колиски»; «Природний капіталізм»; «Екологічно спрямований дизайн товарів» тощо. Багато із визначених концепцій мають спільні ознаки (Буркинський и др., 1999). Різниця, як правило, полягає у рівні впровадження, суб'єктах та об'єктах управління тощо.

Різні економічні школи досліджують різні методичні підходи до господарювання з матеріальними ресурсами, і це має різні наслідки для СР (Hawken, 1999)

Однак усі вони ґрунтуються на твердженні, що суспільство є підсистемою навколишньої екосистеми, і що люди не можуть виробляти і головне споживати матеріали окремо від природного світу. Те, що ми називаємо «виробництвом», необхідно розуміти як перетворення матеріальних ресурсів, причому маса на вході дорівнює масі на виході. Крім того, перетворення і споживання матеріалів впливає на навколишню екосистему і може заподіяти їй значної шкоди, якщо будуть перевищені певні ліміти (Балджи, 2010). Тобто матеріальне виробництво, необхідне для підтримки сучасної економіки, набуло великого значення для наукових кіл і формування політики держав. При цьому на сьогодні визнається факт, що політика повинна бути спрямована на зниження рівня матеріальних витрат, однак немає загального підходу до того, як це здійснити на практиці і як це конфліктує з іншими економічними та політичними цілями.

У цілому, взаємозв'язок між виробництвом матеріалів, витратами на споживання благ і кількістю населення, користуючись методом розширення факторної моделі, можемо математично подати так (Bringezu, 2003):

$$M = \frac{M}{C} \cdot \frac{C}{H} \cdot H, \quad (3.1)$$

де  $M$  – загальна кількість матеріалів, що використовуються в економіці;  
 $C$  – витрати на споживання благ;  
 $H$  – кількість населення.

Рівняння (3.1) показує, що для зниження споживання матеріалів у цілому в економіці доведеться або знизити матеріаломісткість споживання ( $M/C$ ), або рівень споживання на душу населення ( $C/H$ ), або кількість населення. Варіант зниження кількості населення потребує надзвичайно суворих і не завжди дієвих заходів, окрім того, складно впроваджуваних у масштабах світової спільноти. Тому така політика викликає дебати щодо відповідності етиці, моралі, доречності. Також, існують дослідження і гіпотези, спрямовані на те, що людство так чи інакше саме по собі рухається в напрямку досягнення балансу населення планети завдяки різним зрівноважувальним механізмам. Отже, можливість скорочення споживання матеріалів виявляється найбільш актуальним у найближчому майбутньому. Тому великі надії покладаються на зниження матеріалоемності економіки або її *дематеріалізацію*.

Дематеріалізація є ключовим питаннями оптимізації залежності між соціально-економічним зростанням і негативним впливом на екосистему, тобто із забезпеченням зростання добробуту при зниженні обсягів використання при цьому матеріальних ресурсів. Дематеріалізація формує ситуацію, при якій співвідношення ( $M/C$ ) з формули (3.1) знижується. Якщо продуктивність матеріалів продовжує збільшуватись при збільшенні споживання, можемо відзначати *відносну дематеріалізацію*. У випадку, якщо поряд із зростанням добробуту скорочується матеріальне споживання, то можемо говорити про *абсолютну дематеріалізацію*.

Однак очевидно, що дематеріалізація не гарантує зниження рівня споживання матеріалів. Так, відносна дематеріалізація може привести до збільшення споживчих бажань, що, у свою чергу, збільшить виробництво товарів. Цю закономірність іноді називають «ефект бумеранга» (Волк, 2011; Дейлі, 2002).

У будь-якому випадку очевидно, що зменшення використання матеріалів в економічному розвитку людства було б вигідним з екологічної точки зору. Ключовим компонентом цієї гіпотези є трансформація філософії виробництва і споживання товарів у розумінні заміни матеріальної складової економіки на інформаційну. Це означає перехід від фізичного володіння товарами до «володіння» послугою, яку надає товар. Наприклад, загальнодоступна пральня може замінити індивідуальну пральню машину тощо.

У розвинених країнах подібні ідеї сформували концепцію *дематеріалізації економіки*.

Треба зазначити, що для України дематеріалізація економіки є новим напрямом, який отримав поверхнєве вивчення у теорії та практиці екологізації виробництва. З огляду на позитивні економічні, соціальні та екологічні можливі наслідки дематеріалізації подальший розвиток фундамен-

тальних досліджень вітчизняних дематеріалізаційних трансформацій набуває особливої актуальності.

#### **Історична довідка**

У 90-х роках ХХ сторіччя Р. Херман, С. Ардеками і Дж. Аусибел розпочали дослідження у сфері дематеріалізації економіки. В ті часи дематеріалізація була визначена як зниження в часі маси матеріалів, без шкоди її якості (Herman, 1990).

Італійські вчені О. Бернардіні та Р. Галлі (Bernardini, 1993) запропонували більш широку концепцію дематеріалізації, що ґрунтується на таких аспектах. Перший полягає в тому, що кожен новий матеріал або матеріальний ресурс, який з'явився з кращими властивостями, призводить до зменшення кількості його споживання. Другий аспект стосується розвитку міжнародної економіки. Вони наполягали, що процес дематеріалізації економік країн залежить від етапу їх економічного розвитку. Тобто кількість матеріалів в економіці зменшується відповідно до того, в якій фазі розвитку країна перебуває. Загальний міжнародний розвиток не повторює розвиток країн, які вже пройшли цю фазу. Тому, наприклад, Індія і Китай ніколи не вироблятимуть матеріальних потоків на душу населення стільки, скільки в США, навіть якщо їх валовий внутрішній продукт (ВВП) стрімко збільшиться, оскільки досвід розвинених країн уже врахований (Wernick, 1995).

#### **Дискусія**

Деякі автори, наприклад (Rothman, 1998), стверджують, що зростання доходу на душу населення призводить до автоматичної дематеріалізації економіки, оскільки матеріальні потреби вже досягли максимального рівня, а додатковий дохід буде витрачати предмети «духовної їжі». Такі ідеї сформували екологічну криву Кузнеця (Canas, 2003). Екологічні криві Кузнеця були побудовані для декількох речовин, які забруднюють НПС. Однак вважаємо, що недостатньо покладатися лише на ефекти доходу. Також необхідно брати до уваги демографічні трансформації (Kronenberg, 2009).

З урахуванням вищезазначеного необхідно визначити, що досягнення дематеріалізації економіки є процесом складним та багатограним. Відкритими також залишаються питання оцінювання, розроблення інструментарію, визначення ефектів тощо.

Аналіз динаміки обсягів видобутку ресурсів у світі та використання первинних матеріалів у виробництві продукції свідчать про інколи позитивні для суспільства тенденції дематеріалізації завдяки збільшенню ефективності використання та видобутку ресурсів, нових організаційно-управлінських важелів та механізмів господарювання.

Оцінювання дематеріалізаційних зрушень також вимагає глибокого переосмислення методів господарювання. Системні межі також мають велике значення, нехай це нації, регіони, фірми, домогосподарства або продукція, в усіх випадках механізми дематеріалізації можуть відрізнятись.

Доповнимо трактування дематеріалізації, що ґрунтується на визначенні Р. Херман, С. Ардеками і Дж. Аусибел у роботі (Herman, 1990), шляхом урахування більш широкого кола факторів. Отже, *дематеріалізація у загальному розумінні* – це абсолютне або відносне скорочення кількості використаних матеріалів, необхідних для повноцінного функціонування економіки за підтримки постійного рівня її розвитку та забезпечення мінімізації її екодеструктивного впливу і максимізації соціальних ефектів. На нашу думку, таке визначення найбільш повно відображає сутність процесів зниження використання матеріальних ресурсів.

### 3.2 Оцінювання дематеріалізації продукції та послуг

Дематеріалізація економіки в цілому спрямована на зниження еко-деструктивного впливу на довкілля. Так, продуцентом такого впливу є продукція та надання послуг. У зв'язку з цим виникає необхідність оцінити рівень дематеріалізаційного впливу товарів та послуг.

Базовим поняттям для оцінювання рівня дематеріалізації продукції є концепція MIPS (Material Input per Service Unit – матеріаловкладення на одиницю послуги) (Schmidt-Bleek, 1998).

#### **Подробиці**

MIPS була розроблена науковцями Інституту клімату, природокористування та енергії Вуппертала (Німеччина) в 90-х роках ХХ століття. Вона стала логічним продовженням загальної концепції дематеріалізації, що була створена до цього в 70-х роках науковцями С. Ардекані та Дж. Аусубел.

Фундаментальним поняттям концепції є поняття «екологічний рюкзак», під яким розуміють уявне навантаження або загальну кількість матеріальних ресурсів, необхідних для вироблення продукції «від видобутку до продажу». Термін «екологічний рюкзак» був запропонований Ф. Шмідтом-Бліком на початку 90-х рр. ХХ ст., щоб показати наочно, що виробництво будь-якого товару потребує набагато більше матеріалів, ніж їх містить кінцева продукція. Аналогами «екологічного рюкзака» є поняття «екологічний слід», «водний слід», «вуглецевий слід» тощо (Вайцеккер, 2000; Медоуз, 2007; Мельник, 2005).

Цей підхід дозволяє побачити потенційні втрати та вплив на НПС продукції. Так, вчені Інституту Вуппертала класифікують матеріальні ресурси як: біотичні (об'єкти живої природи), абіотичні (об'єкти неживої природи) ресурси, вода, повітря і пошкодження (ерозію) ґрунтів. Розрахунок матеріального сліду продукції є трудомістким процесом. Тому були розроблені матеріальні фактори (MF) (Schmidt-Bleek, 1998a). MF – це значення, що характеризує використання матеріалів та їх енергетичних величин. MF розраховані емпірично для матеріалів та деяких територій.

**Подробиці**

Наприклад, абіотичний MF для 1 кг природної платини прирівнюється до 350 тис. кг (для Європи). Інакше кажучи, для виробництва 1 кг первинної платини, що використовується для створення певної продукції, в Європі витрачається 350 тис. кг різної сировини.

Іншою важливою основою концепції MIPS є поняття «послуги» або виконуваної «роботи», що надається товаром, тобто те, заради чого цей товар був створений. Розглянемо детальніше поняття послуги  $S$ , про яке йшлося вище. При порівнянні різних варіантів використання товарів для задоволення своїх потреб (наприклад, використовувати велосипед, автомобіль чи потяг для поїздки на роботу) треба встановити базу порівняння. В даному випадку за базу визначимо стандартну послугу ( $S$ ).  $S$  не має чіткої розмірності і визначається відповідно до товару по-різному. Таким чином, розрахунок рівня дематеріалізації ( $Dem$ ) у загальному вигляді подамо так:

$$Dem = MI / S, \quad (3.2)$$

де  $MI$  – загальне споживання матеріалів при виробництві та споживанні продукції;  
 $S$  – узагальнена сума послуг, які надає продукція споживачу.

Отже,  $Dem$  – це показник, що дозволяє окреслити кількість матеріалів від моменту їх видобутку до моменту утилізації, тобто протягом всього життєвого циклу на одиницю послуги ( $S$ ). Концентрація на корисності продукції, а не на фізичному володінні продукцією відкриває нові можливості розвитку суспільства. Акценти змінюються на створення потенційно нескінченного розмаїття технологічних рішень у рамках існуючих обмежень (Schmidt-Bleek, 1998). Так, може спостерігатися збільшення ринку ренти, лізингу та суспільного використання тощо. Обернена величина показника  $Dem$  показує рівень ефективності використання деякої кількості матеріалів. Це означає, що може бути порівняна загальна кількість послуг, які отримуються через вкладення визначеної кількості природних ресурсів у різні проєкти, цим самим збільшуючи обґрунтованість управлінських рішень.

Очевидно, що прийняття певних рішень може викликати непередбачувані зміни на різних стадіях виробничого процесу та споживання продукції. Тому необхідно комплексно аналізувати всю специфіку управлінських рішень (Гончаренко, 2015). При такому підході формула (3.2) набирає такого вигляду:

$$Dem(x_i) = \frac{\sum(m_{ij} \cdot N_i \cdot MF_{ij})}{Use(x_i)}, \quad (3.3)$$

де  $Dem(x_i)$  – рівень дематеріалізації продукції  $X$   $i$ -го виду;



$i$  – вид продукції (роботи, послуги);  
 $m_{ij}$  – кількість одиниць  $j$ -го матеріалу в одиниці продукції  $i$ -го виду (в натуральному вираженні);  
 $N_i$  – кількість вироблених одиниць продукції  $i$ -го виду;  
 $MF_{ij}$  – інтенсивність використання  $j$ -го матеріалу при виготовленні, споживанні одиниці продукції  $i$ -го виду;  
 $Use(x_i)$  – сумарна кількість послуг, наданих з використанням  $i$ -го виду продукції.

Таким чином, формула (3.3) ілюструє принцип оцінювання рівня дематеріалізації виробу у натуральних вимірниках. Водночас іноді виникають ситуації, за яких необхідно порівняти рівні дематеріалізації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Пропонуємо в таких випадках використовувати показник рівня дематеріалізації у вартісному вимірі. Особливістю цього показника є використання замість  $MF$  показника узагальненої вартості використаних ресурсів під час життєвого циклу продукції. Тоді вартісний рівень дематеріалізації продукції ( $Dem_c(x_i)$ ) може бути виражений такою формулою:

$$Dem_c(x_i) = \frac{\sum(m_{ij} \cdot P_{ij} \cdot N_i)}{Use(x_i)}, \quad (3.4)$$

де  $P_{ij}$  – вартість одиниці  $j$ -го матеріалу для виготовлення одиниці  $i$ -ї продукції, грош. од.

Критерієм оптимізації для вибору найкращого варіанта під час виробництва продукції є мінімізація значень визначених показників. Універсальність цього підходу в його застосуванні в будь-яких цілях і на будь-якому рівні від підприємства до домогосподарства. Так, керівництву підприємства доцільно використовувати показники оцінювання рівня дематеріалізації різної продукції при прийнятті екологічно обумовлених інвестиційних рішень. З іншого боку, споживачі також можуть порівнювати товари-субститути. Отже, формули (3.3) і (3.4) можна подати так:

$$Dem(x) = \sum_{i=1}^n Dem(x_i) \rightarrow \min, \quad (3.5)$$

$$Dem_c(x) = \sum_{i=1}^n Dem_c(x_i) \rightarrow \min, \quad (3.6)$$

де  $Dem(x), Dem_c(x)$  – показники рівнів дематеріалізації комплексу продукції  $x$  (підприємства в цілому) у натуральному та вартісному вираженнях;  
 $n$  – кількість найменувань видів продукції (послуг), що входить до комплексу.

Розрахунок відповідно до класифікації різних матеріальних ресурсів показників  $Dem(x_i)$  та  $Dem_c(x_i)$  може бути як за окремими видами ресурсів, так і за їх сукупністю залежно від цілей та задач.

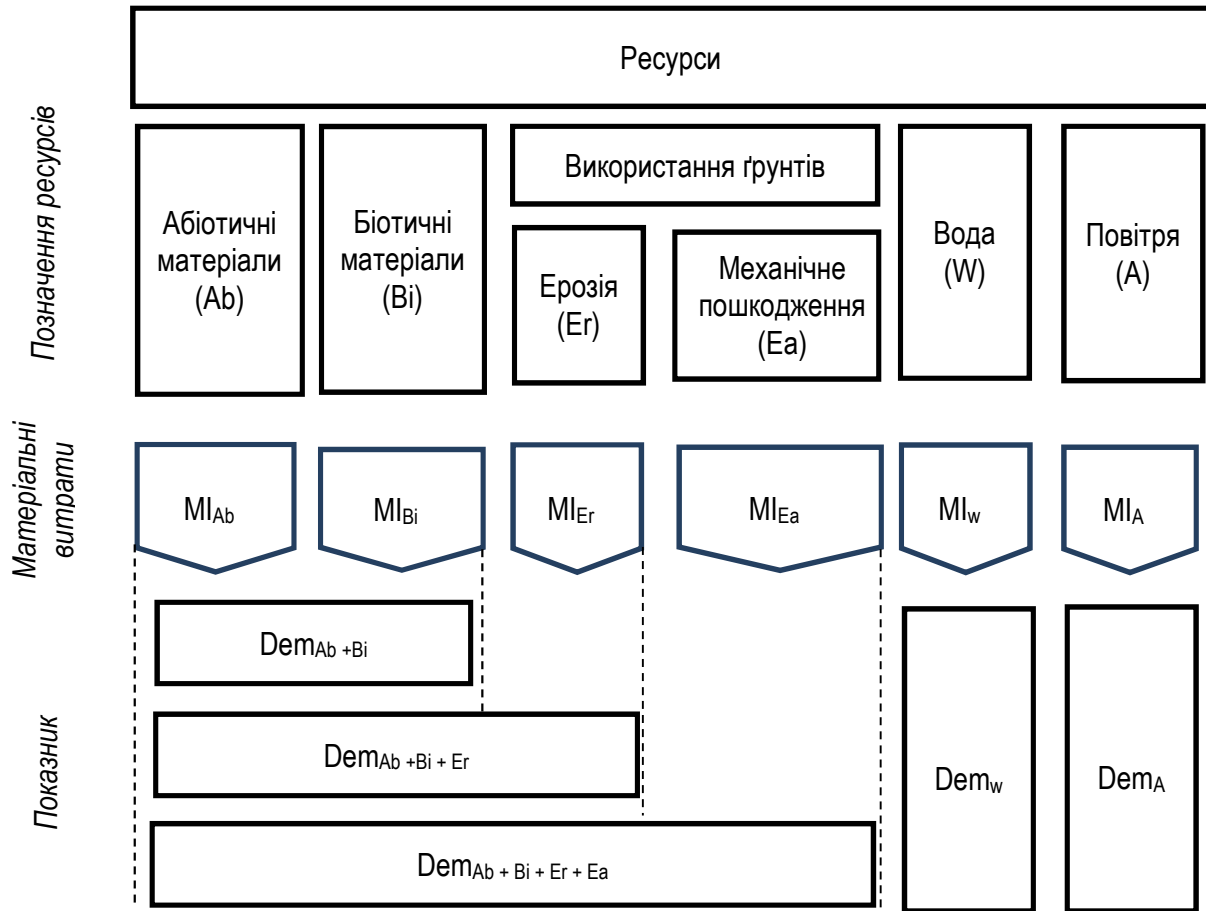


Рисунок 3.1 – Категорії ресурсів у складі показника рівня дематеріалізації продукції (систематизовано на основі Schmidt-Bleek et al., 1998)

Для створення загальної характеристики дематеріалізації продукції слід використовувати індекс дематеріалізації продукції певного виду  $i_{dem}$ , який буде характеризувати зміну рівня дематеріалізації у часі та просторі і поєднувати як якісні, так і кількісні характеристики продукції.

$i_{dem}$  може бути розрахований так:

$$i_{dem} = \frac{Dem(x_i^1)}{Dem(x_i^0)} \quad \text{або} \quad i_{demc} = \frac{Dem_c(x_i^1)}{Dem_c(x_i^0)}, \quad (3.7)$$

де  $i_{dem}$ ,  $i_{demc}$  – індекс дематеріалізації продукції  $i$ -го виду відповідно у натуральному та вартісному вираженнях;  
 $Dem(x_i^0)$ ,  $Dem_c(x_i^0)$  – рівень дематеріалізації  $i$ -го виду продукції за попередній період або до впровадження дематеріалізаційних змін відповідно у натуральному та вартісному вираженнях;  
 $Dem(x_i^1)$ ,  $Dem_c(x_i^1)$  – рівень дематеріалізації  $i$ -го виду продукції за фактичний період або після впровадження дематеріалізаційних змін відповідно у натуральному та вартісному вираженнях.

Даний індекс може також використовуватися для впровадження екологічно спрямованих інновацій та досягнення економічних ефектів підприємства.

Для визначення узагальнених тенденцій розвитку підприємства аналогічно до (3.7) пропонуємо використовувати загальний індекс дематеріалізації комплексу продукції відповідно у натуральному ( $I_{Dem}$ ) та вартісному ( $I_{Demc}$ ) вимірах:

$$I_{Dem} = \frac{\sum_{i=1}^n Dem(x_i^1)}{\sum_{i=1}^n Dem(x_i^0)} \quad \text{або} \quad I_{Demc} = \frac{\sum_{i=1}^n Dem_c(x_i^1)}{\sum_{i=1}^n Dem_c(x_i^0)} \quad (3.8)$$

На основі аналізу індексів дематеріалізації оцінюються еколого-економічні тенденції трансформацій на підприємстві. Залежно від обраної бази або основи для розрахунків можна так охарактеризувати дематеріалізаційні зміни. Якщо базою для розрахунків є:

- порівняння рівня дематеріалізації до та після впровадження трансформацій;
- порівняння рівнів дематеріалізації продукції з еталонною.

Узагальнені характеристики індексів дематеріалізації продукції подано у табл. 3.1. Виходячи із ситуацій поданих у табл. 3.1, досягнення позитивних змін забезпечується при значенні індексу дематеріалізації продукції, меншому від одиниці.

Таблиця 3.1 – Характеристика трансформаційних змін на підприємстві залежно від зміни індексів дематеріалізації продукції (Гончаренко, 2015)

| Інтервал значення індексів дематеріалізації   | Характеристика дематеріалізаційних змін   |
|---|---|
| 1   | 2   |
| База порівняння: порівняння рівня дематеріалізації до та після впровадження екологічно спрямованих дематеріалізаційних змін           |   |
| 1) $i_{dem} > 1$ ( $i_{demc} > 1$ )   | Зміни на підприємстві впливають негативно, що свідчить про збільшення матеріальних витрат на одиницю послуги  |
| 2) $i_{dem} = 1$ ( $i_{demc} = 1$ )   | Обсяги матеріальних потоків на підприємстві не змінюються, що свідчить про постійний рівень ресурсоефективності підприємства, фіксовані матеріальні витрати на одиницю послуги                                    |
| 3) $i_{dem} < 1$ ( $i_{demc} < 1$ )   | Споживання матеріалів зменшується, що свідчить про дематеріалізацію господарської діяльності підприємства, тобто зменшення матеріальних витрат на одиницю послуги, а отже, зменшення деструктивного впливу на НПС |
| База порівняння: порівняння рівнів дематеріалізації досліджуваної продукції та продукції, обраної як еталон, або продукції конкурента |   |

Продовження табл. 3.1

| 1                                   | 2   |
|-------------------------------------|---|
| 1) $i_{dem} > 1$ ( $i_{demc} > 1$ ) | Значення індексу дематеріалізації свідчить про те, що матеріалоспоживання у розрахунку на одиницю послуги, що надається з використанням досліджуваної продукції, перевищує аналогічний показник у продукції, обраної як еталон. Отже, керівництву необхідно вжити заходів щодо здійснення процесу дематеріалізації. |
| 2) $i_{dem} = 1$ ( $i_{demc} = 1$ ) | Рівень дематеріалізації є однаковим у порівнюваних продуктах  |
| 3) $i_{dem} < 1$ ( $i_{demc} < 1$ ) | Рівень дематеріалізації досліджуваної продукції менший, ніж у продукції-еталона. Це означає, що на даному підприємстві відбуваються позитивні дематеріалізаційні зміни  |

Отже, даний підхід до оцінювання дематеріалізації продукції базується на визначенні матеріалів на стадіях життєвого циклу продукції у розрахунку на одиницю послуги. Це дозволяє оцінити вплив на НПС продукту як носія послуг для споживачів і може використовуватися керівництвом суб'єктів господарювання та організацій для прийняття обґрунтованих рішень щодо впровадження різноманітних екологічних заходів у рамках стратегії дематеріалізації.

### 3.3 Еколого-економічний механізм дематеріалізації продукції на підприємстві

Еколого-економічний механізм управління дематеріалізацією на підприємстві (ЕЕМУДП) необхідно розглядати як цілісну систему форм, методів та стимулів управління матеріальними й інформаційними потоками, що забезпечує дематеріалізаційні зміни та зменшення навантаження на НПС, з огляду на економічні інтереси підприємства (Goncharenko, 2015). Формування цього механізму обумовлене потребою у зменшенні обсягів забруднення НПС, вимогою відповідності підприємства екологічним нормативам, міжнародним стандартам, що надзвичайно актуально в рамках розвитку глобалізації та подолання кризових ситуацій і забезпечення конкурентоспроможності продукції на світових ринках (Мельник, 2005). Еколого-економічний механізм як управлінський механізм складається з двох підсистем: керуючої та керованої. В керуючій підсистемі формуються мета функціонування механізму, завдання для досягнення мети, визначається суб'єкт управління тощо. В керованій системі визначаються об'єкти, методи й інструменти, конкретизуються етапи та зміст робіт. У результаті взаємодії цих підсистем має виникнути синергетичний ефект, що підлягає оцінюванню на відповідність до мети (Goncharenko, 2015). У випадку не досягнення очікуваних результатів приймається рішення щодо коригу-

вання механізму або пошуку альтернативних шляхів. Отже, розглянемо зазначені елементи ЕЕМУДП.

Першочерговим у побудові будь-якого механізму є визначення мети його роботи. Вважаємо, що метою ЕЕМУДП необхідно визначити зниження деструктивного впливу матеріальних потоків підприємства на довкілля при збереженні економічної ефективності дематеріалізації (Goncharenko, 2015). Будь-який суб'єкт господарювання під час своєї «роботи» використовує матеріальні ресурси, що після трансформацій (протягом життєвого циклу продукції, робіт, послуг) перетворюються на готову продукцію, відходи, викиди тощо та завдають певної шкоди НПС. Концепція дематеріалізації на мікроекономічному рівні та ЕЕМУДП як її інструмент зменшують до мінімальних розмірів деструктивне навантаження на НПС. Так, позитивні соціально-економічні та екологічні ефекти отримуються внаслідок часткової заміни матеріалів інформаційними факторами виробництва (Гончаренко, 2008; Гончаренко, 2015). Зазначена мета в рамках ЕЕМУДП викликає необхідність вирішення таких завдань:

- забезпечення дотримання екологічних стандартів (гранично допустимих концентрацій (ГДК) тощо);
- зниження природо-, ресурсо- й екологоємності продукції;
- зменшення господарських витрат суб'єкта внаслідок скорочення обсягів використання ним ресурсів, платежів за них;
- залучення ресурсозбережних заходів у процес діяльності підприємства;
- стимулювання попиту на еотовари, що створюються підприємством;
- забезпечення збільшення прибутку, прискорення оборотності оборотних коштів, оновлення основних засобів тощо;
- підвищення кваліфікації співробітників та формування позитивного екологічного іміджу підприємства для споживачів;
- підтримання високого рівня доходу та вигоди всім стейкхолдерам дематеріалізаційних процесів;
- розвиток корпоративної екологічної культури та самосвідомості учасників дематеріалізаційних процесів на підприємстві, що виражається в усвідомленні кожним із них відповідальності за якість НПС тощо.

Досягнення завдань ЕЕМУДП відповідно до поставленої мети потребує визначення суб'єкта управління, на якого покладатимуться функції планування, організації, мотивації, аналізу та контролю дематеріалізаційних процесів (Goncharenko, 2015). У зв'язку зі зростанням комплексності та автоматизації виробництва зростає й потреба у гнучких та оптимальних методах управління. Керівники як суб'єкти управління все частіше вимушені приймати рішення в умовах невизначеності, стислих термінів та ве-

ликого обсягу інформації, при цьому вплив прийнятих рішень на зміну якості НПС та економічний стан суб'єкта господарювання є надзвичайно високим. Отже, від керівництва підприємства значною мірою залежить, чи буде функціонування компанії відповідати принципам сталого розвитку та економічної ефективності. Згідно з поставленою метою та сутністю ЕЕМУДП об'єктом управління доцільно визначити, на нашу думку, систему взаємозв'язаних матеріальних потоків підприємства. При цьому побудова та функціонування ЕЕМУДП повинні ґрунтуватися на таких основних принципах (Goncharenko, 2015):

- *системності*, за якого механізм розглядається як відкрита, складна система, що характеризується динамічністю, здатністю до саморегулювання та саморозвитку. Він складається із зв'язаних між собою підсистем, які можуть охоплювати різні рівні управління підприємством. Склад і місце останніх в ЕЕМУДП може змінюватися відповідно до зміни умов зовнішнього та внутрішнього середовища, в якому функціонує механізм;

- *гнучкості* – полягає у високій трансформаційній здатності ЕЕМУДП для забезпечення його швидкої адаптації до умов ринкового середовища, які змінилися, з метою оптимізації свого впливу на матеріальні потоки підприємства;

- *комплексності* – передбачає взаємообумовлений та узгоджений розвиток ЕЕМУДП як єдиного цілого, комплексу цілісних підсистем управління, що охоплюють всі рівні господарювання на підприємстві, стадії життєвого циклу ресурсів і продукції, враховують різноспрямовані економічні, екологічні, соціальні та інші ефекти, які виникають у процесі управління матеріальними потоками і забезпечують реалізацію впливу на об'єкти для досягнення цілей управління;

- *самовідтворюваності* – полягає у постійному, зокрема розширеному, відтворенні мотиваційної основи здійснення процесів дематеріалізації на підприємстві;

- *екологічної відповідальності* – передбачає, що мета існування ЕЕМУДП, рішення, які приймаються у рамках механізму, інструменти здійснення дематеріалізаційних змін на підприємстві тощо повинні бути спрямовані на досягнення позитивного екологічного ефекту;

- *соціальної відповідальності* – означає, що реалізація будь-яких дематеріалізаційних змін унаслідок функціонування ЕЕМУДП повинна здійснюватися з урахуванням інтересів усіх зацікавлених соціальних груп внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства;

- *економічної ефективності* – полягає у тому, що процес прийняття та реалізації рішень у рамках ЕЕМУДП повинен забезпечувати досягнення

максимального позитивного економічного результату при прийнятному рівні витрат на підприємстві.

Невід’ємним елементом механізму є методи та інструменти управління, що забезпечують виконання поставлених завдань. Сучасна наукова література пропонує широкий інструментарій впливу на процеси екологізації, ресурсозбереження, сталого розвитку соціально-економічних систем (Вайцеккер, 2000; Медоуз, 2007; Мельник, 2006). З урахуванням різноманітності управлінських інструментів та особливостей дематеріалізаційних перетворень, на нашу думку, сутності пропонованого механізму найбільше відповідає комплекс інструментів, розроблений у (Механізми, 2012). Він містить блоки адміністративних, соціально-психологічних та економічних інструментів і методів. Проте більшість із них придатні для застосування переважно на макроекономічному рівні, тому у табл. 3.2 подано систему основних інструментів, яку доцільно використовувати для впровадження дематеріалізаційних зрушень на підприємстві.

Таблиця 3.2 – Основні методи та інструменти ЕЕМУДП (Goncharenko, 2015)

| Методи та інструменти управління  | Характеристика   |
|---|--|
| 1   | 2  |
| <i>1 Адміністративні методи</i>   |  |
| 1.1 Інструменти адміністративного управління:                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• визначення основних напрямів та механізмів реалізації політики підприємства з дематеріалізації</li> <li>• формування стратегії дематеріалізації на підприємстві з урахуванням соціальних, екологічних та економічних факторів</li> <li>• інтенсифікація впровадження дематеріалізаційних процесів</li> <li>• урахування впливу дематеріалізаційних процесів на стан НПС</li> <li>• експертиза з матеріалозбереження</li> <li>• нормування матеріальних витрат</li> <li>• стандартизація матеріалоспоживання</li> <li>• екологічна сертифікація</li> <li>• аудит ефективності матеріаловикористання (енергетичний, екологічний та ін.)</li> <li>• екологічна, енергетична паспортизація</li> <li>• менеджмент матеріаловикористання</li> </ul> |
| 1.2 Інструменти формування і розвитку внутрішньогосподарської інфраструктури: | <ul style="list-style-type: none"> <li>• призначення менеджерів з управління дематеріалізацією на підприємстві</li> <li>• формування мотиваційних механізмів стимулювання ощадливого матеріалоспоживання з урахуванням екологічних факторів</li> <li>• залучення аутсорсингових компаній до впровадження проєктів з дематеріалізації на виробництві</li> </ul>   |

Продовження табл. 3.2

| 1   | 2   |
|---|---|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• впровадження та підтримка інфраструктури для використання вторинних ресурсів на підприємстві (рециркуляція) і повторного використання товарів споживачами (мережа пунктів оренди товарів, що були у використанні)</li> </ul>   |
| 1.3 Інструменти управління інформацією  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• впровадження новітніх інформаційно-комунікаційних технологій у виробничі процеси</li> <li>• впровадження прикладного програмного забезпечення з обліку та оцінювання дематеріалізаційних процесів</li> <li>• створення інформаційних баз даних щодо матеріалоспоживання та дематеріалізаційних заходів</li> </ul>  |
| <b>2 Соціально-психологічні методи</b>  |   |
| 2.1 Інструменти соціально-психологічного впливу                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• проведення тренінгів та семінарів для співробітників у сфері матеріалозбереження й охорони НПС</li> <li>• формування відповідного рівня корпоративної культури і свідомості у сфері дематеріалізації та охорони довкілля (корпоративні просвітницькі, культурно-масові заходи та ін.)</li> <li>• добровільні зобов'язання з підвищення ресурсоефективності господарських об'єктів</li> </ul>   |
| <b>3 Економічні методи</b>  |   |
| 3.1 Інструменти зростання економічної ефективності використання виробничих ресурсів | <ul style="list-style-type: none"> <li>• прискорена амортизація матеріалозбережного устаткування з урахуванням впливу матеріалозбереження на екологічну ситуацію</li> <li>• прискорення оборотності обігових коштів підприємства</li> <li>• контролінг фінансово-економічного стану підприємства</li> </ul>   |
| 3.2 Інструменти ціноутворення   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• цінове програмування (програми управління попитом на матеріальні ресурси)</li> <li>• цінове стимулювання (диверсифікація цін на дематеріалізовану продукцію, послуги інфраструктури)</li> <li>• формування попиту на нові дематеріалізовані товари</li> </ul>  |
| 3.3 Фінансові інструменти   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• преміювання персоналу за успіхи у здійсненні дематеріалізації на підприємстві</li> <li>• використання методів управління витратами на підприємстві</li> <li>• оптимізація грошових потоків</li> <li>• спрямування частини прибутку на фінансування дематеріалізаційних перетворень</li> <li>• страхування діяльності з дематеріалізації (видів діяльності, еколого-економічних наслідків, підприємницького ризику)</li> <li>• лізингові схеми</li> </ul> |

Пріоритетним, таким чином, для урахування мотивів, потреб, інтересів суб'єкта господарювання при впровадженні заходів із дематеріалізації та побудові ЕЕМУДП є використання переважно економічного ін-



струментарію впливу, що забезпечує створення необхідних і достатніх умов для зростання рівня дематеріалізації на підприємстві.

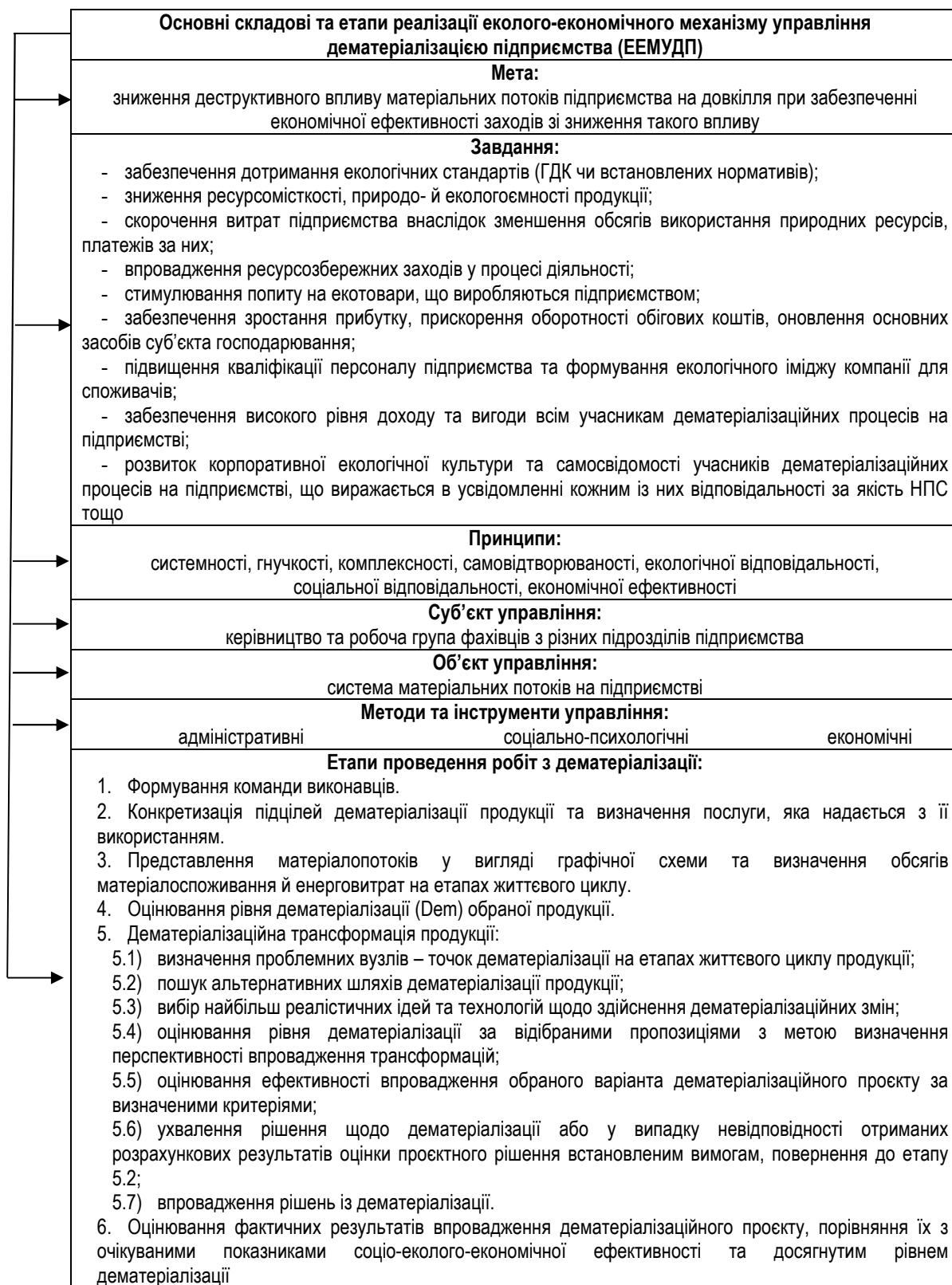


Рисунок 3.2 – Складові та етапи реалізації ЕЕМУДП (Goncharenko, 2015)

Основні етапи реалізації запропонованого ЕЕМУДП доцільно розглядати через побудову логічної послідовності виконання робіт із дематеріалізації продукції (робіт, послуг) (рис. 3.2). Для полегшення збору та узагальнення інформації у процесі робіт розроблено укрупнені табличні форми, які доцільно заповнювати у мірі проведення робіт в рамках функціонування ЕЕМУДП (див. Додаток). Частина з них сформовані у вигляді опитувальних листів для команди експертів таким чином, щоб у результаті їх заповнення та опрацювання отримати конкретні напрями з дематеріалізації та оцінити їх ефективність, що забезпечить прийняття оптимального управлінського рішення у рамках запропонованого механізму. Враховуючи різноманітність видів продукції та можливих шляхів її дематеріалізації розроблені форми певною мірою є універсальними і можуть бути уточнені та доповнені залежно від особливостей продукту, що розглядається в кожному конкретному випадку.

Схематично основні складові та етапи реалізації ЕЕМУДП, відмінними ознаками якого є поетапність проведення дематеріалізаційних зрушень та урахування соціо-еколого-економічних ефектів впливу дематеріалізації на діяльність підприємства, зображені на рис. 3.2.

Кінцевою метою ЕЕМУДП є зниження деструктивного впливу матеріальних потоків суб'єкта господарювання на довкілля при забезпеченні економічної ефективності заходів зі зниження такого впливу.

Цей механізм може використовуватись в усіх сферах економічної діяльності – від виробництва продукції до надання послуг. Він дозволяє як порівнювати варіанти екоефективних рішень між собою, так і розробляти нові продукти та бізнес-стратегії з урахуванням переваг дематеріалізації.

## Література

1. Балджи М. Д. Організаційно-економічні засади комплексного природокористування на регіональному рівні: монографія. Одеса: Атлант, 2010. 500 с.
2. Буркинський Б. В., Степанов В. Н., Харичков С. К. Природопользование: основы экономико-экологической теории. Одесса: ИПРЭЭИ НАН Украины, 1999. 350 с.
3. Вайцзеккер Э., Ловинс Э., Ловинс Л. Фактор четыре. Затрат – половина, отдача – двойная. Новый доклад Римскому клубу. Пер. с англ. А. П. Заварницына, В. Д. Новикова; под ред. акад. Г. А. Месяца. Москва: Academia, 2000. 400 с.
4. Волк О. М. Підходи до врахування наслідків впровадження інформаційно-комунікаційних технологій за стадіями життєвого циклу продукту. *Механізм регулювання економіки*. 2011. № 1. С. 93–99.
5. Гончаренко А. С. Классификация энергоинформационных трансформаций экономической системы. *Механізм регулювання економіки*. 2008. № 2. С. 208–214.
6. Гончаренко О. С. Науково-методичний підхід до оцінки рівня екологічно спрямованої дематеріалізації соціально-економічних систем. *Механізм регулювання економіки*. 2015. № 1. С. 127–134.

7. Дейлі Г. Поза зростанням. Економічна теорія сталого розвитку. Пер. з англ.; Ін-т сталого розвитку. Київ: Інтелсфера, 2002. 312 с.
8. Звіт ООН «Досягнення цілей сталого розвитку». 2016. URL: <https://documents-ddsny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/291/92/PDF/N1529192.pdf?OpenElement> (дата звернення: 13.05.2018).
9. Медоуз Д., Рандерс Й. Пределы роста. 30 лет спустя. Пер. с англ. Москва: ИКЦ «Академкнига», 2007. 342 с.
10. Мельник Л. Г. Тайны развития. Сумы: ИТД «Университетская книга», 2005. 378 с.
11. Мельник Л. Г. Екологічна економіка: підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2006. 348 с.
12. Механізми реалізації соціально-економічного потенціалу дематеріалізації виробництва і споживання: звіт про НДР (заключний) / Кер.: І. М. Сотник. Суми: СумДУ, 2012. 107 с.
13. Bernardini O., Galli R. Dematerialization: long-term trend in the intensity of use of materials and energy. *Futures*. 1993. P. 431–448.
14. Bringezu S., Schütz H., Moll S. Rationale for and interpretation of economy-wide materials flow analysis and derived indicators. *Journal of Industrial Ecology*. 2003. № 7. P. 43–64.
15. Canas A., Ferrao P., Conceicao P. A new environmental Kuznets curve. Relationship between direct material input and income per capita: evidence from industrialized countries. *Ecological Economics*. 2003. № 46. P. 217–229.
16. Europe 2020. *European Commission*, 2010. URL: [http://ec.europa.eu/europe2020/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm) (accessed on 01.03.2018).
17. EY global institutional investor survey, 2015. URL: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-tomorrows-investment-rules-2/\\$FILE/EY-tomorrows-investment-rules-2.0.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-tomorrows-investment-rules-2/$FILE/EY-tomorrows-investment-rules-2.0.pdf) (accessed on 01.03.2018).
18. Goncharenko O. S., Sotnyk I. M. Formation of ecology and economic mechanism of dematerialization at the enterprise. *Market and Management of Innovation*. 2015. № 2. С. 258–266.
19. Hawken P., Lovins A. L. Natural capitalism: creating the next industrial revolution. US Green Building Council, 1999. 416 p.
20. Herman R., Ardekani S. A., Ausubel J. H. Dematerialization. *Technological forecasting and social change*. 1990. № 37 (4). P. 333–348. URL: <http://phe.rockefeller.edu/dematerialization> (accessed on 14.09.2018).
21. Kronenberg T. The impact of demographic change on energy use and greenhouse gas emissions. *Ecological Economics*. 2009. № 68. P. 2637–2645.
22. Rothman D. S. Environmental Kuznets curves real progress or passing the buck: A case for consumption-based approaches. *Ecological Economics*. 1998. № 25(2). P. 177–194.
23. Schmidt-Bleek F. Das MIPS-konzept: Weniger naturverbrauch–mehr lebensqualität durch Faktor 10. 1998. 156 p.
24. Schmidt-Bleek F. (a) Factor 10: the future of stuff. Munchen: Droemer, 1998. URL: <http://epub.wupperinst.org/frontdoor/index/index/docId/4459> (accessed on 14.04.2018).
25. Schmidt-Bleek F., Bierter W. Das MIPS Konzept – Faktor 10. Muenchen: Droemer Knauer, 1998. 85 p.
26. Wernick I. K., Ausubel J. National material metrics for industrial ecology. 1995. URL: <http://phe.rockefeller.edu/NatMatMetIndusEcol> (accessed on 04.08.2018).

### Питання до теми

1. Які цілі сталого розвитку, закріплені у резолюції «Перетворення нашого світу: порядок денний у галузі сталого розвитку на період до 2030 року» вам відомі?
2. Як можна подати взаємозв'язок між виробництвом матеріалів, витратами на споживання благ і кількістю населення?
3. У чому полягає різниця між абсолютною дематеріалізацією і відносною?
4. Хто є засновником концепції дематеріалізації?
5. Як ви можете визначити дематеріалізацію у загальному розумінні?
6. Що таке *Material Input per Service Unit* (матеріаловкладення на одиницю послуги)?
7. Які категорії ресурсів у складі показника рівня дематеріалізації продукції ви можете назвати?
8. Що характеризує індекс дематеріалізації продукції?
9. Як ви можете охарактеризувати зміни на підприємстві залежно від зміни індексів дематеріалізації продукції?
10. Назвіть основні складові еколого-економічного механізму управління дематеріалізацією на підприємстві. Охарактеризуйте їх.

## **Кейс до розділу**

### **Оцінювання рівня дематеріалізації**

### **товару легкої промисловості**

Оцінювання дематеріалізації є надзвичайно корисним для пошуку резервів зниження матеріаломісткості, енерго- та екологічності продукції, оскільки дає можливість оцінити рівень залучення ресурсів до продукції, що виготовляється, на різних стадіях її життєвого циклу. Особливо актуальне таке оцінювання для товарів широкого вжитку, зокрема одягу, що виробляється у величезних обсягах та споживається населенням. Незважаючи на те, що виробництво одягу в Україні, як і загалом у світі, порівняно з іншими секторами – важкої промисловості, будівництвом, транспортом тощо – справляє набагато менший негативний вплив на довкілля, збільшення імпорту текстильної продукції, як і її вітчизняного виробництва у відповідь на зростаючі потреби населення, у кінцевому підсумку, після завершення терміну її використання обумовлює утворення великих обсягів відходів, які практично не переробляються в Україні. У зв'язку з цим оцінимо рівень дематеріалізації звичайного светра.

За модель розрахунку візьмемо жіночий в'язаний светр середньої товщини, матеріал виробу – бавовна та поліестер, вага – 0,8 кг. У табл. 1 подано вихідну інформацію та детальні обчислення рівня дематеріалізації цього товару з урахуванням стадій його життєвого циклу та категорій ресурсів, наведених на рис. 1.

Орієнтовна структура матеріальних вкладень у светр, не враховуючи витрати води, має такий вигляд: близько 21,6% споживання природних ресурсів припадає на етап використання товару, 78% природних ресурсів споживаються на етапі виробництва і менше 1% ресурсів споживається під час утилізації відходів.

Одиниця послуги, яка надається з використанням светра, може бути визначена кількістю разів його прання упродовж життєвого циклу. Припустимо, що светр буде пратися 50 разів протягом його життєвого циклу. На підставі цих даних розрахунки рівня дематеріалізації за формулою (3.3) свідчать, що загальне матеріальне споживання під час виробництва, експлуатації та утилізації одного светра становить 4905,8 кг. Водночас матеріальні вкладення з урахуванням загальної кількості послуг, наданих із використанням одного светра, становлять 98,1 кг на пральний цикл. Таким чином, показник рівня дематеріалізації светра досить високий. Це пояснюється, по-перше, порівняно високою матеріаломісткістю одиниці виробу, по-друге, порівняно невеликою кількістю послуг, наданих з використанням светра через його короткий життєвий цикл. У зв'язку з цим, доцільно впроваджувати дематеріалізаційні зрушення у легкій промисловості в цілому та виробництві одягу зокрема. Це дозволить, окрім позитивних екологічних ефектів, підвищити конкурентоспроможність продукції галузі на внутрішньому та зовнішньому ринках. Динаміка зміни матеріалоспоживання під час життєвого циклу светра подана на рис. 1–2.

На рис. 1 схематично зображена зміна показника дематеріалізації ( $Dem(x_i)$ ) светра протягом етапів його життєвого циклу. Графік на рисунку показує, що сумарні матеріальні вкладення, які включають суму матеріальних вкладень протягом виробництва, споживання й утилізації продукту, у розрахунку на одиницю функцій виробу зменшуються протягом періоду використання, а на інших етапах графік демонструє розриви.

Таблиця 1 – Результати оцінювання рівня дематеріалізації светра (Гончаренко, 2019)

| Стадії життєвого циклу продукції                              |                     | Натуральна оцінка                            |                  |  |                  |  |                  |  |                  |  |    | Сумарні матеріальні вкладення |
|---|---------------------|--|------------------|--|------------------|--|------------------|--|------------------|--|----|-------------------------------|
|   |                     | Абіотичні ресурси (ab)                       |                  | Біотичні ресурси (bi)                        |                  | Вода (wa)                                    |                  | Повітря (ai)                                 |                  | MI   |    |                               |
| Назва матеріалу   | Кількість матеріалу | MF <sup>ab</sup>                             | MI <sup>ab</sup> | MF <sup>bi</sup>                             | MI <sup>bi</sup> | MF <sup>wa</sup>                             | MI <sup>wa</sup> | MF <sup>ai</sup>                             | MI <sup>ai</sup> | MF   | MI |                               |
|   |                     | кг ресурсів на одиницю вимірювання матеріалу | кг               | кг ресурсів на одиницю вимірювання матеріалу | кг               | кг ресурсів на одиницю вимірювання матеріалу | кг               | кг ресурсів на одиницю вимірювання матеріалу | кг               | кг ресурсів на одиницю вимірювання матеріалу | кг | кг                            |
| 1   | 2                   | 3  | 4                | 5  | 6                | 7  | 8                | 9  | 10               | 11   |    |                               |
| <b>1. Етап «виробництво»</b>                                  |                     |  |                  |  |                  |  |                  |  |                  |  |    |                               |
| Поліестер, кг   | 1,155               | 3,97   | 0,46             |  | 0,00             | 206,89                                       | 23,90            | 3,75   | 0,433            | 247,87                                       |    |                               |
| Бавовна, кг   | 1,155               | 8,6  | 0,99             | 2,90   | 0,33             | 6 814,00                                     | 787,02           | 2,74   | 0,316            | 803,00                                       |    |                               |
| Барвники хімічні (соляні розчини та продукти сирої нафти), кг | 0,236               | 3,97   | 0,94             |  | 0,00             | 206,89                                       | 48,83            | 3,75   | 0,885            | 50,65  |    |                               |
| Нейлон (для етикеток), кг                                     | 0,0038              | 8,6  | 0,03             |  | 0,00             | 6 814,00                                     | 25,89            | 2,74   | 0,010            | 25,94  |    |                               |
| Папір та картон для пакування, кг                             | 0,0166              | 9,17   | 0,15             | 2,60   | 0,04             | 303,00                                       | 5,03             | 1,30   | 0,022            | 5,25   |    |                               |
| Пластик, кг   | 0,077               | 3  | 0,23             |  | 0,00             | 34 015,00                                    | 2619,16          | 0,70   | 0,054            | 2619,44                                      |    |                               |
| Вироби з деревини, кг   | 0,021               | 0,86   | 0,02             | 5,51   | 0,12             | 9,97   | 0,21             | 0,13   | 0,003            | 0,35   |    |                               |
| Електроенергія, кВт·год                                       | 1,54                | 3,15   | 4,85             | 0,04   | 0,06             | 57,60  | 88,70            | 0,50   | 0,770            | 94,39  |    |                               |
| Природний газ, МДж  | 0,354               | 0,030  | 0,01             |  | 0,00             | 0,01   | 0,00             | 0,09   | 0,032            | 0,05   |    |                               |
| Показник перевезення вантажів, т·км                           | 1,394               | 0,25   | 0,35             |  | 0,00             | 1,80   | 2,51             | 0,10   | 0,139            | 3,00   |    |                               |
| <b>Сума матеріаловкладень за стадією «виробництво»</b>        |                     |  | <b>21,10</b>     |  | <b>3,57</b>      |  | <b>3815,84</b>   |  | <b>9,41</b>      | <b>3849,92</b>                               |    |                               |
| <b>2. Етап «використання»</b>                                 |                     |  |                  |  |                  |  |                  |  |                  |  |    |                               |
| Електроенергія на прання, кВт·год                             | 0,981               | 3,09   | 0,04             | 0,04   | 57,6             | 56,51  | 0,5              | 0,491  | 60,13            | 3,09   |    |                               |
| Пральний порошок, кг  | 0,004               | 0,004  | 0,004            | 0,000  |                  | 0,000  |                  | 0,000  | 0,004            | 0,004  |    |                               |
| Виробництво пральної машини, кг/год. светра:                  |                     |  |                  |  |                  |  |                  |  |                  |  |    |                               |
| Сталь   | 0,06125             | 7  | 0,43             |  | 0,00             | 44,2   | 2,71             | 1,3  | 0,080            | 3,22   |    |                               |
| Мідь  | 0,00333             | 500  | 1,67             |  | 0,00             | 260  | 0,87             | 2  | 0,007            | 2,54   |    |                               |
| Олово   | 0,00018             | 8486   | 1,53             |  | 0,00             | 10958  | 1,97             | 149  | 0,027            | 3,53   |    |                               |

Продовження табл. 1

| 1   | 2       | 3     | 4            | 5    | 6           | 7      | 8               | 9     | 10           | 11              |
|---|---------|-------|--------------|------|-------------|--------|-----------------|-------|--------------|-----------------|
| Алюміній  | 0,0035  | 85    | 0,30         |      | 0,00        | 1379   | 4,83            | 10    | 0,035        | 5,16            |
| Прокат сортовий нержавіючий   | 0,0175  | 14,43 | 0,25         |      | 0,00        | 205,13 | 3,59            | 2,83  | 0,050        | 3,89            |
| Прокат листовий оцинкований   | 0,00175 | 19,36 | 0,03         |      | 0,00        | 86,54  | 0,15            | 42,29 | 0,074        | 0,26            |
| Скло  | 0,0035  | 3     | 0,01         |      | 0,00        | 3826   | 13,39           | 228,9 | 0,801        | 14,20           |
| Цемент  | 0,05075 | 1,66  | 0,08         |      | 0,00        | 9,7    | 0,49            | 0,06  | 0,003        | 0,58            |
| Пластик   | 0,028   | 3     | 0,08         |      | 0,00        | 34015  | 952,42          | 0,7   | 0,020        | 952,52          |
| Гума  | 0,00525 | 5,7   | 0,03         |      | 0,00        | 146    | 0,77            | 1,65  | 0,009        | 0,81            |
| Показник транспортування вантажів під час виробництва пральної машини, т/км                           | 0,2625  | 0,25  | 0,07         |      | 0,00        | 1,8    | 0,47            | 0,1   | 0,026        | 0,56            |
| Витрати електроенергії під час виробництва пральної машини, кВт·год                                   | 0,1375  | 3,15  | 0,43         | 0,04 | 0,01        | 57,6   | 7,92            | 0,5   | 0,069        | 8,43            |
| <b>Сума матеріаловкладень за стадією «використання»</b>   |         |       | <b>8,01</b>  |      | <b>0,04</b> |        | <b>1 046,08</b> |       | <b>1,69</b>  | <b>1 055,82</b> |
| <b>3. Етап «повторне перероблення (утилізація)»</b>   |         |       |              |      |             |        |                 |       |              |                 |
| Показник транспортування відходів, т/км   | 0,024   | 0,25  | 0,01         |      | 0,00        | 1,8    | 0,04            | 0,01  | 0,002        | 0,05            |
| <b>Сума матеріаловкладень за стадією «повторне перероблення (утилізація)»</b>                         |         |       | <b>0,01</b>  |      | <b>0,00</b> |        | <b>1603,5</b>   |       | <b>0,002</b> | <b>0,05</b>     |
| <b>Сума матеріаловкладень за всіма етапами життєвого циклу светра</b>                                 |         |       | <b>29,11</b> |      | <b>3,61</b> |        | <b>4 861,97</b> |       | <b>11,10</b> | <b>4 905,80</b> |
| Загальна кількість одиниць послуги, які надаються із використанням светра, $Use(x_i)$ , пральний цикл |         |       |              |      |             | 50     |                 |       |              |                 |
| Рівень дематеріалізації светра, $Det(x_i)$ , кг/ пральний цикл  |         |       |              |      |             |        |                 |       |              | 98,1            |

Примітка. MF – інтенсивність використання певного виду матеріалу/ресурсу на певному етапі життєвого циклу светра; MI – матеріальні вкладення у светр у натуральному вимірі

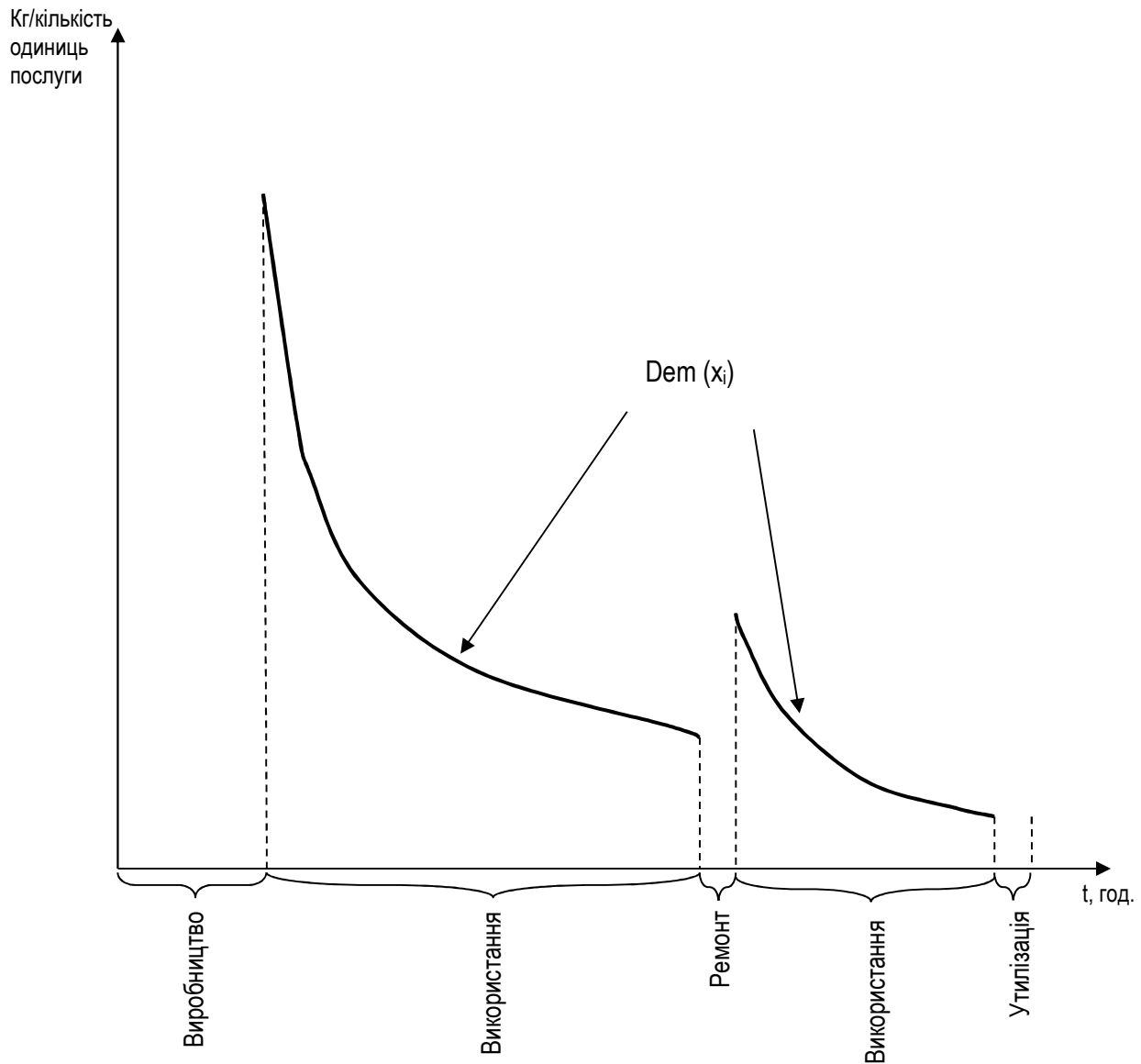


Рисунок 1 – Схематичне зображення зміни рівня дематеріалізації  $Dem(x_i)$  светра на стадіях життєвого циклу (Гончаренко, 2019)

Це пояснює природу показника дематеріалізації та підтверджується розрахунками, оскільки якщо продукт не використовується для надання послуг, то й показник дематеріалізації не може бути розрахований. Після певного часу експлуатації можливе проведення ремонту виробу, під час якого будуть використані додаткові ресурси. Тим самим ремонт не лише подовжує життєвий цикл виробу, а й збільшує суму матеріальних вкладень, що знайшло своє відображення на графіку  $Dem(x_i)$ , якщо порівняти значення цього показника до і після ремонту. Необхідно зазначити, що для рис. 1 та 2 використано абстрактне поняття ремонту, що охоплює різні види ремонтів у різні періоди часу, які узагальнено як один із додаткових етапів життєвого циклу виробу в межах етапу використання. Розрахунок  $Dem(x_i)$  також передбачає етап перероблення/утилізації продукту.



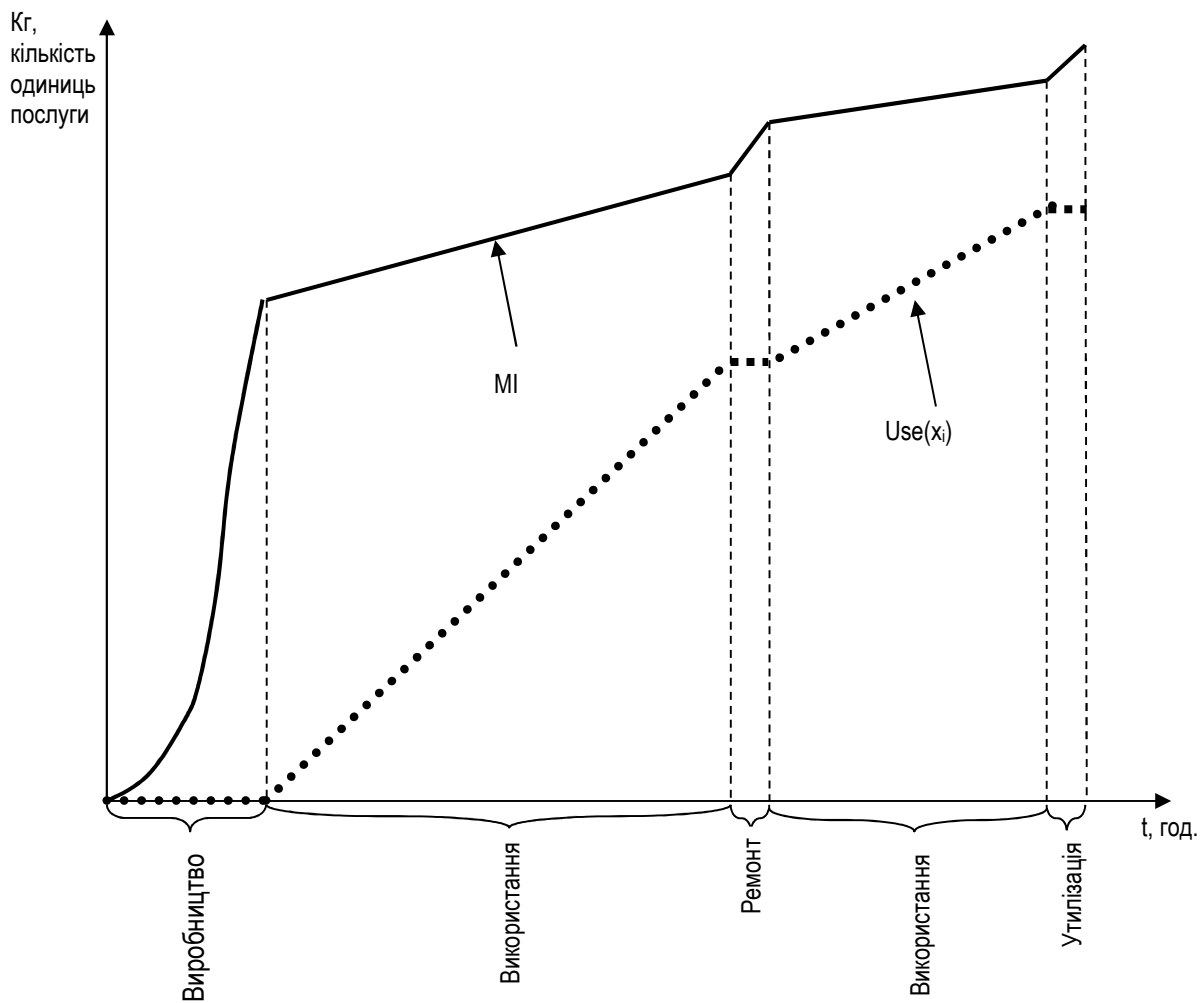


Рисунок 2 – Схематичне зображення зміни сумарних матеріальних вкладень (MI) та сумарної кількості наданих послуг ( $Use(x_i)$ ) светра на стадіях життєвого циклу (Гончаренко, 2019)

На рис. 2 схематично зображено зміни сумарних матеріальних вкладень та сумарної кількості наданих послуг з використанням светра на стадіях його життєвого циклу. Графік на рис. 2 показує, що сумарна кількість матеріальних вкладень на стадії виробництва стрімко зростає, водночас кількість послуг, наданих з використанням поки що не існуючого продукту, дорівнює нулю, як і на стадії ремонту та утилізації. Після початку експлуатації у процесі використання виробу зростання матеріальних вкладень значно сповільнюється, починається зростання кількості послуг, наданих з використанням товару, що відбивається на динаміці  $Use(x_i)$ . Також показовим є період умовного ремонту та утилізації матеріалів після використання светра, що характеризується стрибкоподібним збільшенням вкладення матеріалів та незмінним значенням сумарної кількості наданих з її використанням послуг. У зв'язку з цим, підвищення рівня дематеріалізації светра та зниження навантаження на довкілля можливе шляхом зменшення матеріальних витрат на продукт або шляхом збільшення кількості послуг, які надаються із використанням продукту протягом свого життєвого циклу. Матеріальні вкладення у светр можуть бути зменшені, наприклад,

шляхом зміни матеріалів-складників виробу (пряжі, ниток, фурнітури тощо), за рахунок зменшення кількості відходів, утворених на стадії виробництва, мінімізації упаковки, зменшення споживання енергії та оптимізації перевезень. Кількість послуг, що надаються із використанням светра, може бути збільшена шляхом подовження терміну експлуатації виробу.

**Наприклад**, якщо бавовну, що є основним матеріалом для светра замінити на віскозу, матеріаломісткість усього життєвого циклу светра буде зменшено на 9% за кожну одиницю (див. табл. 1), що зменшить показник рівня дематеріалізації светра до 89,1 кг/пральний цикл. Споживач також може вплинути на процес дематеріалізації светра. У випадку збільшення циклів прання вдвічі сума матеріаловкладень за стадією «використання» збільшиться до 1 106 кг при зниженні рівня дематеріалізації до 49,5 кг на один цикл прання. Інші можливості зниження рівня дематеріалізації під час експлуатації виробу та його прання полягають у якнайкращому використанні параметрів пральної машини, вибору оптимальної програми прання, максимальному завантаженні пральної машини тощо. Ще одна можливість для дематеріалізації – використовувати не індивідуальну пральну машину, а промислові пральні машини у спеціалізованих сервісах.

Для оцінювання можливих змін у рівнях дематеріалізації продукції внаслідок різних варіантів її використання розрахуємо індекси дематеріалізації  $i_{dem}$  для светра на основі формули (3.7). Зокрема, порівняємо рівні дематеріалізації светра до та після впровадження екологічно спрямованих дематеріалізаційних змін:

- 1) заміна бавовни на віскозу дає  $i_{dem} = 89,5/98,1 = 0,91$ ;
- 2) збільшення кількості пральних циклів удвічі дає  $i_{dem} = 60,5/98,1 = 0,56$ .

Отже, після застосування дематеріалізаційних змін рівень дематеріалізації светра зменшиться на 9% після заміни бавовни на віскозу та на 44% після збільшення циклів прання вдвічі, що свідчить про зниження матеріального сліду у відносному вираженні та деструктивного навантаження на довкілля.

Таким чином, результати розрахунків індексу рівня дематеріалізації продукції дають можливість оцінити тенденції його зміни та проводити якісне порівняння продукції між собою з метою обґрунтування управлінських рішень щодо екологізації процесів її виробництва та споживання.

### Список використаних джерел

1. Гончаренко О.С. Еколого-економічне обґрунтування дематеріалізації процесів виробництва і споживання продукції: дис.... к.е.н., спец.: 08.00.06 – економіка природокористування та охорони навколишнього середовища. Суми: СумДУ, 2019. 252 с.

## **РОЗДІЛ 4**

### **БІЗНЕС І ВЛАСНІСТЬ**

- Власність як основа бізнесу
- Форми власності та бізнесу
- Розвиток форм власності та бізнесу

#### **4.1 Власність як основа бізнесу**

Бізнес як складне поняття об'єднує цілий світ специфічних відносин, навіть якщо бізнес є лише індивідуальною господарською діяльністю приватного підприємця. З юридичної точки зору бізнес (фірма, компанія, підприємство, організація) – це певна організаційна форма, в рамках якої ведеться будь-яка господарська діяльність. З економічної точки зору бізнес є формою прояву економічних відносин як усередині, так і поза бізнесом. Перші вивчає наука про організацію бізнесу, другі – наука про функціонування економіки в цілому. Отже, з одного боку, бізнес є зовнішньою оболонкою для певної системи економічних відносин, з іншого – складною системою, яка включена до економічної системи.

Будь-яка господарська діяльність (бізнес) починається з відносин власності. Власність є основоположною економічною категорією. Вона визначає як форми організації бізнесу, особливості його управління, розподілу його результатів, так і економічну структуру суспільства в цілому, особливості соціальних процесів – положення різних соціальних груп і прошарків населення, взаємовідносини між ними тощо.

В економічному розумінні (значення) власність реалізується в площині взаємодії «людина – людина», визначається ступенем розвитку продуктивних сил, характеризується системою об'єктивних, історично мінливих економічних відносин між суб'єктами господарювання з приводу привласнення умов, процесів, засобів та результатів виробництва.

В юридичному сенсі власність представлена системою зв'язків «людина – річ», відображає майнові відносини, що закріплюються системою прав власності. Саме юридична оболонка дозволяє фіксувати права власності, законодавчо їх регулювати, враховувати наявні зміни щодо виникнення, припинення або відновлення прав власності (Основи, 2001).

*Право власності* згідно зі ст. 134 Господарського кодексу України (ГК) є основним майновим правом у сфері господарювання. Суб'єкт господарювання (одноосібно або разом з іншими суб'єктами) володіє, користується та розпоряджається належним йому майном, зокрема має право надавати майно іншим суб'єктам для використання його на основі права власності, господарського відання, оперативного управління та інших прав, передбачених законодавством (Господарський, 2003). Крім того, в

Цивільному кодексі України (ЦК) визначено права володіння і користування чужим майном. Право володіння чужим майном виникає на підставі договору з власником або іншою особою, якій було передано майно. Право користування чужим майном (сервітут) може бути встановлене щодо нерухомого майна (земельної ділянки, інших природних ресурсів) для задоволення потреб суб'єктів господарювання, які не можуть бути задоволені іншим способом. Це право полягає в можливості проходу, проїзду через чужу земельну ділянку, прокладання та експлуатації ліній електропередач, зв'язку і трубопроводів, забезпечення водопостачання, меліорації тощо. (Цивільний, 2003).

*Суб'єктами* права власності є всі ті, хто бере участь у відносинах привласнення в господарській сфері: суб'єкти господарювання, споживачі, органи державної влади та органи місцевого самоврядування, а також ті громадяни, громадські та інші організації, які є засновниками суб'єктів господарювання чи здійснюють щодо них організаційно-господарські повноваження.

## 4.2 Форми власності та бізнесу

У теоретичних дослідженнях набуло поширення структурування відносин власності за типами, формами та видами.

*Тип власності* визначає найбільш узагальнені принципи її функціонування, характер поєднання робітника із засобами виробництва. Виділяють три типи власності: общинна, приватна, суспільна, кожній з яких властиві різні форми прояву. В сучасних умовах в країнах з ринковою економікою переважають два основних типи власності: приватна і державна (як форма суспільного привласнення), а всі інші розглядаються як похідні від них і можуть існувати в змішаних формах.

*Форма власності* визначається як стала система економічних відносин і господарських зв'язків, що зумовлює певний спосіб та механізм поєднання робітника із засобами виробництва. Треба зазначити, що класифікація форм власності розглядається в економічному і юридичному розуміннях (табл. 4.1).

Критерієм класифікації форм власності в економічному сенсі є ступінь розвитку кооперації праці та виробництва. За масштабами усупільнення виробництва розрізняють так: 1) одноосібне привласнення (приватний підприємець або дрібне підприємство, де господарською діяльністю займається одна людина або його родина); 2) колективне привласнення (підприємство або господарське об'єднання, яке згуртовує роботу багатьох людей); 3) національний господарський комплекс (кооперація праці в рамках національної економіки), тобто суспільне привласнення.

Таблиця 4.1 – Типи, форми і види власності (Економічна, 2014; Економічна, 2012; Конституція, 1996; Основи, 2011; Цивільний, 2003)

| Типи власності         | Форми власності              | Види власності  |
|------------------------|------------------------------|---|
| СУСПІЛЬНА              | <i>Державна</i>              | Власність народу України  |
|                        |                              | Загальнодержавна (республіканська)                              |
|                        | <i>Колективна</i>            | Комунальна (місцевих органів влади)                             |
|                        |                              | Колективу орендарів   |
|                        |                              | Колективу підприємства  |
|                        |                              | Кооперативу, зокрема колективу підприємств споживчої кооперації |
|                        |                              | Акціонерних товариств   |
|                        |                              | Господарських товариств   |
|                        |                              | Господарських об'єднань   |
|                        |                              | Громадянських об'єднань   |
| Релігійних організацій |                              |   |
| ПРИВАТНА               | <i>Індивідуально-трудова</i> | Одноосібна  |
|                        |                              | Власність сім'ї   |
|                        |                              | Спільна власність громадян                                      |
|                        |                              | Спільна власність осіб, які ведуть фермерське господарство      |
|                        | <i>З найманою працею</i>     | Індивідуальна   |
|                        |                              | Корпоративна  |
| ЗМІШАНА                |                              | Державно-колективна   |
|                        |                              | Державно-приватна   |
|                        |                              | Колективно-приватна   |
|                        |                              | Власність із залученням іноземного капіталу                     |
|                        |                              | Інші  |

**Класифікація** власності в юридичному розумінні ґрунтується на обліку власників (суб'єктів власності), майна (об'єктів власності), а також залежить від способу заснування бізнесу і форми господарювання.

**За суб'єктами** форми власності (табл. 4.1) поділяються на державну, колективну, приватну. Привласнення засобів виробництва і виробленого продукту відбувається у формах державної і колективної власності як формах прояву суспільного типу власності.

Державна власність існує в таких видах: власність народу України, загальнодержавна, республіканська, власність місцевих органів влади (комунальна). Об'єктами права власності народу України є земля, її надра, атмосферне повітря, водні та інші природні ресурси, що знаходяться в межах території України, природні ресурси її континентального шельфу, морської економічної зони. Об'єктами державної (республіканської, комунальної) власності є майно, зокрема грошові кошти, які належать Україні.

Суб'єктом права державної власності є органи державної влади (Конституція, 1996; Цивільний, 2003; Господарський, 2003).

Колективна власність передбачає приналежність об'єкта певного колективу співвласників (засновників, учасників), які прямо або не прямо діють як один суб'єкт. Суб'єктом комунальної власності є територіальна громада, що здійснює свої повноваження через утворені нею органи місцевого самоврядування. Колективна власність може існувати, наприклад, як власність господарських об'єднань громадян або власність громадських організацій та об'єднань. Приватна власність характеризується тим, що засоби і результати виробництва належать приватним особам, які можуть привласнювати продукт як своєї, так і найманої праці. Тому розрізняють трудову і нетрудову приватну власність. Якщо за рахунок коштів акціонерів здійснена технічна реконструкція підприємства, то доходи, що зростають, повинні виплачуватися власникам акцій у формі дивідендів. За видами приватна власність буває одноосібною (індивідуальною) та сімейною.

*Спільна* (загальна) власність є різновидом власності (безвідносно до певної форми власності), де об'єктом є спільне майно, а суб'єктами (співвласниками) стають в результаті об'єднання майна: фізичні та юридичні особи, держава, територіальні громади. Видами права спільної власності є: а) спільна часткова – власність осіб із визначенням частки кожного з них; б) спільна сумісна – власність осіб без визначення частки кожного з них у праві власності (Цивільний, 2003). Спільна власність фізичних осіб ділиться на власність подружжя, власність членів селянського (фермерського) господарства і власність членів родини, власність, що виникає в результаті придбання майна за рахунок результатів спільної праці членів родини.

За законодавством України допускається об'єднання майна, що є власністю громадян, юридичних осіб і держави, і створення на цій основі змішаних форм власності, зокрема власності спільних підприємств за участю юридичних осіб та громадян інших держав. Спільне підприємство виникає як результат об'єднання майна різних форм власності (змішана форма власності) і, як правило, набирає форми господарського товариства. Спільне підприємство з іноземними інвестиціями може бути будь-якої організаційно-правової форми за наявності іноземних інвестицій в статутному фонді.

Кожна з форм власності має свої особливості щодо сфери ефективного застосування. Для приватної власності відповідним є такий бізнес, для якого не потрібно значних коштів, колективна власність доцільна у випадках, коли для бізнесу потрібна значна концентрація ресурсів, а державна власність ефективно функціонує в галузях з обмеженими можливостями ринкового саморегулювання.

*Об'єктами* власності є засоби виробництва, земля, її надра, рослини і тварини, робоча сила та результати її діяльності – предмети матеріальної та духовної культури, цінні папери, гроші тощо. Але саме власність на засоби виробництва характеризує сутність відносин власності, зокрема механізм розподілу і привласнення доходів від бізнесу.

У законодавстві виділяється інтелектуальна власність як власність на результати інтелектуальної праці. Об'єктами інтелектуальної власності (ст. 155 ГК) є: винаходи та корисні моделі; промислові зразки; сорти рослин і породи тварин; торгові марки (знаки для товарів та послуг); комерційне (фірмове) найменування; географічні покажчики; комерційна таємниця; комп'ютерні програми; інші об'єкти, передбачені законом.

Громадянин може вести бізнес – здійснювати господарську діяльність (ч. 3 ст. 128, ГК) як приватний підприємець або як власник приватного підприємства із залученням або без залучення найманої праці, самостійно або спільно з іншими особами.

В Україні залежно від способу утворення (заснування) бізнесу і формування статутного капіталу діють унітарні та корпоративні підприємства (ч. 3 ст. 63 ГК). Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує статутний капітал, не поділений на частки (паї). Залежно від засновника унітарне підприємство може бути приватним, державним, комунальним, заснованим на власності об'єднання громадян або релігійної організації. Корпоративне підприємство утворюється двома або більше засновниками на основі їх спільного вирішення (договору) і об'єднання майна, підприємницької та (або) трудової діяльності в формі кооперативу, господарського товариства тощо (Господарський, 2003).

*Організаційно-правова форма бізнесу* (форма господарювання), визначає характер відносин між засновниками бізнесу, режим майнової відповідальності за зобов'язаннями підприємства (організації), порядок створення, реорганізації, ліквідації, управління, розподілу одержаних прибутків, можливі джерела фінансування діяльності тощо.

Для накопичення та обробки даних про суб'єктів бізнесу створений і функціонує Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (ЄДР) (Цивільний, 2003).

За даними ЄДР на 1 січня 2020 року в Україні зареєстровано 1 350 тисяч юридичних осіб, що на 4% більше, ніж на 1 січня 2019 року. За організаційно-правовими формами господарювання виділяють такі: товариства з обмеженою відповідальністю – 674 тисяч (50%), приватні підприємства – 200 тисяч (15%), фермерські господарства – 46 тисяч (3,5%), кооперативи – 28 тисяч (2,08%), акціонерні товариства – 13 тисяч (1,03%), комунальні підприємства – 13 тисяч (1,03%), дочірні підприємства – 11 тисяч (0,86%), державні підприємства – 3,75 тисяч (0,28%), асоціа-

ції – 2,5 тисячі (0,18%), товариства з додатковою відповідальністю – 1,5 тисячі (0,11%), повні товариства – 1 315,00 (0,10%), іноземні підприємства – 0,6 тисяч (0,05%), корпорації – 0,55 тисяч (0,04%), командитні товариства – 0,37 тисячі (0,03%), кредитні спілки – 1 тисяча (0,08%), об'єднання співвласників багатоквартирного будинку – 33 тисячі (2,4%), профспілки та об'єднання профспілок – 28 тисяч (2,11%), релігійні організації – 26 тисяч (1,95%), благодійні організації – 19 тисяч (1,4%), політичні партії – 15 тисяч (1,13%), споживчі товариства – 4 тисячі (0,32%), підприємства громадських об'єднань – 3,3 тисячі (0,24%), громадські спілки – 1,7 тисячі (0,13%), органи самоорганізації населення – 1,6 тисячі (0,12%), підприємства споживчої кооперації – 1,1 тисячі (0,09%), союзи споживчих товариств – 0,3 тисячі (0,02%), творчі союзи – 0,3 тисячі (0,02%), недержавні пенсійні фонди – 0,07 тисячі (0,01%) (Кількість, 2020).

Залежно від форм власності в ЄДР виділяють такі види підприємств: фермерське (ст. 114 ГК) на основі приватної власності громадян з метою виробництва, перероблення та реалізації сільськогосподарської продукції; приватне (ст. 113 ГК) на основі приватної власності громадян чи юридичних осіб; державне (ст. 73–74 ГК) на основі державної власності; казенне (ст. 76 ГК) на основі державної власності в тих галузях народного господарства, в яких законом дозволено здійснення господарської діяльності лише державним підприємствам; комунальне, яке діє на основі комунальної власності територіальної громади; з іноземними інвестиціями (ст. 116 ГК), у статутному капіталі якого не менш ніж 10% становлять іноземні інвестиції; іноземне (ст. 117 ГК),

*Об'єднання громадян* (Ст. 112 ГК) є унітарним підприємством, заснованим на власності громадян (громадської організації, політичної партії, профспілки) або релігійних організацій для здійснення господарської діяльності з метою виконання статутних завдань. Споживче товариство або підприємство споживчої кооперації (ч. 2 ст. 111 ГК) є організацією громадян, які об'єднуються для спільної господарської діяльності з метою забезпечення своїх економічних та соціальних інтересів. Серед неприбуткових організацій виділяють кредитний союз (об'єднання грошових внесків громадян з метою задоволення потреб її членів у взаємному кредитуванні та наданні інших фінансових послуг), благодійні організації – благодійні фонди, товариства, установи.

Чинним законодавством не передбачаються створення та державна реєстрація нових підприємств (організацій) з такими організаційно-правовими формами, як колективне, орендне, індивідуальне, сімейне, загальне.

Серед господарських товариств (ст. 79–80 ГК) в українському законодавстві виділяються такі види: акціонерне товариство, державна акціонерна компанія (товариство), товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, повне товариство, командитне товариство.



Ці кооперативи як добровільні об'єднання громадян (ст. 94 ГК) утворюються з метою спільного вирішення економічних, соціально-побутових та інших завдань у різних галузях, тому набувають різних форм: виробничі, споживчі, обслуговуючі, сільськогосподарські та інші. Однак державна реєстрація нових житлово-будівельних або гаражних кооперативів не передбачається (Господарський, 2003).

Господарські об'єднання (об'єднання підприємств на добровільних засадах) утворюються у формах асоціацій, корпорацій, консорціумів, концернів. Асоційовані підприємства утворюються на основі економічної та (або) організаційної залежності у формі участі в статутному капіталі та (або) управлінні. Холдингова компанія (ч. 5 ст. 126 ГК) визначається як публічне акціонерне товариство, яке володіє, користується, розпоряджається холдинговими корпоративними пакетами акцій (часток, паїв) двох або більше корпоративних підприємств (крім пакетів акцій, що перебувають у державній власності). Об'єднання інтересів підприємств допускається і в інших формах (наприклад, у вигляді спілок або асоціацій) (Господарський, 2003).

### 4.3 Розвиток форм власності та бізнесу

*Форми* власності перебувають у постійному розвитку:

- еволюціонують *суб'єкти* власності, наприклад, збільшується різноманітність державної власності на всіх рівнях: загальнодержавному (власність урядових структур, Національного банку тощо), територіально-регіональному (власність комунально-муніципальних служб, інших органів місцевого самоврядування), галузевому (власність міністерств та відомств);

- розширюється коло *об'єктів* власності. Сучасна «економіка знань» обумовлює розвиток не лише об'єктів інтелектуальної власності, а і пов'язаних з ними правочинів у різних формах власності: приватна (розпорядження патентом або ліцензією); державна (розпорядження сумою знань та ідей); змішана (розпорядження інноваційною науково-технічною інформацією);

- удосконалюються *форми господарювання*, які є методами реалізації форм власності, визначається характер відносин між засновниками (учасниками) підприємств; *режим майнової відповідальності* за зобов'язаннями підприємства; *порядок* створення, реорганізації, ліквідації, управління, розподілу отриманих доходів, можливі джерела фінансування діяльності.

*Результативність* власності, відповідно до теорії прав власності, залежить від наявності можливості у суб'єкта реалізації всіх прав (системи

взаємозв'язаних прав або «пучка» (набору) прав) щодо об'єкта власності (табл. 4.2). Весь «пучок» прав власності без будь-яких винятків визначає абсолютну приватну власність.

Таблиця 4.2 – Специфікація прав власності на блага (Honore, 1961)

| Найменування права власності | Зміст права власності   |
|------------------------------|---|
| 1 Володіння                  | Винятковий фізичний контроль над благами  |
| 2 Використання               | Вивільнення корисних властивостей благ  |
| 3 Управління                 | Прийняття рішень з приводу того, хто і як буде забезпечувати використання благ      |
| 4 На дохід                   | Володіння результатами від використання благ  |
| 5 Суверена (розпорядження)   | Право на відчуження, споживання, зміну або знищення благ                            |
| 6 На безпеку                 | Захист від експропріації благ і від шкоди з боку зовнішнього середовища             |
| 7 Спадщини                   | Передача благ у спадок  |
| 8 Безстроковості             | Безстроковість володіння благами  |
| 9 Екологічності використання | Заборона на використання блага способом, що завдає шкоди зовнішньому середовищу     |
| 10 Відповідальності          | Можливість стягнення благ на сплату боргу   |
| 11 На залишковий характер    | Існування процедур та інститутів, що забезпечують відновлення порушених повноважень |

У сучасних умовах переважає не абсолютно приватна власність на блага, а розподіл її прав між різними економічними суб'єктами на певних умовах. Якщо якісь права власності можуть бути реалізовані (через обмін або купівлю-продаж), то їх купують ті, хто вище цінує можливості, які вони надають. В умовах ринку права власності розподіляються і комбінуються таким чином, щоб діяльність, яку вони забезпечують, давала найбільш високі доходи.

*Специфікація* прав власності на бізнес (табл. 4.3) відрізняється від специфікації прав власності на блага тим, що власник (власники) бізнесу володіють «пучком» прав на певну комбінацію благ – факторів виробництва. Власниками бізнесу відповідно до теорії прав власності стають: 1) власники найбільш специфічних для бізнесу ресурсів – фізичного капіталу (у «класичній» фірмі), людського капіталу (в адвокатських конторах, рекламних, інжинірингових, комп'ютерних фірмах), сировини (у постачальницьких кооперативах), клієнтської бази (у споживчих кооперативах); 2) агенти, здатні забезпечити мінімізацію загальних витрат власності та ринкової контрактації.

Таблиця 4.3 – Специфікація прав власності на бізнес (Alchian, 1973)

| Назва права власності                  | Зміст права власності   |
|--|---|
| 1 На залишковий дохід (Основна вигода) | Отримувати дохід після сплати винагороди на всі фактори та умови виробництва                                    |
| 2 На контроль                          | Контролювати поведінку інших учасників  |
| 3 Право ключового учасника             | Ключовий учасник, з яким власники всіх факторів виробництва укладають контракти                                 |
| 4 На зміну персоналу                   | Змінювати членство в «команді», тобто право найму і звільнення персоналу  |
| 5 На продаж повноважень                | Право на продаж усіх перелічених повноважень  |
| 6 На прийняття остаточних рішень       | Прийняття рішень, які явно не прописані в контракті, включаючи право віддавати накази іншим учасникам «команди» |

Витрати власності пов'язані зі створенням нових форм бізнесу, ризиком їх власників, забезпеченням контролю за менеджерами, формуванням колективних рішень. Джерелами витрат ринкової контрактації стають монопольні переваги будь-кого з партнерів, високий ступінь невизначеності, характерний для довгострокових контрактів, інформаційна асиметрія і пов'язана з цим небезпека опортуністичної поведінки, загроза «вимагання» в разі значних специфічних інвестицій, труднощі виявлення й узгодження інтересів з отримання переваг при множинності учасників угоди.

Розподіл та делегування прав власності між економічними суб'єктами має місце і за межами бізнесу – зовнішня (щодо бізнесу) специфікація, і в його межах – внутрішня специфікація.

Сучасним видом зовнішньої специфікації прав власності є аутсорсинг (від англ. Outsourcing: (outer-source-using) – використання зовнішнього джерела або ресурсу) – це передача певних функцій виробництва (або обслуговування) товарів і послуг на підставі договору іншому суб'єкту господарювання, який спеціалізується у відповідній області (Хейвуд, 2004). Як правило, в аутсорсинг передаються функції з професійної підтримки працездатності окремих систем та (або) інфраструктури на основі тривалого контракту (не менше одного року): ведення бухгалтерського обліку, забезпечення функціонування офісу, перекладацькі послуги, транспортні послуги, підтримка роботи комп'ютерної мережі та інформаційної інфраструктури, рекламні послуги, послуги з безпеки. Головними джерелами економії витрат при аутсорсингу є: 1) підвищення ефективності діяльності підприємства; 2) можливість більш ефективного використання ресурсів на вже існуючих або нових напрямках. Динамічне поширення аутсорсингу, на думку фахівців Інституту аутсорсингу (Outsourcing Institute, США), відображає підвищення його доцільності, особливо у сфері фінансів та бухгалтерського обліку.

Якщо власники факторів виробництва (праця, капітал, земля, підприємницькі здібності) привласнюють результати виробництва у вигляді факторних доходів (заробітна плата, відсоток, рента, прибуток) через деперсо-

ніфікований механізм цін, то в межах бізнесу формується певний персоніфікований механізм розподілу і контрактації прав власності між його учасниками: засновниками, керівниками, іншим персоналом.

Рух відносин власності відбувається в таких формах: злиття і поглинання; реструктуризація бізнесу зі зміною форм власності; націоналізація, приватизація; передача в оренду; передача у власність трудового колективу (платна, безкоштовна); інші цивільно-правові угоди, рейдерство. Розглянемо деякі з цих форм.

*Злиття* («Mergers»), в широкому розумінні, – це процес утворення однієї нової компанії з кількох діючих. Ініціатором такої угоди, як правило, є компанія, що володіє більш потужним економічним потенціалом. Для позначення процесів укрупнення бізнесу і капіталу застосовується термін M&A (від англ. «Mergers and Acquisitions») – «злиття і поглинання». За угодою злиття компаній акціонери компанії, яку «купають», зберігають свої права на акції вже нового (об'єднаного) акціонерного товариства, а акціонери компанії, що поглинається, втрачають свої права на частку в капіталі. Процедури управління власністю, що застосовуються в процесі реструктуризації підприємства, пов'язані зі зміною власника та (або) структури власності, включаючи продаж підрозділів, дочірніх компаній.

*Націоналізація* передбачає передачу об'єктів приватної власності окремих громадян і юридичних осіб у державну власність.

*Приватизація*, навпаки, пов'язана з передачею об'єктів державної власності в приватну власність окремих громадян та юридичних осіб.

*Рейдерство* (від англ. «the raid» – «набіг», «раптовий напад») – це отримання контролю одним підприємством над іншим, як правило, незаконними методами; захоплення активів підприємства за допомогою ініціювання бізнес-конфліктів. До дій рейдерів належать: купівля певного відсотка акцій, який є достатнім для прийняття необхідних рішень; використання менеджменту для доведення компанії до такого стану, яке змушує власників продати її; купівля кредиторської заборгованості компанії (Спасибо-Фатєєва, 2008).

Виділяють такі різновиди рейдерства:

1) «біле» – у рамках закону, яке полягає у створенні за допомогою міноритарного пакета акцій («не контролює», але дає право отримувати дивіденди, володіти повною інформацією про компанію, брати участь у засіданнях) перешкод для нормальної роботи підприємства, що має на меті таке: а) власник контрольного пакета добровільно продає свої акції; б) збори акціонерів ухвалюють рішення про додатковий випуск акцій, які купує рейдер; в) акціонер позбавляється своїх акцій за рішенням суду;

2) «сіре» – з порушенням цивільно-правових норм, але з дотриманням юридичних процедур;

3) «чорне» – з порушенням кримінального законодавства. Йдеться про фізичне насильство і шахрайство, включаючи підкуп, шантаж, силове захоплення підприємства, підробку реєстру акціонерів тощо. В сучасних умовах окремі підприємства, що спеціалізуються на захопленні інших підприємств, мають потужну юридичну службу і назву, наприклад, інвестиційна компанія (Кузнєцова, 2012; Сабецька 2017).

В умовах глобалізації та нестабільності економічного розвитку найбільшу економічну ефективність бізнесу забезпечує його здатність перманентно удосконалювати структуру власності за всіма складовими та з мінімальними витратами переходити від однієї структури власності до іншої. Вільний обмін і комбінування прав власності надають суб'єктам господарювання можливість вибору найбільш ефективних форм бізнесу. Рух власності, зміна її форм і видів за критерієм підвищення конкурентоспроможності є необхідною умовою розвитку і бізнесу, його оточення.

## Література

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. Дата оновлення: 14.01.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 28.01.2020).
2. Економічна теорія. Політекономія: підручник / за ред. В. М. Тарасевича. Київ: Знання, 2012. 206 с.
3. Економічна теорія: Політекономія: підручник / за ред. В.Д. Базилевича: Київ: нац. ун-т ім. Т. Шевченка. 9-е вид., доповн. Київ: Знання, 2014. 710 с.
4. Кількість юридичних осіб за організаційно-правовими формами господарювання (на 1 січня 2020 року). Показники Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ). Державна служба статистики України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/edrpoу/ukr/EDRPU\\_2020/ks\\_opfg/ks\\_opfg\\_0120.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/edrpoу/ukr/EDRPU_2020/ks_opfg/ks_opfg_0120.htm) (дата звернення: 28.01.2020)
5. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text> (дата звернення: 28.01.2020).
6. Кузнєцова Т. В. Корупційний переділ власності у формі злочинного рейдерства в Україні. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2012. №4. С. 179–184.
7. Основи економічної науки: курс лекцій / за редакцією В.С. Савчука. Київ: КНЕУ, 2011. 400 с.
8. Основи економічної теорії: підручник / за ред. А. А. Чухна. Київ: Вища шк., 2001. 606 с.
9. Сабецька Т. І. Механізми протидії рейдерству як складова формування стратегії економічної безпеки підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. № 8. С. 341–348.
10. Спасибо-Фатєєва І. В. Рейдерство: розуміння, види, небезпека та способи боротьби. *Вісник господарського судочинства*. 2008. №4.

11. Хейвуд Дж. Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. Москва: «Вильямс», 2004. 176 с.

12. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV. Дата оновлення: 14.01.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 28.01.2020).

13. Alchian A., Demsetz H. The Property Rights Paradigm. *Journal of Economic History*, 1973. Vol. 13. № 1. P. 174–193.

14. Honore A. Ownership. *Oxford essays in jurisprudence* / Guest A. (ed.). Oxford, 1961. P. 112–128.

### Питання до теми

1. *Охарактеризуйте власність як економічну категорію в широкому розумінні.*
2. *Розкрийте зміст основних форм власності в бізнесі.*
3. *Наведіть основні найменування прав власності на блага?*
4. *Охарактеризуйте основні форми руху відносин власності?*
5. *Наведіть суб'єкти та об'єкти прав власності?*

## **РОЗДІЛ 5**

### **ВИРОБНИЧІ ФАКТОРИ В БІЗНЕСІ**

- Економічна сутність та відтворення основних фондів
- Склад і кругообіг оборотних коштів
- Фінансові показники в бізнесі: прибуток і рентабельність
- Трудові фактори. Продуктивність і оплата праці

#### **5.1 Економічна сутність та відтворення основних фондів**

Економічні суб'єкти (корпорації, підприємства, приватні підприємці) для ведення бізнесу повинні використовувати певні ресурси: матеріальні, трудові, природні, інформаційні та грошові. Велике значення при цьому мають засоби виробництва.

*Засоби виробництва* – це сукупність усіх елементів, що беруть участь у процесі виготовлення продукції. Вони поділяються на засоби праці (будівлі, машини, транспорт та ін.) і предмети праці (сировина, матеріали, напівфабрикати та ін.).

Необхідною умовою реалізації основної мети бізнесу – отримання прибутку – є планування відтворення капіталу, що охоплює стадії інвестування, виробництва, реалізації та споживання.

За формами авансування капіталу, що залучається в активи підприємства, його поділяють на основний та оборотний.

*Основний капітал* визначає ту частину, що залучається підприємством, що пов'язана з формуванням усіх видів його необоротних активів, і характеризується тривалим циклом обороту.

*Оборотний капітал* визначає ту його частину, що залучається для авансування в предмети праці і характеризується відносно коротким циклом обороту.

Поряд із терміном «основний капітал» часто використовується поняття «необоротні активи». «Основний капітал» включає ряд елементів: основні засоби, нематеріальні активи, фінансові інвестиції (рис. 5.1) (Економіка, 2012; Економіка, 2008).

Згідно зі ст. 14.1.138 Податкового кодексу основні засоби – це матеріальні активи, що призначаються платником податку для використання у власній господарській діяльності, вартість яких перевищує 6 000 грн і поступово зменшується у зв'язку з фізичним і моральним зносом, а очікуваний строк корисного використання з дати введення в експлуатацію становить понад один рік або операційний цикл, якщо він довший за один рік (Податковий, 2018).



Рисунок 5.1 – Склад основного капіталу (необоротних активів)  
(Економіка, 2012).

Ключовими компонентами основного капіталу в цілому і основних засобів зокрема є основні фонди, що становлять матеріальну основу виробництва. Зокрема, в складі основних засобів, крім «капітальних витрат на поліпшення земель», усі інші елементи належать до категорії «основних фондів». Основні фонди – це частина засобів виробництва, що зберігають свою речову форму, беруть участь у багатьох виробничих циклах і свою вартість переносять на вартість готової продукції частинами у міру зносу.

Залежно від характеру участі основних фондів у процесі виробництва розрізняють виробничі і невиробничі основні фонди. Основні виробничі фонди функціонують у сфері матеріального виробництва; невиробничі – задовольняють побутові та культурні потреби працівників. До них належать підприємства, що мають на балансах житлові будинки, дитячі садки і ясла, клуби, стадіони та їх обладнання. Співвідношення різних груп основних фондів у загальній їх вартості називаються структурою основних фондів.



Залежно від ступеня безпосереднього впливу на предмети праці основні виробничі фонди поділяють на активні і пасивні. До активної частини основних виробничих фондів відносять такі їх елементи (робочі машини і обладнання, інструменти), що здійснюють прямий вплив на форму і властивості предметів праці, визначають продуктивність праці, обсяг випуску продукції. До пасивної частини основних фондів відносять ті елементи (будівлі, споруди, передавальні пристрої), які створюють умови для нормальної роботи активних основних фондів (Економіка, 2012).

**Нематеріальні активи** – це складова ресурсного потенціалу підприємства, для якої характерні: можливість давати прибуток протягом тривалого періоду часу, відсутність матеріальної основи, складність визначення майбутнього прибутку від його використання. Також нематеріальні активи можна визначити з точки зору теорії інформації як нові відомості, що дозволяють поліпшити виробничі процеси, пов'язані з перетворенням матеріальних ресурсів, енергії і самої інформації.

**Вартість нематеріальних активів** оцінюється за сумою всіх фактичних витрат на придбання і приведення до стану готовності для використання. У разі, якщо нематеріальні активи вносяться учасником створеного підприємства, то вони оцінюються за світовими цінами.

Вартість нематеріальних активів відшкодовується шляхом включення до витрат діяльності (виробничої, комерційної) амортизаційних відрахувань (Аксєнов, 2007).

Для нематеріальних активів розраховуються три види амортизації:

- 1) амортизація нематеріальних активів, безпосередньо пов'язаних із виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг у рамках визначення «витрат операційної діяльності»;
- 2) амортизація нематеріальних активів загальновиробничого плану у межах визначення загальновиробничих витрат за статтею «Інші витрати»;
- 3) амортизація нематеріальних активів загальногосподарського використання в разі калькуляції адміністративних витрат за статтею «Інші витрати» (Грузинив, 2007).

Облік і оцінювання засобів праці здійснюються в натуральній і вартісній (грошовій) формах. Натуральне оцінювання основних фондів необхідне для обліку та планування окремих груп основних фондів, розрахунку виробничих потужностей, розроблення балансів обладнання та визначення ступеня його використання.

Як приклад натуральних одиниць основних фондів можна навести:

- натуральні одиниці (шт.);
- одиниці потужності або продуктивності (м, кг, г, л, погонні м, м<sup>2</sup>, м<sup>3</sup>, байт та ін.; за одиницю часу: с, хв, година, доба, місяць, рік);
- одиниці, що характеризують розміри основних фондів (габарити, вага, ємність/обсяг).

Грошове (вартісне) оцінювання основних фондів необхідне для формування єдиної критеріальної основи порівнянності різних форм основних фондів, визначення їх загального обсягу, динаміки та структури, встановлення величини вартості, яку переносять на вартість готової продукції (амортизаційних відрахувань) та ін. (Економіка, 2008).

Існують такі види вартісного оцінювання основних виробничих фондів.

1. **Оцінювання за первісною вартістю**, тобто за фактичними витратами, спрямованими на створення основних виробничих фондів, їх доставку та монтаж, в цінах того року, в якому ці витрати відбулися. Цей вид оцінки використовується для розрахунку амортизаційних відрахувань.

2. **Оцінювання за відновною вартістю**, тобто за вартістю відтворення основних виробничих фондів у сучасних умовах. Необхідність оцінювання за відновною вартістю викликана тим, що у зв'язку з науково-технічним прогресом або інфляційними факторами одні й ті самі види засобів праці (верстати, транспорт та ін.), вироблені в різні роки, оцінюються по-різному. Це вимагає періодичного переоцінювання основних фондів.

Базою для визначення відновної вартості є ринкові ціни на ті чи інші елементи основних фондів.

Відновлювальна вартість використовується в таких ситуаціях:

- при купівлі/продажу раніше придбаних основних фондів;
- при визначенні реальної вартості основних фондів, встановленої в ході інвентаризації, що може бути затребувано при зміні форм власності, ліквідації підприємства або встановленні заставної вартості.

3. **Оцінювання за первісною або відновною вартістю з урахуванням зносу (за залишковою вартістю) ( $\Phi_{зал}$ )**, тобто за фактичною вартістю, яка ще не перенесена на готову продукцію.

Первісна (відновна) вартість основних виробничих фондів з урахуванням зносу визначається за формулою

$$\Phi_{зал} = \Phi_{пер(віднов)} - \frac{\Phi_{пер(віднов)} \cdot H_a \cdot T_i}{100} \quad (5.1)$$

- де  $\Phi_{пер(віднов)}$  – первісна або відновна вартість основних фондів, грн;  
 $H_a$  – норма амортизації на реновацію (повне відновлення), %;  
 $T_i$  – термін використання основних фондів (до моменту визначення залишкової вартості), років.

4. **Ліквідаційна вартість** – вартість реалізації об'єкта після закінчення терміну його корисного використання (експлуатації). Вона визначається за формулою

$$\Phi_l = \Phi_p - B_l, \quad (5.2)$$

де  $\Phi_l$  – ліквідаційна вартість;  
 $\Phi_p$  – ринкова ціна об'єкта;  
 $B_l$  – витрати, пов'язані з ліквідацією об'єкта.

Основні виробничі фонди піддаються фізичному і моральному зносу.

Під фізичним зносом розуміють втрату основними фондами їх споживчої вартості. Наприклад, зниження продуктивності, втрата частини функцій та ін. Фізичний знос відбувається як при функціонуванні основних фондів, так і при їх бездіяльності (наприклад, вплив корозії).

Моральний знос основних фондів виражається у зменшенні їх вартості незалежно від фізичного зносу. Фізичний знос основних фондів частково відшкодовується шляхом капітального ремонту, а повне відшкодування (реновація) здійснюється шляхом заміни старих машин на нові. Моральний знос основних фондів може бути відшкодований за рахунок їх модернізації (Економіка, 2012).

Грошове відшкодування фізичного зносу основних фондів здійснюється шляхом амортизації.

**Амортизація** – систематичний розподіл амортизованої вартості основних засобів протягом строку їх корисного використання (експлуатації). Грошовим виразом розміру амортизації є амортизаційні відрахування, відповідні ступеню зносу основних фондів (Бобух, 2010).

Амортизаційні відрахування є важливою частиною поточних витрат на виробництво продукції (вони включаються в собівартість). Вони відіграють важливу роль в економічному механізмі, виконуючи функцію формування фондів для повного відновлення вибуваючих основних фондів після закінчення терміну їх служби (забезпечення простого відтворення), а також накопичення коштів для розширеного відтворення.

Під нормою амортизаційних відрахувань розуміють частку вартості основних фондів, яка повинна бути перенесена на готову продукцію упродовж року.

Норма амортизації, пов'язана з терміном корисного використання основних засобів  $T_{к.в}$  обернено пропорційною залежністю

$$H_a = \frac{1}{T_{к.в}} \cdot 100\%. \quad (5.3)$$

Відповідно до положень Податкового кодексу нарахування амортизації передбачається залежно від терміну корисного використання, який встановлюється наказом на підприємстві, але не менше мінімально допустимих строків, щомісячно, починаючи з місяця, наступного за місяцем після введення в експлуатацію об'єкта основних засобів, і призупиняється на період його реконструкції, модернізації, добудови, дообладнання та консервації (Економіка, 2012).

При визначенні строку корисного використання необхідно врахувати:

- очікуване використання об'єкта підприємством з урахуванням його потужності або продуктивності;
- фізичний і моральний знос;
- правові або інші обмеження щодо строків використання об'єкта та інші фактори.

Мінімально допустимі строки корисного використання та максимально можливі норми амортизації для груп основних фондів наведені в табл. 5.1.

Таблиця 5.1 – Максимально можливі норми амортизації для груп основних засобів та інших необоротних активів (Економіка, 2012).

| Група   | Мінімально допустимі строки корисного використання, років | Максимально можлива норма амортизації, %     |
|---|---|--|
| 1   | 2   | 3  |
| Група 1 – земельні ділянки  | –   | –  |
| Група 2 – капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом  | 15  | 6,67   |
| Група 3:<br>будівлі,<br>споруди,<br>передавальні пристрої   | 20<br>15<br>10  | 5<br>6,67<br>10                              |
| Група 4 – машини та обладнання, з них:<br>електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичного оброблення інформації, пов'язані з ними засоби зчитування або друку інформації, пов'язані з ними комп'ютерні програми (крім програм, витрати на придбання яких визнаються роялті, та/або програм, що визнаються нематеріальним активом), інші інформаційні системи, комутатори, маршрутизатори, модулі, модеми, джерела безперебійного живлення та засоби їх підключення до телекомунікаційних мереж, телефони (зокрема стільникові), мікрофони і рації, вартість яких перевищує 2500 грн. | 5<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br>2                | 20<br><br><br><br><br><br><br><br><br><br>50 |
| Група 5 – транспортні засоби  | 5   | 20   |
| Група 6 – інструменти, прилади, інвентар (меблі)  | 4   | 25   |
| Група 7 – тварини   | 6   | 16,67  |
| Група 8 – багаторічні насадження  | 10  | 10   |
| Група 9 – інші основні засоби   | 12  | 8,33   |
| Група 10 – бібліотечні фонди  | -   | -  |

Продовження табл. 5.1

| 1  | 2 | 3     |
|--|---|-------|
| Група 11 – малоцінні необоротні матеріальні активи | - | -     |
| Група 12 – тимчасові (нетитульні) споруди          | 5 | 20    |
| Група 13 – природні ресурси                        | - | -     |
| Група 14 – інвентарна тара                         | 6 | 16,67 |
| Група 15 – предмети прокату                        | 5 | 20    |
| Група 16 – довгострокові біологічні активи         | 7 | 14,29 |

У практиці господарювання різних країн використовуються такі методи амортизації:

- прямолінійний (рівномірний);
- дегресивний;
- прогресивний;
- виробничий.

**Прямолінійна амортизація** (амортизація в рівних сумах за рік): витрати на придбання або виробництво об'єкта списуються рівномірно, виходячи з очікуваного терміну використання об'єкта основних засобів. При цьому норма і сума амортизаційних відрахувань залишаються незмінними протягом періоду амортизації.

**Дегресивна амортизація** (амортизація в зменшуваних сумах за один рік): у перші роки використання об'єкта на витрати списуються більші суми, ніж у наступні роки. Розрізняють такі форми дегресивної амортизації: зменшення залишкової вартості (геометрично-дегресивний метод), арифметично-дегресивний (кумулятивний) метод, методи зменшення залишку, прискореного зменшення залишкової вартості та амортизація на основі зменшуваних ступінчастих ставок.

**Прогресивна амортизація** (амортизація в зростаючих сумах за рік): на початку використання об'єкта на витрати списується менша сума, ніж у кінці терміну корисної служби. Нарахування амортизації здійснюється за аналогією з дегресивною амортизацією, але зі зростанням регулярної суми амортизації.

**Виробнича амортизація** (амортизація залежно від виробітку і ступеня експлуатації об'єкта): на відміну від розглянутих методів амортизації, пов'язаних із фактором часу, при застосуванні цього методу для вихідної величини розраховується квота амортизації, що залежить від продуктивності. Списання на основі цього методу найбільшою мірою наближається до фактичного технічного зменшення вартості об'єкта. Застосування цього методу економічно виправдано в разі значних коливань у виробництві, а також у разі можливості визначення обсягу виробництва за один рік (Економіка, 2012).

Відповідно до Податкового кодексу амортизація основних засобів здійснюється із застосуванням таких методів:

- прямолінійного;
- зменшення залишкової вартості (геометрично-дегресивного методу);
- прискореного зменшення залишкової вартості;
- кумулятивного;
- виробничого.

Застосування методу прискореного зменшення залишкової вартості застосовується лише для груп 4 і 5 основних засобів.

Амортизація об'єктів груп 9, 11, 12, 14, 15 нараховується за прямолінійним або виробничим методом. Амортизація малоцінних необоротних матеріальних активів та бібліотечних фондів може нараховуватися за рішенням платника податків у першому місяці використання об'єкта в розмірі 50 відсотків його вартості, яка амортизується, та решта 50 відсотків вартості, яка амортизується, у місяці їх вилучення з активів (списання з балансу) внаслідок невідповідності критеріям визнання активом або в першому місяці використання об'єкта в розмірі 100 відсотків від його вартості. На основні засоби груп 1 і 13 амортизація не нараховується (Податковий, 2018).

Для оцінювання ефективності інтенсифікації використання основних фондів доцільно використовувати узагальнювальні і часткові показники.

**Узагальнювальні показники використання основних фондів** залежать від багатьох техніко-організаційних та економічних факторів і показують кінцевий результат використання основних фондів. До них належать фондівіддача і фондомісткість.

**Фондовіддача** (випуск продукції на 1 грн основних фондів) по підприємству, галузі визначається відношенням товарної, валової, реалізованої або чистої продукції до середньорічної вартості основних виробничих фондів.

Показник фондівіддачі розраховується за формулою

$$K_{фв} = \frac{P}{\Phi_{сер.p}}, \quad (5.4)$$

де  $P$  – річний випуск товарної, валової, реалізованої або чистої продукції, грн;  
 $\Phi_{сер.p}$  – середньорічна вартість основних фондів, грн.

$$\Phi_{сер.p} = \Phi_n + \frac{\Phi_v \cdot T_v}{12} - \frac{\Phi_{виб} \cdot (12 - T_{виб})}{12}, \quad (5.5)$$

де  $\Phi_n$  – балансова вартість основних фондів на початок року, грн;  
 $\Phi_v$  – вартість введених протягом року основних фондів, грн;  
 $\Phi_{виб}$  – вартість виведених протягом року основних фондів, грн;

$T_{в}, T_{виб}$  – число місяців використання нововведених і виведених фондів.

Величина, зворотна показнику фондівіддачі, називається фондоємністю і являє собою величину основних виробничих фондів (за вартістю), що припадає на кожну гривню продукції, що випускається:

$$K_{\phi\epsilon} = \frac{\Phi_{сер.р}}{P} \quad (5.6)$$

Незважаючи на те, що фондівіддача і фондомісткість є зворотними величинами, у них дещо різні сфери застосування. Наприклад, розрахунок фондівіддачі необхідний для ретроспективного аналізу використання основних фондів і застосовується винятково для внутрішньогосподарських аналітичних розрахунків на підприємстві.

Показник фондомісткості використовується для перспективного (прогнозного) аналізу та прийняття майбутніх рішень у галузі ефективних напрямків інвестування, зокрема, для визначення необхідного обсягу капітальних вкладень з метою випуску певного виду продукції (Економіка, 2012).

**Часткові показники** характеризують рівень використання основних фондів залежно від окремих факторів, наприклад, часу, потужності (за одиницю часу), ступеня оновлення.

**Коефіцієнт екстенсивного завантаження** устаткування характеризує рівень використання його в часі і визначається за кожною групою однотипного обладнання за формулою:

$$K_{e.з} = \frac{T_{\phi.o}}{T_{\partial}}, \quad (5.7)$$

де  $T_{\phi.o}$  – фактично відпрацьований обладнанням час, годин;  
 $T_{\partial}$  – час можливого використання обладнання (режимний, плановий фонд часу), годин.

Рівень використання машин і устаткування за продуктивністю або потужністю характеризується коефіцієнтом інтенсивного використання:

$$K_{i.в} = \frac{Q_{факт}}{Q_{техн}}, \quad (5.8)$$

де  $Q_{факт}$  – фактичний випуск продукції за одиницю часу;  
 $Q_{техн}$  – технічно обґрунтований випуск продукції за одиницю часу.

Цей коефіцієнт можна визначати, використовуючи показники потужності – фактичної і технічно обґрунтованої.

*Інтегральний коефіцієнт використання машин і устаткування за проектною потужністю і в часі  $K_{int}$  визначають як добуток двох розглянутих вище коефіцієнтів  $K_{e.з}$  і  $K_{i.в}$ :*

$$K_{int} = K_{e.з} \cdot K_{i.в} . \quad (5.9)$$

Інтенсифікація використання основних фондів досягається комплексом заходів, що охоплюють весь виробничий процес: впровадженням передових технологій; інтенсифікацією технологічних процесів; зменшенням планових і усуненням позапланових простоїв обладнання; винятком непродуктивної роботи обладнання (випуск браку, завищення припусків на механічну обробку та ін.); поліпшенням якості сировини, матеріалів і вихідних заготовок; поліпшенням стану обладнання; підвищенням рівня спеціалізації виробництва та ін. (Економіка, 2012).

## 5.2 Склад і кругообіг оборотних коштів

**Оборотним капіталом** (обіговими коштами) називають засоби виробництва, які на відміну від основних фондів беруть участь лише в одному виробничому циклі, в ході якого повністю переносять свою вартість на вартість готової продукції.

*Оборотним* капітал називається тому, що знаходиться в постійному обороті коштів, проходячи різні форми: гроші – товар – гроші. Зокрема, за один оборот (виробничий цикл) гроші вкладаються в придбання сировини, в ході виробництва сировина трансформується в готову продукцію, після продажу продукції кошти знову повертаються на підприємство у формі грошей. Таким чином, за один оборот оборотні кошти проходять три основних економічних сфери: постачання, виробництво і збут (Економіка, 2008).

Оборотні кошти складаються з двох частин – оборотних фондів і фондів обігу. Оборотні фонди в своїй речовій формі є предметами праці. Вони, як правило, зазнають змін своєї натуральної форми і фізико-хімічних властивостей. Фонди обігу пов'язані з обслуговуванням процесу обігу товарів.

*Оборотні фонди* включають в себе:

- предмети праці (сировина, основні матеріали і напівфабрикати, допоміжні матеріали, паливо, тару, запасні частини та ін.);
- засоби праці з терміном служби не більше одного року, як правило, це малоцінні і швидкозношувані предмети (наприклад, інструменти, господарський інвентар, спецодяг);
- незавершене виробництво (продукція, що підлягає подальшій обробці, зокрема напівфабрикати власного виробництва);



- витрати майбутніх періодів (утворюють вироблені фірмою витрати на придбання необхідних для виробництва активів, які ще не надійшли; прикладом є авансовані витрати підприємства на сировину, матеріали, напівфабрикати та ін.).

До фондів обігу відносять:

- готову продукцію, що знаходиться на складах підприємства;
- товари, відвантажені споживачу, але ним не оплачені;
- кошти в розрахунках і готівкові гроші (які знаходяться на розрахунковому рахунку фірми; грошові кошти, що знаходяться в незавершених розрахунках, готівка) (Грузинов, 2007).

Оборотні кошти повинні забезпечувати безперервність виробництва і реалізації продукції підприємства.

Склад і класифікація оборотних коштів наведені на рис. 5.2.

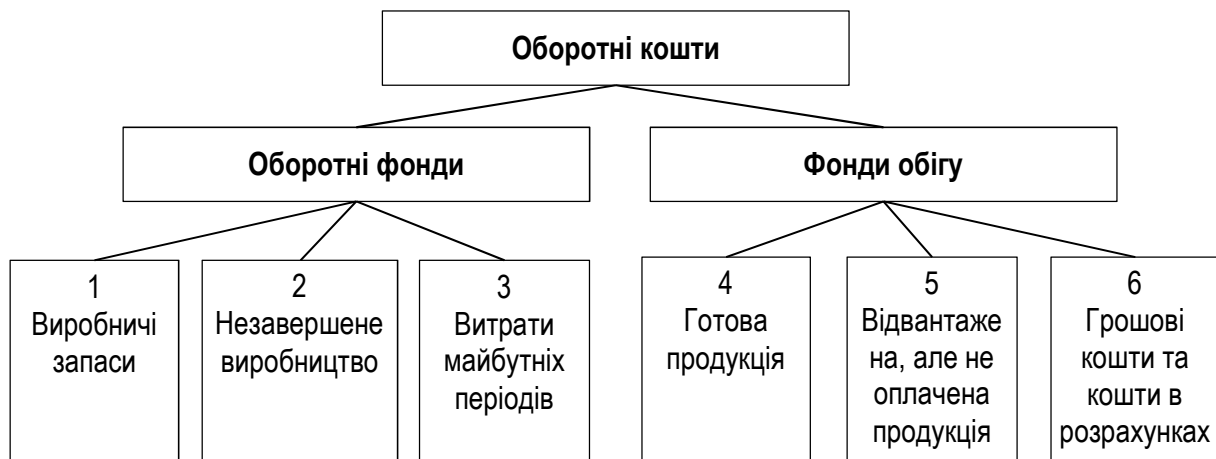


Рисунок 5.2 – Склад оборотних коштів (Економіка, 2012)

Ритмічність, злагодженість і висока результативність багато в чому залежать від оптимальних обсягів оборотних коштів на підприємстві. Тому неабиякого значення набуває процес нормування оборотних коштів, що належать до поточного фінансового планування.

Фактичні запаси сировини, коштів та ін. можуть бути вищі або нижчі від нормативу або відповідати йому. Це один із найбільш мінливих показників поточної фінансової діяльності.

Під нормативом (або лімітом) оборотних коштів розуміють затверджену на підприємстві мінімальну, однак достатню для безперервної роботи підприємства суму оборотних коштів (Економіка, 2008).

У межах цього нормативу підприємство здійснює прямий підрахунок необхідних обігових коштів щодо кожного елемента з урахуванням конкретних умов роботи:

- типу виробництва та профілю підприємства;
- умов постачання і збуту;

- періодичності витрачання матеріальних ресурсів;
- тривалості виробничого циклу.

Нормування власних оборотних коштів передбачає такі етапи розроблення нормативу:

1) визначення норм запасу за групами товарно-матеріальних цінностей у відносних величинах, як правило, в днях забезпеченості;

2) визначення величини одноденної витрати даного виду матеріальних цінностей (одноденною витратою за окремими елементами виробничих запасів вважається сума витрат за відповідною статтею кошторису виробництва за 1 квартал, поділена на 90);

3) визначення часткового нормативу власних оборотних коштів у грошовому вираженні шляхом множення одноденної витрати на норму запасу в днях.

**Норма** запасу в днях щодо покупних виробничих матеріалів (сировина, напівфабрикати та ін.) визначає кількість днів роботи підприємства, на яке потрібно створити запас цих матеріалів, щоб забезпечити безперервність виробничого процесу.

У загальному вигляді приватний норматив оборотних коштів за окремими елементами (запаси сировини, палива, покупних напівфабрикатів, запасних частин) визначається за формулою

$$O_{об.с.н} = q_{\partial} \cdot T_{норм}, \quad (5.10)$$

де  $q_{\partial}$  – середня за одиницю часу потреба, наприклад, середньоденна або середньотижнева потреба в певному матеріалі, грн/день (грн/тижд.);

$T_{норм}$  – норма запасу, тобто часовий період, протягом якого передбачена робота на даному запасі (наприклад, норма запасу в днях, кількість днів забезпеченості матеріалом).

У тому випадку, якщо відома потреба в оборотних коштах у цілому за період, її питоме значення (за одиницю часу) можна визначити за формулою

$$q_{\partial} = \frac{q_{річ}}{F_{к}}, \quad (5.11)$$

де  $q_{річ}$  – річна (квартальна) потреба в матеріалі, передбачена за кошторисом витрат на виробництві, грн;

$F_{к}$  – річний (квартальний) фонд роботи підприємств у календарних днях.

Найважливішими показниками ефективності використання оборотних коштів є швидкість їх обороту (коефіцієнт оборотності) і тривалість одного обороту в днях (Економіка, 2008).

**Коефіцієнт оборотності оборотних коштів** показує число оборотів, яке ці кошти роблять за плановий період. Цей коефіцієнт визначається за формулою

$$K_{об} = \frac{P}{O_{об.с.з}}, \quad (5.12)$$

де  $P$  – обсяг реалізованої в плановому періоді продукції в діючих оптових цінах за рік (квартал), грн;  
 $O_{об.с.з}$  – середній залишок оборотних коштів, тобто грошове вираження суми оборотних коштів, що перебувають одночасно на підприємстві в усіх шести формах, грн.

**Приклад 1**

Річний обсяг реалізованої продукції становить 10 млн грн. При цьому підприємство оперує сумою оборотних коштів (середнім залишком оборотних коштів) обсягом 0,5 млн грн. Таким чином, за рік оборотні кошти зроблять оборот  $K_{об} = 10 : 0,5 = 20$  разів.

Коефіцієнт оборотності показує суму реалізованої продукції, що припадає на одну гривню оборотних коштів.

*Коефіцієнт завантаження оборотних коштів в обороті* характеризує їх суму, що припадає на одну гривню реалізованої продукції:

$$K_з = \frac{O_{об.с.з}}{P}. \quad (5.13)$$

*Тривалість одного обороту оборотних коштів* (середній період оборотності) показує, за скільки днів оборотні кошти роблять один оборот. Значення цього показника в днях може бути визначене в такий спосіб:

$$T_{об} = \frac{Д}{K_{об}}, \quad (5.14)$$

де  $Д$  – кількість днів у плановому періоді.

**Приклад 2**

Якщо за рік ( $Д = 365$  днів) оборотні кошти зробили 20 оборотів ( $K_{об} = 20$ ), тривалість одного обороту становитиме  $365 : 20 = 18,2$  дня.

Формулу 5.8 можна поданий в іншому вигляді:

$$K_{об} = \frac{Д}{T_{об}}. \quad (5.15)$$

Тепер можемо прирівняти праві частини в двох рівняннях (5.12) і (5.15):

$$\frac{P}{O_{об.с.з}} = \frac{Д}{T_{об}}. \quad (5.16)$$

Отримана формула наочно ілюструє відомий не лише економістам принцип «Час = гроші!». У нашому випадку в правій частині рівності представлено час, а в лівій – гроші. З цієї формули можна визначати різні параметри, що характеризують період оборотності оборотних коштів (Економіка, 2012).

Потреба в оборотних коштах знаходиться в прямій залежності не лише від обсягів виробництва, а й від часу обороту. При скороченні періоду оборотності відбувається вивільнення оборотних коштів з обороту, і, навпаки, збільшення періоду кругообігу викликає потребу в додаткових коштах.

### **5.3 Фінансові показники в бізнесі: прибуток і рентабельність**

*Фінансові ресурси підприємства* – це сукупність власних грошових доходів і надходжень ззовні (залучені і позикові кошти), призначених для виконання фінансових зобов'язань підприємства, фінансування поточних витрат і капітальних витрат, пов'язаних із відтворенням засобів виробництва.

Рух фінансових ресурсів можливий у двох випадках – при створенні підприємства і при його функціонуванні. У першому випадку суб'єкт господарювання набуває факторів виробництва за рахунок власних коштів, позикових або в комбінації (власні і позикові). У момент започаткування підприємства фінансові ресурси формуються на основі утворення статутного фонду. Залежно від організаційно-правових форм господарювання його джерелом є акціонерний капітал, пайові внески членів кооперативів, довгостроковий кредит, бюджетні дотації.

У разі функціонуючого бізнесу суб'єкт господарювання набуває необхідних факторів виробництва для виготовлення продукції або надання послуг, для розширення виробництва за рахунок виручки від продажу виробленої продукції або надання послуг або грошових надходжень від інших видів діяльності, а також шляхом внутрішньогосподарських накопичень на основі відрахувань від прибутку та амортизації. При нестачі коштів підприємство намагається отримати кредит або бюджетні субсидії (Фінанси, 2008).

Результатом діяльності фірми є прибуток. Прибуток – перевищення доходу над витратами. Зворотне положення називається збитком. З економічної точки зору прибуток – це різниця між грошовими надходженнями і грошовими виплатами. З господарської точки зору прибуток – це різниця між майновим станом підприємства на кінець і початок звітного періоду.

Підприємства реалізують свою продукцію споживачам, отримуючи за неї грошову виручку. Однак це ще не означає отримання прибутку. Для виявлення фінансового результату необхідно зіставити виручку з витратами на виробництво продукції та її реалізацію, тобто з собівартістю продукції. Підприємство отримує прибуток, якщо виручка перевищує собівартість; якщо виручка дорівнює собівартості, то вдалося лише відшкодувати витрати на виробництво і реалізацію продукції, і прибуток відсутній; якщо витрати перевищують виручку, то підприємство отримує збиток, тобто негативний фінансовий результат, що ставить його в складне фінансове становище, не виключає і банкрутство (Економіка, 2008).

Якщо прибуток виражається в абсолютній сумі, то рентабельність – це відносний показник інтенсивності виробництва. Він відображає рівень прибутковості щодо певної бази.

Роботу підприємства можна вважати рентабельною, якщо суми виручки від реалізації продукції достатні не лише для покриття витрат на виробництво і реалізацію, але і для утворення прибутку.

Показник рентабельності виробництва обчислюється за формулою

$$r_{p.n} = \frac{П}{(\Phi_{сер.p} + O_{об.с.з})} \cdot 100, \quad (5.17)$$

де  $П$  – сума валового прибутку, грн;  
 $\Phi_{сер.p}$  – середньорічна вартість основних виробничих фондів, грн;  
 $O_{об.с.з}$  – середньорічна вартість оборотних коштів, грн;  
 $r_{p.n}$  – рівень рентабельності виробництва, %.

Крім рентабельності виробництва, у процесі аналізу підприємницької діяльності підприємств широко використовується показник рентабельності продукції, що обчислюється як відношення прибутку від реалізації продукції до повної собівартості цієї продукції.

Застосування цього показника рентабельності найбільш раціональне при внутрішньогосподарських аналітичних розрахунках, при контролі за прибутковістю (збитковістю) окремих видів виробів, впровадженні у виробництво нових видів продукції і знятті з виробництва неефективних виробів.

Показник рентабельності продукції характеризує зміну поточних витрат на виробництво та реалізацію як усієї продукції, так і окремих її видів. У зв'язку з цим при плануванні асортименту виробленої продукції враховується, наскільки рентабельність окремих видів продукції буде впливати на рентабельність усієї продукції. Тому дуже важливо сформулювати структуру продукції залежно від зміни питомої ваги виробів з більшою або меншою рентабельністю для того, щоб в цілому підвищити ефективність ви-

робництва і отримати додаткові можливості збільшення прибутку (Економіка, 2012).

Рентабельність продукції обчислюється за формулою

$$r_{p.np} = \frac{P_p}{C_n} \cdot 100, \quad (5.18)$$

де  $r_{p.np}$  – рентабельність продукції, %;

$P_p$  – прибуток від реалізації продукції підприємства, грн.;

$C_n$  – повна собівартість реалізованої продукції, грн. (включає виробничу собівартість, адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати).

Показники рентабельності беруть активну участь у процесах аналізу фінансово-господарської діяльності бізнес-структур, фінансовому плануванні, виробленні управлінських рішень, прийнятті рішень потенційними кредиторами та інвесторами.

#### 5.4 Трудові фактори. Продуктивність і оплата праці

*Трудові фактори* – це люди і властиві їм навички виконувати фізичну та інтелектуальну роботу, які є елементами виробничої системи (Карпіщенко, 2006).

Формування трудових факторів пов'язано з трьома ключовими категоріями:

- трудовими ресурсами;
- робочою силою;
- трудовим потенціалом.

*Трудові ресурси* – це економічно активне, працездатне населення, тобто частина населення країни (регіону), яке має необхідний фізичний розвиток, розумові здібності і знання (освіту) для роботи у виробничій сфері (Економіка, 2012).

**Економічно активне населення** згідно з концепцією робочої сили – це населення обох статей віком 15–70 років, яке упродовж певного періоду забезпечує пропозицію робочої сили для виробництва товарів і послуг. До складу економічно активного населення входять особи, які займалися економічною діяльністю або шукали роботу і готові стати до неї, класифікувалися як «зайняті» або «безробітні», визначені за методологією Міжнародної організації праці (МОП) (Кодекс, 2018).

*Робоча сила* – здатність людини до праці, тобто сукупність фізичних та інтелектуальних здібностей людини, необхідних для здійснення трудових процесів.

*Трудовий потенціал* – наявні або очікувані кількісні та якісні трудові фактори, якими володіє суспільство (національна економіка, регіон).

Кількісно трудовий потенціал вимірюється числом економічно активного, працездатного населення (кількістю трудових ресурсів). Якісно трудовий потенціал визначається професійно-освітнім рівнем трудових ресурсів або іншими характеристиками, які дозволяють оцінити їх здатність до виконання роботи (виробництва певної кількості матеріальних і духовних благ) (Грузинов, 2007).

**Поняття продуктивності праці.** Інтегральним показником якості робочої сили є продуктивність праці, під якою необхідно розуміти витрати праці на виробництво одиниці продукції.

Вимірювання продуктивності праці передбачає, по-перше, визначення її абсолютного рівня, тобто кількості виробленої продукції за одиницю робочого часу, по-друге, визначення зміни цього рівня за певний період.

Для характеристики рівня продуктивності праці можна використовувати:

- *прямий показник* (прямий метод), що характеризує випуск продукції за одиницю робочого часу (вироблення продукції);
- *зворотний показник* (зворотний метод), що оцінює витрати робочого часу на одиницю виробленої продукції або виконаної роботи (трудомісткість продукції).

**Прямий показник продуктивності** визначається за формулою

$$\Pi = \frac{P}{T}, \quad (5.19)$$

де  $\Pi$  – показник виробітку продукції;  
 $P$  – обсяг виробленої продукції;  
 $T$  – кількість робочого часу, витраченого на виробництво цієї продукції.

Треба зазначити, що показник обсягу виробленої продукції можна визначити за такими чинниками:

- обсягом валової продукції (включаючи готову і незавершену продукцію);
- величиною чистої продукції (національного доходу – для оцінювання продуктивності суспільної праці на рівні держави);
- обсягом товарної (готової) продукції;
- обсягом реалізованої (проданої) продукції.

При цьому сам показник може бути виражений як у натуральних одиницях (шт., м<sup>3</sup> та ін.), так і у вартісному вимірі (грн, млн грн та ін.).

**Зворотний показник продуктивності.** Зворотний метод дає можливість оцінити трудомісткість продукції ( $H_{mp}$ ), тобто величину, зворотну продуктивності:

$$H_{mp} = \frac{T}{P}. \quad (5.20)$$

Під трудомісткістю необхідно розуміти витрати живої праці на виробництво одиниці продукції, або виконання одиниці роботи (Карпіщенко, 2006).

Величину трудових витрат при визначенні продуктивності праці зазвичай вимірюють кількістю: людино-годин, людино-днів, людино-місяців і т. д., витрачених на виготовлення цієї продукції.

**Поняття і види заробітної плати.** Трудові фактори, як і будь-які інші ресурси, реалізуються через ринок. Ціною праці є заробітна плата, розмір якої формується під впливом попиту та пропозиції і яка являє собою винагороду, обчислену, як правило, у грошовому вираженні, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу.

Розрізняють такі категорії, що характеризують заробітну плату:

- 1) номінальну;
- 2) реальну;
- 3) реальні доходи працівників;
- 4) мінімальну.

**Номінальна зарплата** – це сума коштів, отриманих працівниками за виконання обсягу роботи відповідно до кількості і якості витраченої ними праці.

У різні періоди і в різних районах країни ціни на товари відрізняються, тому на однакову номінальну зарплату можна придбати різну кількість товарів. Точною характеристикою доходів є реальна заробітна плата, яка являє собою сукупність матеріальних і культурних благ, а також послуг, які може придбати працівник на номінальну зарплату (Економіка, 2008).

Розмір реальної зарплати залежить від розміру мінімальної заробітної плати та рівня цін на предмети споживання і послуги. Цю залежність можна подати у вигляді такої формули:

$$I_p = \frac{I_n}{I_u}, \quad (5.21)$$

де  $I_p, I_n$  – індекси реальної і номінальної заробітної плати;  
 $I_u$  – індекс цін.

**Реальні доходи** працівників складаються з реальної зарплати і надходжень із громадських фондів споживання.

**Мінімальна заробітна плата** – це встановлений державою розмір плати за просту, некваліфіковану працю, нижче якого не може здійснюватися оплата праці за фактично виконану найманим працівником повну місячну норму праці. До неї не входять доплати, надбавки, заохочувальні та компенсаційні виплати. Мінімальна заробітна плата регулюється держа-



вою з урахуванням рівня економічного розвитку країни, середньої продуктивності праці, середньої заробітної плати та вартості мінімального споживчого кошика.

**Структура заробітної плати.** За своєю структурою зарплата неоднорідна, кожен її елемент виконує властиву йому функцію матеріального стимулювання і має певну економічну самостійність при необхідному взаємозв'язку і взаємозумовленості її частин.

Зарплата робітників і службовців складається з основної (постійної) і додаткової (змінної) частин, а також надбавок і доплат. Основна частина виплачується працівникові відповідно до територіальної системи і схем посадових окладів залежно від складності, умов, інтенсивності праці, а також кваліфікації робітників. Вона визначається тарифними ставками, розрядними розцінками, посадовими окладами, а також надбавками і доплатами у розмірах, не вище встановлених чинним законодавством. На розмір додаткової частини зарплати впливають як кінцеві результати роботи колективу, так і результати діяльності окремого робітника. Додаткова заробітна плата встановлюється у вигляді премій, винагород та компенсаційних виплат, передбачених трудовим законодавством (Карпіщенко, 2006).

**Форми заробітної плати.** У сучасній практиці господарювання використовуються дві основні форми заробітної плати – відрядна і погодинна.

**Відрядна оплата.** При відрядній оплаті праці заробітна плата нараховується у заздалегідь встановленому розмірі за кожну одиницю виконаної роботи або виготовленої продукції (вираженої у шт., кг, м<sup>3</sup> та ін.).

Фактичний відрядний заробіток робітника за прямою відрядною індивідуальною оплатою праці обчислюється шляхом підсумовування добутків відповідної відрядної розцінки на фактичний виробіток робочого з кожного виду виконаних робіт за розрахунковий період:

$$Z_{\text{відр}} = \sum_{i=1}^n P_{\text{відр}i} \cdot Q_{ni}, \quad (5.22)$$

де  $Z_{\text{відр}}$  – загальний відрядний заробіток;  
 $P_{\text{відр}i}$  – розцінка за одиницю і-го виду робіт;  
 $Q_{ni}$  – фактичний обсяг вироблення за і-м видом виконаних робіт.

### Приклад 3

Визначити суму місячної заробітної плати працівника, якщо його праця оплачується відповідно до відрядної форми заробітної плати (пряма відрядна система). Він виготовив 1 780 одиниць продукції при відрядній розцінці за одиницю 3,56 грн.

Розрахуємо заробітну плату робітника (відповідно до формули (5.22)):  
 $3,56 \cdot 1\,780 = 6\,336,8$  грн.

**Погодинна оплата.** *Погодинною* називається така форма оплати праці, при якій заробітна плата нараховується за встановленою тарифною ставкою або окладом за фактично відпрацьований працівником час.

За погодинною системою оплати праці розрахунок заробітної плати виконується виходячи з годинної тарифної ставки працівника і фактичної кількості відпрацьованих ним годин за розрахунковий період (Карпіщенко, 2006):

$$Z_{\text{погод}} = T_{\text{ч}} \cdot B_{\text{ч}} \quad (5.23)$$

де  $Z_{\text{погод}}$  – загальний заробіток робітника з погодинною оплатою праці за розрахунковий період;  
 $T_{\text{ч}}$  – годинна тарифна ставка, яка відповідає розряду працівника;  
 $B_{\text{ч}}$  – час, фактично відпрацьований за розрахунковий період.

Рациональний вибір форми заробітної плати сприяє забезпеченню матеріальної зацікавленості працівників у зростанні продуктивності праці, поліпшенні якості продукції, що випускається, економії сировини, матеріалів та ін.

## Література

1. Аксенов А. П. Нематериальные активы: структура, оценка, управление: учебно-методическое пособие. Москва: Финансы и статистика, 2007. 192 с.
2. Бобух І. Проблеми регіонального розподілу основного капіталу в Україні. *Економіст*. 2010. № 3. С. 45–50.
3. Грузинов В. П., Грибов В. Д. Экономика предприятия. Москва: Финансы и статистика. 2007. 544 с.
4. Экономика підприємства: підручник / за заг. ред. Л. Г. Мельника. Суми: Університетська книга, 2012. 864 с.
5. Экономика підприємства: підручник / М. Г. Грещак, В. М. Колот, А. П. Наливайко та ін. / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. Київ: КНЕУ, 2008. 528 с.
6. Карпіщенко О. І. Экономика праці та соціально-трудові відносини: навчальний посібник. Суми: Університетська книга, 2006. 264 с.
7. Кодекс законів про працю України: Закон України від 10.12.1971 р. № 322-VIII. Дата оновлення: 19.12.2017. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=322-08> (дата звернення: 01.03.2018).
8. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 р. №2755-VI. Дата оновлення: 07.12.2017. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17> (дата звернення: 01.03.2018).
9. Фінанси підприємств: підручник / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін. / за заг. ред. А. М. Поддєрьогіна. Київ: КНЕУ, 2008. 552 с.

### Питання до теми

1. У чому полягає відмінність між основним і оборотним капіталом?
2. У чому полягає відмінність класифікації основних засобів в бухгалтерському та податковому обліку?
3. Які склад та структура основних фондів промислового підприємства?
4. Охарактеризуйте грошову форму обліку наявності та руху основних виробничих фондів.
5. Що таке знос основних фондів: моральний і фізичний? Поняття, визначення, компенсація.
6. У чому полягає сутність і значення сучасної амортизаційної політики?
7. Склад оборотних коштів підприємства.
8. Охарактеризуйте цикл оборотних коштів.
9. Класифікація оборотних коштів.
10. Основне завдання й етапи нормування оборотних коштів.
11. До чого призводить завищення або заниження нормативу оборотних коштів?
12. Охарактеризуйте форми заробітної плати. Які форми оплати праці, на вашу думку, використовуються у сучасній практиці господарювання?

## **РОЗДІЛ 6**

# **ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

- Поняття і функції фінансів у бізнесі
- Джерела фінансування підприємницької діяльності
- Інші джерела фінансування бізнесу: лізинг та факторинг
- Інвестування підприємницької діяльності

### **6.1 Поняття і функції фінансів у бізнесі**

Після обґрунтування бізнес-ідеї, вибору сфери діяльності та організаційної форми підприємства перед підприємцем виникає важливе питання, що стосується залучення необхідних фінансових ресурсів для забезпечення організації та подальшого розвитку діяльності. Достатня кількість фінансових ресурсів забезпечує підприємству доступ до інших, не менш важливих ресурсів: природних, матеріальних, трудових.

У процесі діяльності суб'єкти господарювання отримують грошові доходи, які стають джерелом утворення фондів грошових коштів. Використання останніх сприяє забезпеченню стабільної господарської діяльності бізнесу, його виробничого і соціального розвитку. Створюваний валовий національний продукт у подальшому розподіляється між різними галузями народного господарства для подальшого споживання.

*Фінансові відносини* на рівні суб'єкта підприємницької діяльності виникають у процесі отримання ним грошових надходжень від реалізації виробленої продукції, інших цінностей, надання послуг, виконання робіт, а також у процесі їх використання для сплати податків та інших обов'язкових платежів, відшкодування витрат, для розвитку і розширення його діяльності.

Отже, фінанси підприємства – це сукупність економічних відносин, пов'язаних із формуванням, використанням та розподілом грошових надходжень і фондів грошових коштів для забезпечення ефективної підприємницької діяльності (Основи, 2010).

Фінанси підприємства виконують такі основні функції: розподільну, контрольну і стимулювальну. Крім того, фінанси обслуговують розподіл і перерозподіл валового внутрішнього продукту шляхом створення централізованих та децентралізованих фінансових ресурсів і їх використання за цільовим призначенням.

За допомогою цієї функції фінансів здійснюється заміна використовуваних на виробництві засобів (наприклад, за рахунок грошових коштів, отриманих від реалізації виготовлених тістечок і тортів, пекарня купує бо-

рошно, цукор та інші продукти для виготовлення нових тортів, які знову будуть реалізовані).

Згідно з розподільною функцією фінансів забезпечується надходження коштів до бюджету, що сприяє виконанню основних функцій держави.

Особливо важливою розподільна функція фінансів є у масштабах всієї держави. На підставі аналізу результатів діяльності підприємств різних галузей економіки і регіонів країни державні кошти спрямовуються на потреби підприємств, які потребують додаткових коштів. Таким чином, акумулюючи і розподіляючи фінансові ресурси, держава активно впливає на формування оптимальних пропорцій між заощадженням і споживанням коштів виробничої та невиробничої сфер, окремими галузями народного господарства і регіонами країни в цілому.

*Контрольна функція* фінансів забезпечує здійснення контролю над дотриманням цільового використання коштів цільових централізованих і децентралізованих фондів грошових ресурсів, за своєчасністю сплати всіх обов'язкових платежів підприємства.

Відсутність контролю веде до нераціонального витрачання фінансових ресурсів, що негативно позначається як на розвитку окремого підприємства, так і економіки країни в цілому.

*Стимулювальна функція* фінансів підприємства покликана підвищувати ефективність використання факторів виробництва, спонукаючи суб'єктів використовувати їх у таких пропорціях, які будуть забезпечувати сприятливі умови для дотримання режиму економії, підвищення продуктивності праці, якості продукції.

Будь-яке порушення стимулювальної функції підриває економічну і соціальну стабільність як самого підприємства, так і суспільства, провокує економічно невиправдане зростання цін на товари і послуги, зниження продуктивності праці.

Підприємництво з метою забезпечення безперервності діяльності вступає у фінансові відносини з: державою (сплата податків, обов'язкових платежів, фінансування з бюджету); працівниками (виплата зарплати); вищими установами (вирішення питань фінансування розвитку в межах однієї галузі); іншими підприємствами (купівля-продаж товарів, надання послуг та ін.); установами фінансово-кредитної сфери (страхування, отримання позик, вкладення грошей у банк) (Владимир, 2012).

Отже, фінанси підприємництва забезпечують його ефективну діяльність, що полягає в раціональному використанні всіх видів ресурсів та отриманні прибутку.

## 6.2 Джерела фінансування підприємницької діяльності

Успіх підприємницької діяльності практично гарантований, якщо суб'єкт господарювання матиме стабільні джерела отримання грошових коштів і зможе їх ефективно використовувати. Якщо ж підприємство не забезпечене фінансовими ресурсами, у нього недостатньо власних коштів для оплати витрат, змушене скорочувати виробництво, а в кінцевому підсумку – оголосити себе банкрутом.

Процес забезпечення підприємства фінансовими ресурсами називається фінансуванням підприємницької діяльності. Для ефективного здійснення цього процесу та уникнення кризових ситуацій керівництву необхідно пам'ятати, що склад та структура фінансових ресурсів підприємства обумовлені передусім обсягом виробництва. Водночас саме від величини фінансових ресурсів підприємства залежить стан виробництва, соціально-економічний розвиток підприємства. Тому для здійснення правильного вибору політики фінансування підприємства керівництву обов'язково потрібно знати відповідь на такі питання:

- *обсяг необхідних ресурсів;*
- *види ресурсів;*
- *термін використання ресурсів.*

Для визначення обсягу та видів необхідних ресурсів необхідно проводити нормування (визначення норм витрат ресурсів, прибутку) і планування (встановлення послідовності дій із досягнення певної мети). Це забезпечує більш точні і економічно обґрунтовані, а тому і надійні показники. Дані для їх розрахунку надає бухгалтерський облік (Власна, 2009).

Для визначення терміну, на який потрібні ресурси, керівник підприємства повинен передусім оцінити наявність, склад і структуру власних фінансових ресурсів. А також пам'ятати, що існують різні джерела фінансування підприємницької діяльності.

Виділяють внутрішні (або власні) та зовнішні (залучені) джерела фінансових ресурсів підприємства (рис. 6.1).

У процесі фінансування діяльності підприємства важливе значення має співвідношення джерел формування до його фінансових ресурсів. Збільшення частки власних джерел фінансування позитивно впливає на фінансовий стан підприємства і результати його діяльності. Значна сума залучених коштів ускладнює роботу підприємства, вимагає додаткових витрат на сплату відсотків за користування банківськими кредитами, дивідендів з випущених акцій, доходів за облігаціями.

Треба пам'ятати: співвідношення власних і залучених джерел фінансування не є для підприємства константою, воно може змінюватися залежно від господарської та ринкової кон'юнктури, від стану розвитку національної економіки, від вимог державних органів контролю. Тому в кож-

ному окремому випадку необхідно ґрунтовно продумати доцільність залучення додаткових фінансових ресурсів.



Рисунок 6.1 – Джерела фінансування підприємницької діяльності (Основи, 2010)

До внутрішніх джерел фінансування підприємства відносять ресурси, що акумулюються шляхом отримання майнових внесків юридичних або фізичних осіб (при створенні підприємства) або формуються в результаті діяльності (прибуток, амортизація).

Одним з основних внутрішніх джерел фінансування є статутний капітал – сума грошових коштів, оборотних і необоротних активів, наданих засновниками при створенні підприємства для здійснення ним господарської діяльності (Основи, 2010).

*Головна мета формування резервів компанії* – необхідність підприємства постійно перебувати в робочому стані, в будь-який час бути спроможним оплатити свої борги перед бюджетом, постачальниками, виконати зобов'язання перед покупцями. Використовуючи частину прибутку на створення і формування резервів, керівництво підприємства дотримується правила: «Краще витратити певну частину коштів сьогодні за власним бажанням, щоб не втратити в декілька разів більше за непередбачених витрат у майбутньому». В умовах звичайної діяльності резерв коштів недоторканий. Саме він допомагає суб'єкту господарювання залишатися в робочому стані (зберегти фінансову незалежність) за несприятливих обставинах.

*Безоплатні внески фізичних та юридичних осіб, членів трудового колективу* також належать до внутрішніх джерел фінансування діяльності підприємства, оскільки вони не є боргами і не підлягають поверненню. В сучасних умовах найбільш яскравим прикладом такого джерела фінансування є благодійна допомога або благодійні внески.

Першорядним джерелом забезпечення коштами та іншими ресурсами підприємства є прибуток. Прибуток – головний показник ефективної

діяльності підприємства. Величина цього показника залежить від багатьох чинників, найважливішим з яких є співвідношення доходів (коштів або матеріальних цінностей, отриманих підприємством від продажу продукції або іншого майна, виконання робіт або надання послуг) і витрат (послуг, засобів і матеріальних цінностей, використаних суб'єктом господарювання для забезпечення виробництва продукції або надання послуг).

*Прибуток* є джерелом розширення виробництва, формування різних фондів та резервів. Порядок їх створення за рахунок прибутку підприємства визначається нормативними документами, що регулюють діяльність підприємства, його установчими документами, економічною передбачливістю і розрахунками підприємства.

*Амортизація* (від лат. *amortisatio* – погашення) – нарахований у грошовому виразі знос основних засобів у процесі їх застосування, виробничого використання (Економіка, 2012).

Усі підприємницькі структури на певному етапі своєї діяльності більшою чи меншою мірою відчувають дефіцит вільних грошових коштів або інших ресурсів. У такі моменти для підприємства надзвичайно важливими є зовнішні джерела фінансування. Їх особливість полягає в тому, що ресурси надходять на підприємство від інших суб'єктів господарювання і підлягають обов'язковому поверненню тим, хто їх надав, тим самим стимулюють до більш ефективного їх використання.

Залучення підприємством коштів із зовнішніх джерел – питання досить складне і вимагає детальних розрахунків. Отримуючи кошти із зовнішніх джерел, керівник повинен оцінювати економічну ситуацію в державі, яка може визначально впливати на процес фінансування підприємства. Потрібно враховувати вплив системи оподаткування, ситуацію на ринку банківських кредитів (яка впливає на величину плати за користування кредитом) та на ринку цінних паперів (аналіз його стану дозволяє оцінити ефективність такого виду залучення коштів, як випуск цінних паперів).

Отримання кредитів (позик), залучення інвестицій, випуск цінних паперів – найбільш поширене у вітчизняній практиці господарювання.

*Отримання кредитів* – звичайна процедура в бізнесі. За нагальної потреби у коштах підприємства найчастіше звертаються саме до цього джерела фінансування. За певну плату та на визначений термін (за умови повернення отриманих у кредит коштів та наявності гарантій) суб'єкти господарювання можуть отримати кошти, яких їм не вистачає для здійснення господарських операцій.

*Кредит* – це кошти або матеріальні цінності, які надаються резидентами або нерезидентами у користування юридичним або фізичним особам на умовах терміновості, платності, зворотності, забезпеченості і цільового



призначення. Кредит буває банківським і комерційним (отриманим в іншій компанії).

Банківський кредит може залучатися на термін до одного року (короткостроковий), від 1 до 3–5 років (середньостроковий) і на термін більше 3–5 років (довгостроковий) (Владимир, 2012).

Оскільки кредит передбачає сплату відсотків, для підприємця надзвичайно важливо правильно визначити термін, на який залучаються кошти.

### 6.3 Інші джерела фінансування бізнесу: лізинг та факторинг

У сучасній практиці все більшого поширення набувають такі форми залучення фінансових ресурсів, як: лізинг, факторинг і форфейтинг.

**Лізинг** – це спосіб отримання підприємством необхідного обладнання, інших необоротних активів при недостатності власних коштів.

#### Приклад

Авіакомпанія «Повітряні шляхи» вирішила придбати новий пасажирський літак АН-140 української компанії «Політ». Придбання літака пов'язане з сезонним збільшенням замовлень на квитки на рейси авіакомпанії. За результатами оцінювання майна і грошових коштів «Повітряних шляхів» встановлено, що власних коштів авіакомпанії для придбання літака недостатньо. Отримання кредиту в банку на ці цілі є дорогим (потрібен довгостроковий кредит). Тому керівництво авіакомпанії «Повітряні шляхи» вирішило отримати літак на умовах лізингу. Згідно з угодою і попередньою домовленістю авіакомпанії «Повітряні шляхи» з ВАТ «Наш банк» останній придбав у підприємства «Політ» літак АН-140. Після цього банк надав авіакомпанії придбаний літак у користування на 10 років за обумовлену в договорі лізингу плату.

Порядок здійснення лізингової операції можна уявити за допомогою рис. 6.2.

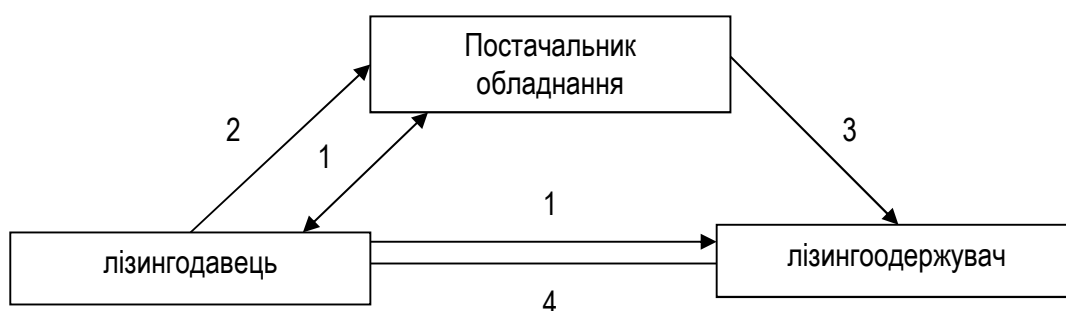


Рисунок 6.2 – Схема здійснення лізингової угоди (Гриньков, 2009)

1. Висновок тристороннього договору лізингу лізингодавцем з лізингоодержувачем і постачальником.
2. Оплата постачальнику вартості обладнання.
3. Поставка обладнання лізингоодержувачу.
4. Оплата лізингодавцю за отримане майно.

Отже, лізинг – це господарська операція, за якою суб'єкт підприємницької діяльності (лізингодавець) згідно з умовами лізингового договору передає іншому суб'єкту підприємницької діяльності (лізингоодержувачу) матеріальні цінності для використання у підприємницькій діяльності на визначений строк і за визначену плату.

Лізинг є досить зручним і вигідним інструментом для тих підприємств, які тільки починають свою діяльність, а також для підприємств, які мають застарілі засоби праці.

Виділяють як переваги, так і недоліки лізингу.

*Переваги:* можливість використання нового, сучасного, але дорогого устаткування; відсутність необхідності оплати повної вартості цього обладнання відразу ж після його отримання – оплата за користування обладнання здійснюється поступово.

*Недоліки:* обладнання не належить лізингоодержувачу, а тому в будь-який момент може бути вилучене у нього; значні витрати часу на підготовку договорів лізингу; складність організації лізингових відносин через наявність кількох учасників лізингу.

*Об'єкти* лізингу різноманітні. Сьогодні за допомогою лізингової операції можна отримати нафтопереробні комплекси, атомні електростанції, техніку, устаткування тощо. Однак найбільш поширеними є транспортні засоби, обладнання та технології, ліцензії, програмне забезпечення (Владимир, 2012).

Іншим нетрадиційним методом фінансування підприємницької діяльності є факторинг – операція, пов'язана з викупом дебіторської заборгованості строком від 90 до 180 днів третьою особою (банком або факторинговою компанією).

Після продажу товарів підприємству часто доводиться очікувати надходження грошових коштів від покупців. При виникненні гострої потреби у заборгованих коштах підприємство може продати цей борг (Факторинг, 2018).

#### **Приклад**

ТОВ «Альфа» продало свою продукцію – побутові кип'ятильники – на суму 100 тис. грн оптовій торговельній компанії «1 000 дрібниць» з умовою, що торговельна компанія зробить оплату впродовж 95 днів. Через 10 днів після поставки продукції компанії «1 000 дрібниць» до ТОВ «Альфа» надійшла ділова пропозиція від посередницької компанії «УкрВторМетал». Ця компанія пропонує поставити товариству

сировину для виготовлення кип'ятильників за вигідними для виробника цінами. Однак у ТОВ «Альфа» на той момент відсутні кошти. Тому його адміністрація звернулася до ПАТ «Наш банк» із пропозицією продажу йому боргу торгової компанії «1 000 дрібниць». Банк, перевіривши фінансовий стан і ділову репутацію компанії-боржника, дав свою згоду виплатити ТОВ «Альфа» відразу 80 тис. грн. Решту 15 тис. грн банк зобов'язався сплатити після того, як компанія «1 000 дрібниць» виплатить свої борги. Ще 5 тис. грн буде спрямовано на оплату банківських послуг з проведення операції факторингу. В результаті здійснення такої угоди ТОВ «Альфа» отримало власні кошти на придбання сировини, а банк отримав дохід у розмірі 5% від суми заборгованості як винагороду за ризик.

Порядок виконання операції факторингу відображено за допомогою рис. 6.3.

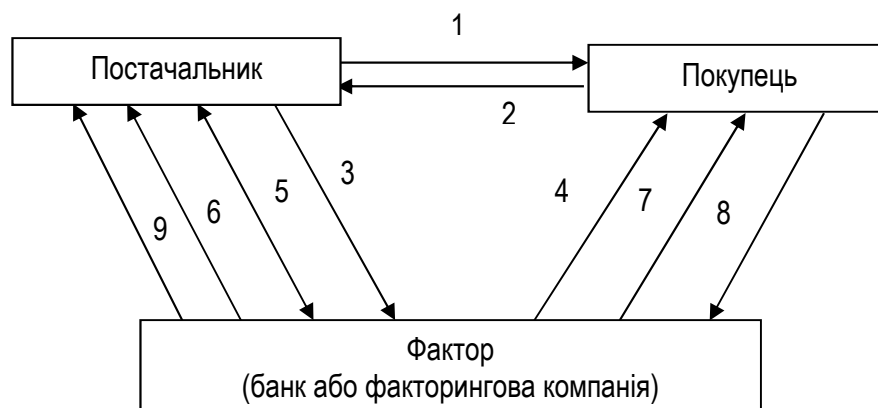


Рисунок 6.3. – Зміст і послідовність здійснення факторингової операції

Послідовність етапів операції факторингу:

1. Відвантаження постачальником товарів (робіт, послуг) покупцеві.
2. Акцепт (згоду) покупця на виконання боргових вимог за товари (роботи, послуги).
3. Висунення постачальником боргових вимог фактору з метою їх переуступки.
4. Вивчення фактором платоспроможності покупця.
5. У разі позитивного результату укладання з постачальником договору факторингу.
6. Перерахування постачальнику коштів у розмірі 70–90% від суми боргових вимог, придбаних фактором.
7. Виставлення фактором боргових вимог для оплати їх покупцем.
8. Оплата покупцем виставлених на нього фактором боргових вимог.
9. Після отримання платежу від покупця фактор перераховує постачальнику залишок коштів (30–10%) за вирахуванням плати за факторингове обслуговування.

Застосовуються факторингові операції, як правило, на внутрішньому ринку.

Факторингові операції бувають двох видів – із правом регресу і без. Якщо договір про факторингове обслуговування укладається з правом регресу, банк має право зворотної вимоги до клієнта (продавця) про відшкодування сплаченої суми, якщо без права регресу, то банк такого права не має (Гриньков, 2009).

Операції з продажу боргів здійснюються на підставі договору факторингу. Він укладається між фактором і клієнтом лише після оцінювання платоспроможності дебіторів. Коли договір факторингу укладено, боржника (дебітора) повідомляють про те, що він повинен сплачувати кошти для погашення боргів не продавцю товарів (робіт, послуг), а факторинговій фірмі (банку).

*Переваги* факторингу: швидке повернення коштів в оборот, відсутність проблеми і ризику, пов'язаного з поверненням боргу.

*Недоліки* факторингу: втрата частини коштів (сплата відсотків за послуги факторингової фірми чи банку).

Практичне здійснення факторингової операції при існуючій економічній ситуації в нашій країні ускладнене. Однією з причин є проблема оцінювання фінансового стану (платоспроможності) підприємства-боржника, висока ймовірність неповернення боргів дебіторами.

### Подробиці

Заборгованість клієнтів перед банками України за операціями факторингу станом на 01.01.2018 становила 1 044,6 млн грн (станом на 01.01.2010 – 887,6 млн грн, на 01.01.2014 – 3 338,9 млн грн) (рис. 6.4).

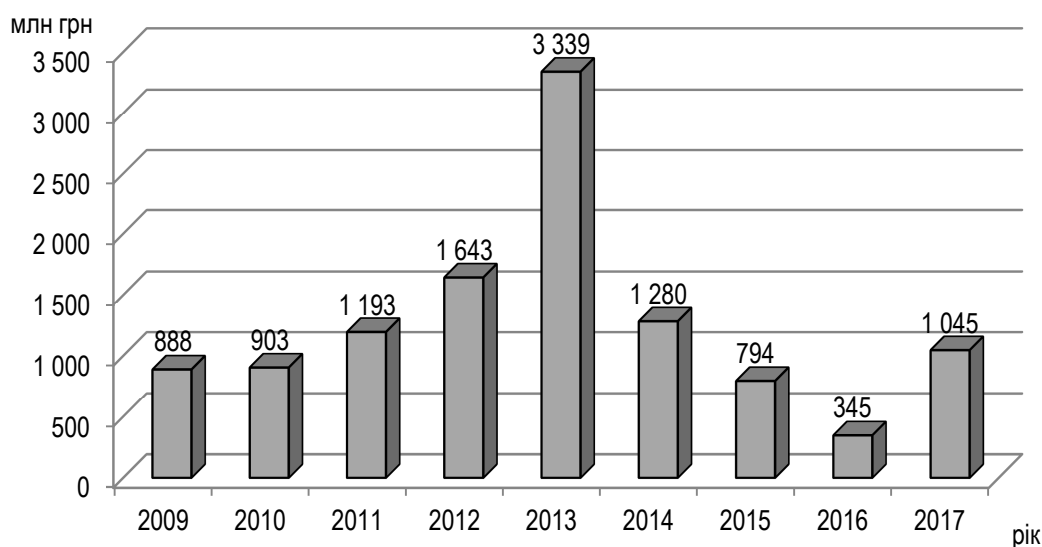


Рисунок 6.4 – Заборгованість клієнтів перед банками України за операціями факторингу (Ринок, 2018)

У 2017 році 492 українські фінансові компанії уклали договори факторингу на суму 31 363,4 млн грн. Для порівняння, обсяг факторингових операцій у країнах Європи ще в 2006 році становив 806 983 млн євро, Азії – 149 995 млн євро, Америки – 140 944 млн євро, всього у світі – 1 134 288 млн євро. На сьогодні обсяг послуг факторингу в країнах Європи становить до 10% ВВП, активно він зростає в країнах Прибалтики і Росії (Факторинг, 2018).

**Форфейтинг** – це придбання у кредитора боргу, вираженого в оборотному документі, на безповоротній основі (без права регресу у разі неможливості отримання грошових коштів від боржника).

Основними документами, що застосовуються при форфейтингу, є векселі. Однак об'єктом форфейтингу можуть бути інші види цінних паперів.

**Форфейтинг** – це довгострокова операція (від 180 днів до 7 років), застосовується в міжнародній практиці, виконується лише у вільно конвертованій валюті та на великі суми (від 500 тис. дол. США) (Власна, 2009).

## 6.4 Інвестування підприємницької діяльності

Фінансування значних за вартістю проєктів (наприклад, будівництво, придбання нового обладнання) вимагає значних сум грошових коштів. Кредити для фінансування довгострокових проєктів є досить дорогими, тому що вважаються ризикованими. У зв'язку з цим підприємства, готові втілити в життя свої задуми, намагаються скористатися ще одним видом зовнішніх джерел фінансування підприємницької діяльності – залученням інвестицій.

**Інвестиції** – це довгострокові вкладення грошових коштів, матеріальних і нематеріальних цінностей у діяльність підприємств різних галузей економіки з метою отримання прибутку.

Процес вкладення майна підприємств, фізичних осіб у діяльність інших суб'єктів називається інвестуванням.

Інвестуються, як правило, ресурси, що тимчасово не використовуються в діяльності підприємств-інвесторів. Маючи вільні ресурси, інвестори шукають ті види діяльності, проєкти, які можуть забезпечити їм прибутковість.

Для зацікавлення інвестора і швидкого залучення інвестицій підприємство розробляє бізнес-план, в якому відображені основні принципи окремого проєкту або діяльності фірми в цілому.

Іншими словами, бізнес-план – це документ, в якому викладено суть підприємницької ідеї, шляхи і засоби її реалізації, охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти бізнесу і особливості управління ним (Основи, 2010).

Об'єктами інвестицій можуть бути усі види майнових та інтелектуальних цінностей. Інвестиції існують у вигляді: коштів, цільових банківських вкладів, паїв, акцій та інших цінних паперів; рухомого і нерухомого майна (будівлі, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності); майнових прав, прав на користування землею, водою; нематеріальних цінностей; технічних, технологічних, комерційних та інших знань, навичок і виробничих секретів «ноу-хау», оформлених у вигляді технічної документації.

Виділяють фінансові та реальні інвестиції.

*Реальні інвестиції* – це вкладення капіталу безпосередньо в засоби виробництва (засоби праці) та оборотні активи (предмети праці) або інвестиції у формі таких активів. Для здійснення цього виду інвестицій може бути використаний і позиковий капітал – кредит банку. Тоді банк є інвестором (Гриньков, 2009).

#### **Приклад**

Комерційний банк «Стандарт» вирішив отримувати прибуток, ставши засновником торговельної компанії «Комірчина». Для цього банк передав компанії в користування вантажний автомобіль «Mercedes Avto». Однак банк «Стандарт» міг би придбати акції компанії «Комірчина». Тоді вважалось б, що комерційний банк здійснив фінансові інвестиції.

*Фінансові інвестиції* – це вкладення коштів у цінні папери суб'єктів господарської діяльності. Інвестування вільних коштів у цінні папери передбачає різні цілі. Основні з них – отримання у перспективі прибутку від інвестицій; перетворення вільних заощаджень у високоліквідні цінні папери, встановлення офіційних відносин чи контролю над підприємством-емітентом.

Тому всі інвестиції можна розділити на портфельні і прямі.

Процес інвестування першого виду полягає в придбанні цінних паперів з метою отримання дивідендів або для їх подальшого перепродажу. Мета такого процесу – отримання спекулятивного прибутку шляхом продажу цінних паперів на фондовому ринку.

Якщо ж інвестор здійснює вкладення коштів у діяльність підприємства з метою подальшого отримання прибутку безпосередньо від результатів діяльності підприємства, то такі інвестиції називаються прямими інвестиціями.

Для підприємства-одержувача інвестицій прямі інвестори порівняно з портфельними є більш привабливими, оскільки вони зацікавлені в ефективній діяльності самого підприємства і не орієнтуються на швидкий спекулятивний прибуток (Владимир, 2012).

Інвестиційна діяльність важлива не лише для її безпосередніх учасників. В успішному інвестуванні зацікавлена і держава. Адже чим більше під-

приємств мають можливості ефективно працювати, не потребуючи допомоги держави, тим стабільніше розвиватиметься економіка держави.

При виборі інвестицій перевагу надають залученню ресурсів з-за кордону. Іноземні інвестиції сприяють поживленню економічних відносин у державі, нагромадженню капіталу. Відповідно інвестиції можуть бути зовнішніми (або іноземними) і внутрішніми (або національними) (Економіка, 2012).

З урахуванням значення інвестицій для економіки держави в Україні були прийняті відповідні законодавчі акти, що визначають основні принципи здійснення інвестиційної діяльності на території нашої країни. У цілому законодавство України про інвестиційну діяльність спрямоване на забезпечення захисту прав, інтересів і майна суб'єктів інвестиційної діяльності незалежно від форм власності, а також на ефективне інвестування народного господарства України, розвиток міжнародного економічного співробітництва та інтеграцію.

## Література

1. Владимир О. М. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Основи підприємницької діяльності» для студентів усіх форм навчання спеціальності 6.030102 «Психологія». Тернопіль: ТНТУ, 2012. 122 с.
2. Власна справа (Основи малого бізнесу). Част. I. Методичний посібник / Г. О. Горленко, Т. Г. Гільберг, Г. Д. Думанська та ін. Кам'янець-Подільський: «Аксіома», 2009. 112 с.
3. Гриньков Д. Небанковские финансовые компании вытесняют банки с рынка факторинга. *Business Information Network*. 16.11.2009. URL: [http://www.prostobiz.ua/finansy/factoring/stati/nebankovskie\\_finansovye\\_kompanii\\_vytesnyayut\\_banki\\_s\\_rynka\\_factoring](http://www.prostobiz.ua/finansy/factoring/stati/nebankovskie_finansovye_kompanii_vytesnyayut_banki_s_rynka_factoring) (дата обращения: 20.05.2018).
4. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. Л. Г. Мельника. Суми: Університетська книга, 2012. 864 с.
5. Основи організації підприємницької діяльності або абетка підприємця: навчальний посібник / Б. М. Андрушків, Ю. Я. Вовк, В. В. Гецько та ін. Тернопіль: Вид-во: ТНТУ, 2010. 300 с.
6. Ринок небанківських фінансових послуг. *Національне рейтингове агентство «Рюрік»*. URL: <http://rurik.com.ua/our-research/branch-reviews/1191> (дата звернення: 20.07.2018).
7. Факторинг в Україні та світі. *UKREXIM BANK. Корпоративному бізнесу. Факторинг*. URL: <https://www.eximb.com/ukr/corporate/factoring/place/> (дата звернення: 20.05.2018).

### **Питання до теми**

1. Які джерела залучення фінансових ресурсів підприємств належать до внутрішніх?
2. Назвіть основні види зовнішніх джерел фінансування підприємницької діяльності.
3. Розкрийте суть фінансів підприємства.
4. Які функції виконують фінанси підприємства?
5. Яких умов необхідно дотримуватися при отриманні кредиту?
6. Яка різниця між факторингом і форфейтингом?
7. Які інвестиції більш привабливі для підприємства-одержувача: прямі або портфельні?
8. У чому полягає сутність лізингу?
9. Які переваги та недоліки властиві лізинговій операції?
10. Назвіть переваги і недоліки факторингової операції.

### **Контрольні завдання**

Розрахуйте величину ціни капіталу фірми на основі таких даних: загальна величина акціонерного капіталу – 55 млн. грн, нерозподілений прибуток – 1 350 тис. грн, довгострокові зобов'язання – 32 млн грн. При цьому прибутковість акцій фірми становить 17 %, ціна нерозподіленого прибутку – 35%, а середня розрахункова ставка за довгостроковими зобов'язаннями – 26%.



## **РОЗДІЛ 7**

### **ПЛАНУВАННЯ ТА БЮДЖЕТУВАННЯ**

- Фінансове прогнозування та планування
- Методи визначення фінансових потреб
- Методи фінансового планування
- Фінансове управління на основі бюджетування

#### **7.1 Фінансове прогнозування та планування**

Ефективне управління фінансами компанії можливе лише за умови планування всіх фінансових потоків, процесів та відносин на підприємстві.

Фінансове планування компанії необхідно розглядати як цілеспрямований вплив на господарську діяльність у цілому, на окремі ланки і суб'єкти господарювання з метою обґрунтування ефективності прийнятих економічних та соціальних рішень з урахуванням їх забезпеченості джерелами фінансування, оптимізації визначених витрат і позитивних кінцевих результатів (Крамаренко и др., 2006).

Обґрунтування фінансових показників фінансових операцій, як і результативність багатьох господарських рішень, досягається в процесі фінансового планування та прогнозування. Ці два дуже близьких поняття в економічній літературі і на практиці часто ототожнюються. Фактично фінансове прогнозування повинне передувати плануванню і здійснювати оцінювання численних варіантів (відповідно визначати можливості управління рухом фінансових ресурсів на макро- і мікрорівні). За допомогою фінансового планування конкретизуються прогнози, визначаються конкретні шляхи, показники, взаємозв'язані завдання, послідовність їх реалізації, а також методи, що сприяють досягненню обраної мети.

**Фінансове планування** – це науковий процес обґрунтування на певний період руху фінансових ресурсів підприємства і відповідних фінансових відносин. При цьому об'єктом планування є фінансова діяльність підприємства. Для формування і використання різних фондів коштів визначається рух ресурсів, фінансові відносини, які опосередковують їх, і нові вартісні пропорції (Кравченко, 2013).

Головне призначення внутрішньофірмового фінансового планування – це розрахунок потреби в коштах, обсязі й структурі витрат, визначення ефективності кожної господарської і фінансової операції та підсумків усієї роботи суб'єкта.

Таким чином, фінансове планування являє собою процес розроблення системи фінансових планів та планових (нормативних) показників для забезпечення розвитку підприємства необхідними фінансовими ресурсами і підвищення ефективності його фінансової діяльності в перспективі.

Фінансове планування тісно пов'язане і спирається на маркетинговий, виробничий та інші плани підприємства, підпорядковується місії та загальній стратегії підприємства.

Процес фінансового планування містить такі етапи:

- аналіз фінансової ситуації;
- розроблення загальної фінансової стратегії підприємства;
- складання поточних фінансових планів (бюджетів);
- коригування і конкретизація фінансового плану;
- розроблення оперативних фінансових планів;
- аналіз та контроль виконання фінансових планів.

У цілому фінансове планування на підприємстві здійснюється за трьома напрямками: перспективне (стратегічне) планування на 3–5 років, поточне планування (бюджетування) на 1 рік; оперативне планування на 1 місяць або декаду.

## 7.2 Методи визначення фінансових потреб

Головне завдання фінансового планування полягає у визначенні додаткових потреб фінансування, що виникають унаслідок збільшення обсягів реалізації товарів чи надання послуг.

**Фінансова потреба** – це виражена у грошовому еквіваленті потреба підприємства в грошових коштах і матеріальних засобах, необхідних для досягнення поставлених цілей та забезпечення фінансової рівноваги. Фінансова потреба розраховується на основі методології традиційного бюджетування (Терещенко, 2003).

За традиційного бюджетування плановий обсяг фінансової потреби залежить від прогнозних величини грошових виплат і надходжень, а також часового інтервалу між ними. Дефіцит чи надлишок грошових коштів за певний проміжок часу визначається як різниця між наростаючими підсумками грошових виплат та надходжень за цей період.

На рівні першого наближення це завдання може бути вирішене шляхом укрупненого прогнозування основних фінансових показників бізнесу підприємства. Як такі показники використовуються статті балансу і звіту про прибуток.

Суть підходу досить проста. Розширення діяльності підприємства (збільшення обсягів продажів) неминуче призводить до необхідності збільшення його активів (основних та оборотних коштів). Згідно з цим збільшенням активів повинні стати додаткові джерела фінансування. Частина таких джерел (наприклад, кредиторська заборгованість і нараховані зобов'язання) збільшується відповідно до нарощування обсягів реалізації

підприємства. Очевидно, що різниця між збільшенням активів і збільшенням пасивів і становить потребу в додатковому фінансуванні.

У практиці фінансово-господарської діяльності підприємств в економічно розвинених країнах, як правило вважають, що (за інших рівних умов) стабільну мінімальну потребу в капіталі доцільно покривати за рахунок власного капіталу, а тимчасову різницю між максимальною і мінімальною потребою – за рахунок коштів кредиторів.

У процесі ухвалення рішення про додаткове фінансування розрізняють: 1) попередній етап (етап виявлення й оцінювання проблеми) і 2) етап безпосереднього вирішення проблеми.

Із попереднім етапом пов'язують такі моменти:

- 1) прогнозування додаткових обсягів основних та оборотних коштів на планований період;
- 2) прогнозування додаткових власних і позикових фінансових джерел, які з'являються в процесі нормальної діяльності підприємства;
- 3) оцінювання обсягу додаткового фінансування як різниці між додатковим обсягом активів та додатковим обсягом заборгованостей і капіталу.

Етап вирішення проблеми полягає у виконанні послідовності таких дій:

*Крок 1.* Прогноз звіту про прибуток на планований рік.

*Крок 2.* Прогноз балансу підприємства на планований рік.

*Крок 3.* Ухвалення рішення про джерела додаткового фінансування (процедура вибору між власними та залученими коштами).

*Крок 4.* Аналіз основних фінансових показників.

**Золоте правило фінансування** – фінансовий капітал повинен бути мобілізований на строк, не менший від того, на який цей капітал заморожується в необоротних та оборотних активах підприємства.

Існує декілька методів фінансового прогнозування (Павлова, 1995). Не зважаючи на те, що жоден із них не може точно передбачити майбутньої потреби, фінансовий менеджер повинен використовувати ці методи для приблизного оцінювання потреб у ресурсах хоча б на один рік. До зазначених методів належать такі:

**1. Метод відсотків від товарообігу** – припускається, що зміна обсягів продажу впливає на величину активів, які повинна мати компанія. За визначенням активи, що змінюються внаслідок зростання і падіння товарообігу, називаються **спонтанно активними**. Тобто товарообіг значною мірою визначає, скільки коштів необхідно для ведення справи.

Наприклад, якщо планується зростання продажів товарів, то компанії необхідно більше грошей, сировини та матеріалів для виробництва готової продукції, крім

того, необхідно очікувати приросту дебіторської заборгованості. З іншого боку, якщо знизиться обсяг продажів, то в такому випадку запаси товарно-матеріальних цінностей повинні знизитися.

Обсяг товарообігу визначає величину боргів компанії. Коли спостерігається зростання товарообігу, компанія бере в борг більше грошей на сировину і матеріали. Таким чином, підтримуються запаси на певному рівні. Кредиторська заборгованість компанії, її коротко- і довгострокові борги починають зростати, що дає можливість компанії нарощувати операції.

Аналізуючи попередню фінансову звітність, фінансист може визначити залежність різних активів і пасивів від обсягу продажу товарів. Для визначення фінансових потреб компанії за рахунок зовнішніх джерел використовують таку формулу:

$$S = \frac{A}{T} \cdot \Delta T - \frac{P}{T} \cdot \Delta T - K \cdot T, \quad (7.1)$$

де  $A$  – активи спонтанні;  
 $P$  – пасиви спонтанні;  
 $T$  – планові зміни обсягу товарообігу за рік;  
 $K$  – відношення чистого прибутку після виплати дивідендів до товарообігу;  
 $T$  – товарообіг.

**2. Метод балансу грошових надходжень і платежів.** Фінансист щомісяця порівнює майбутні грошові надходження із сумами для виплат і визначає щомісячний збиток (дефіцит), отже, складається баланс грошових надходжень, на підставі якого менеджер передбачає майбутні фінансові потреби компанії (Деменіна, 2004).

Цей метод є досить поширеним, але передбачуваний грошовий потік надійний лише тоді, коли правильно визначені грошові надходження і суми виплат. Грошові надходження здебільшого надходять від:

- виручки від продажу;
- дивідендів від інвестицій;
- доходу від оренди;
- продажу старого обладнання.

Суми до виплати складаються з:

- платежів за придбані товари;
- оплати кредиторської заборгованості;
- виплати заробітної плати, орендної плати, дивідендів, відсотків;
- виплати страхових внесків (Терещенко, 2003).

Зразок форми складання балансу грошових надходжень подано в таблиці 7.1.

Таблиця 7.1 – Зразок форми балансу грошових надходжень

| Місяць  | Надходження | Суми до виплати | Чисті грошові надходження (1 – 2) | Залишок на початок періоду | Залишок на кінець періоду (3 + 4) | Резерв | Надлишок (дефіцит) (5 + 6) |
|---------|-------------|-----------------|-----------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|--------|----------------------------|
| Січень  |             |                 |                                   |                            |                                   |        |                            |
| ...     |             |                 |                                   |                            |                                   |        |                            |
| Грудень |             |                 |                                   |                            |                                   |        |                            |

У процесі розроблення балансового плану актив та джерела власних та позикових коштів підприємства прогнозуються незалежно один від одного. Тому імовірність рівності активу і пасиву балансу на стадії проектування балансового плану надзвичайно низька. Виникає так звана фінансова пробка, тобто різниця між активами і пасивами балансу, величина якої розраховується за формулою

$$B = П - А, \quad (7.2)$$

де  $П$  – пасиви балансу підприємства, грн;  
 $А$  – активи балансу підприємства, грн.

Якщо величина активів підприємства зростає швидше, ніж величина пасивів, то значення фінансової «пробки» від'ємне. У процесі складання балансового плану таку «пробку» можна ліквідувати шляхом збільшення власного і позикового капіталу підприємства, наприклад, завдяки збільшенню акціонерного капіталу або додатковому залученню кредитних ресурсів.

Якщо ж у підприємства зростання активів відбувається повільніше, ніж зростання його власного і позикового капіталів, то величина «пробки» додатна. Таку «пробку» можна ліквідувати шляхом дострокового погашення частини зобов'язань підприємства або вкладення його фінансових ресурсів у високодохідні проекти. Крім того, підприємство може виступати як холдингова компанія, засновуючи дочірні підприємства і перераховуючи в їх статутний капітал частину своїх фінансових ресурсів. У цьому випадку не лише збільшуються обсяги фінансово-господарської діяльності підприємства, але й підвищується рівень диверсифікації цієї діяльності.

**3. Метод обліку оборотності грошових коштів.** За цим методом мінімальна сума грошових коштів, необхідна компанії для здійснення своїх операцій, визначається за формулою

$$S = \frac{Q}{N}, \quad (7.3)$$

де  $S$  – мінімум необхідної суми грошових коштів;  
 $Q$  – річні витрати за операціями;  
 $N$  – оборотність.

Ця формула дійсна в тому випадку, коли операції витрат рівномірні в кожному періоді. Річні операційні витрати визначаються як сума витрат грошових коштів або витрат на купівлю товарів і сировини, зарплату, відсотки і дивіденди (Деменіна, 2004).

**Оборотність грошових коштів** – це кількість обертів грошей фірми за один рік. Вона визначається за формулою

$$N = \frac{360}{n}, \quad (7.4)$$

де  $n$  – кількість днів між закупівлею сировини і надходженням виручки від продажу готового виробу, тобто цикл обороту грошових коштів.

### 7.3 Методи фінансового планування

Для планування фінансових показників та складання фінансових планів використовують методи, добре відомі в економічній науці і детально описані в навчальній літературі: нормативний; розрахунково-аналітичний; балансовий; оптимізації планових рішень; економіко-математичне моделювання (Крамаренко, 2006; Терещенко, 2003).

**Нормативний метод** є найбільш простим методом розрахунку планових фінансових показників. Знаючи норматив та об'ємний показник, можна легко розрахувати плановий показник. У фінансовому плануванні використовують загальнодержавні, місцеві (регіональні), галузеві нормативи і нормативи підприємства.

**Загальнодержавні нормативи** обов'язкові для всіх підприємств – це ставки загальнодержавних податків та обов'язкових платежів, мінімальна заробітна плата, норми амортизаційних відрахувань (застосовувані для розрахунку оподаткованого прибутку).

**Місцеві** (регіональні) нормативи діють у межах окремих областей, міст, районів та інших адміністративно-територіальних одиниць – це ставки місцевих податків і зборів, податки і податкові пільги, введені у спеціальних економічних зонах.

**Галузеві фінансові нормативи** діють для підприємств, які належать до певних галузей. До таких нормативів належать, наприклад, рентна плата за видобуток нафти і газу, збір за спеціальне використання природних ресурсів, граничний рівень рентабельності для підприємств, що є природними монополістами.

Нормативи підприємства розробляються його менеджерами для контролю та підвищення ефективності використання фінансових ресурсів. Найчастіше використовують такі внутрішні нормативи, як мінімальний розмір власних оборотних коштів, стійкі пасиви (кредиторська заборгованість, що постійно знаходиться в розпорядженні підприємства), частка

прибутку, що спрямовується на реінвестування, співвідношення між власними і позиковими джерелами фінансування, мінімальна норма прибутку на вкладений капітал та ін.

**Розрахунково-аналітичний метод** застосовують тоді, коли нормативи відсутні. В цьому випадку аналізують досягнуте в базовому періоді значення конкретного фінансового показника, визначають індекс його змін у плановому періоді і розраховують його планове значення. В основу розрахунково-аналітичного методу покладена експертна оцінка тенденцій поведінки, динаміки та взаємозв'язку фінансових показників у планованому періоді.

Розрахунково-аналітичний метод широко застосовують при плануванні окремих видів витрат на виробництво і реалізацію продукції, прибутку, визначенні необхідних оборотних коштів у запасах та ін.

**Балансовий метод** вимагає збалансованості джерел ресурсів із запланованими витратами; встановлення взаємозв'язку виробничих та фінансових ресурсів і створення резервів. Сьогодні доцільнішим є оптимальне поєднання нормативних та балансових методів. Майже вся система фінансового планування будується на балансовому методі. Кожен фінансовий план складається у вигляді балансу доходів і витрат, що означає: пропорції визначаються шляхом порівняння і встановлення взаємозв'язку між потребами в фінансових ресурсах, з одного боку, і джерелами їх формування – з іншого. При цьому обов'язковою умовою складання плану є збалансованість фінансових резервів (Фінанси, 2004).

**Метод оптимізації планових рішень** полягає у визначенні декількох можливих варіантів планових розрахунків і виборі за певним критерієм оптимального варіанта. Найчастіше цей метод застосовують при виборі варіантів інвестицій, плануванні капітальних вкладень. Як критерії вибору оптимального рішення можуть використовуватися такі показники: мінімум зведених витрат, мінімум поточних витрат, максимум зведеного прибутку; мінімальний період оборотності капіталу; максимум прибутку на вкладений капітал; мінімальний фінансовий ризик (мінімальна імовірність фінансових втрат); мінімум фінансових витрат за залученням джерел фінансування. Пошук оптимального варіанта часто вимагає використання складних моделей лінійного програмування, що може бути дорогим та економічно не вигідним підприємству.

**Метод економіко-математичного моделювання** полягає у визначенні кількісного виразу взаємозв'язку фінансових показників і факторів, що впливають на нього. Таким чином, економіко-математична модель є математичним описом закономірності зміни конкретного економічного показника, якщо змінюються основні фактори. Модель може будуватися за функціональним зв'язком між факторним ( $x$ ) і результируючим показником ( $y$ ) (виражається рівнянням вигляду  $Y = f(x)$ ) або за кореляційним зв'язком,

коли між факторами і показниками існує лише ймовірнісна залежність, що виявляється лише при великій кількості спостережень (Крамаренко, 2006).

Кореляційний зв'язок виражається рівняннями регресії різного виду. Практика показує, що планування фінансових показників з використанням складних багатофакторних моделей не завжди дозволяє отримати прийнятний з погляду економічного розуміння результат, також є досить дорогим.

#### **7.4 Фінансове управління на основі бюджетування**

*Бюджетування* – це процес планування майбутньої діяльності підприємства, результати якого оформляються системою бюджетів.

До основних завдань бюджетування належать:

- забезпечення поточного планування;
- забезпечення координації, кооперації та комунікації в підрозділі підприємства;
- обґрунтування витрат підприємства;
- створення бази для оцінювання та контролю планів підприємства;
- виконання вимог законів і контрактів.

Бюджети складаються як для структурних підрозділів, так і для компанії в цілому. Бюджети підрозділів зводяться до єдиного бюджету підприємства, який називається основним, або головним.

З погляду послідовності підготовки документів в основному бюджеті виділяють дві складові частини бюджетування, кожна з яких є завершеним етапом планування (Кравченко, 2013) – підготовка операційного бюджету; підготовка фінансового бюджету.

Перелік операційних бюджетів, як правило, має такий список:

- бюджет реалізації;
- бюджет виробництва;
- бюджет виробничих запасів;
- бюджет прямих витрат на матеріали;
- бюджет виробничих накладних витрат;
- бюджет прямих витрат на оплату праці;
- бюджет комерційних витрат;
- бюджет управлінських витрат;
- прогнозний звіт про прибуток.

До фінансових бюджетів належать:

- інвестиційний бюджет;
- бюджет грошових коштів;
- прогнозний баланс.





При складанні бюджету реалізації потрібно відповісти на такі питання:

- яку продукцію випускати;
- в яких обсягах вона буде реалізована для продажу з розбиттям на певні проміжки часу;
- яку встановити ціну продукції;
- який відсоток реалізації буде сплачений у поточному місяці, в наступному, чи варто планувати безнадійну заборгованість (Кравченко, 2013).

У цілому до бюджету реалізації висуваються такі вимоги:

- бюджет повинен відображати, принаймні, місячний або кварталний обсяг реалізації в натуральних і вартісних показниках;
- бюджет складається з урахуванням попиту на продукцію, географію реалізації, категорій покупців, сезонних чинників;
- бюджет охоплює очікуваний грошовий потік від реалізації, який в надалі буде включений до прибуткової частини бюджету потоків грошових коштів (табл. 7.2) (Фінанси, 2004).

Таблиця 7.2 – Бюджет реалізації і графік надходження коштів

| Показник                                   | Січень | Лютий | ... | Грудень | За рік |
|--|--------|-------|-----|---------|--------|
| Очікуваний обсяг продукції, шт.            |        |       |     |         |        |
| Очікувана ціна одиниці продукції, грн      |        |       |     |         |        |
| Виручка від реалізованої продукції, грн    |        |       |     |         |        |
| <i>Графік надходження коштів</i>           |        |       |     |         |        |
| Рахунки дебіторів на початок року          |        |       |     |         |        |
| надходження грошей від продажів за січень  |        |       |     |         |        |
| надходження грошей від продажів за лютий   |        |       |     |         |        |
| надходження грошей від продажів...         |        |       |     |         |        |
| надходження грошей від продажів за грудень |        |       |     |         |        |
| <b>Разом надходження грошових коштів</b>   |        |       |     |         |        |

**Бюджет виробництва** – це виробнича програма, що визначає заплановані номенклатуру та обсяг виробництва у плановому періоді (в натуральних показниках).

Він спирається на бюджет реалізації, враховує виробничі потужності, збільшення або зменшення запасів, а також величину зовнішніх закупівель.

Для розрахунку обсягу товарів, які повинні бути вироблені, застосовується така універсальна формула:

$$TMZ_n + OB_{план} = OP_{план} + TMZ_k \quad (7.5)$$

де  $TMZ_n$ ,  $TMZ_k$  – товарно-матеріальні запаси готової продукції на початок і кінець періоду;  
 $OB_{план}$  – планований обсяг виробництва продукції;  
 $OP_{план}$  – планований обсяг реалізації.

Необхідний обсяг випуску продукції визначається як планований обсяг реалізації плюс бажаний запас продукції на кінець періоду мінус запаси готової продукції на початок періоду (табл. 7.3).

Таблиця 7.3 – Бюджет виробництва

| Показник                         | Січень | Лютий | ... | Грудень | За рік |
|----------------------------------|--------|-------|-----|---------|--------|
| Очікуваний обсяг збуту продукції |        |       |     |         |        |
| Запаси на кінець періоду         |        |       |     |         |        |
| Необхідний обсяг продукції       |        |       |     |         |        |
| Запаси на початок періоду        |        |       |     |         |        |
| Обсяг виробництва продукції      |        |       |     |         |        |

Іноді одночасно з бюджетом виробництва складають **бюджет виробничих запасів**. Він повинен відображати плановані рівні запасів сировини і матеріалів та готової продукції. Інформація бюджету виробничих запасів використовується також при складанні прогнозного балансу і звіту про прибутки і збитки (Терещенко, 2003).

**Бюджет прямих витрат на матеріали** – це кількісне вираження планів щодо прямих витрат компанії на використання і придбання основних видів сировини і матеріалів.

Методика складання бюджету спирається на те, що:

- всі витрати поділяються на прямі і непрямі;
- прямі витрати на сировину і матеріали – це витрати на сировину і матеріали, з яких виготовляється кінцевий продукт;
- бюджет прямих витрат на матеріали складається на основі виробничого бюджету і бюджету реалізації;
- обсяг закупівель сировини і матеріалів розраховується як обсяг використання плюс запаси на кінець періоду і мінус запаси на початок періоду;
- бюджет прямих витрат на матеріали складається з урахуванням термінів і порядку погашення кредиторської заборгованості за матеріали (Кравченко, 2013).

Часто разом із бюджетом прямих витрат на матеріали складають графік оплати придбаних матеріалів (табл. 7.4).

Таблиця 7.4 – Бюджет прямих витрат на матеріали та графік їх оплати

| Показник                                     | Січень | Лютий | ... | Грудень | За рік |
|--|--------|-------|-----|---------|--------|
| Обсяг виробництва продукції, шт.             |        |       |     |         |        |
| Потреба в матеріалі на одиницю продукції, кг |        |       |     |         |        |
| Потреба в матеріалі на період, кг            |        |       |     |         |        |
| Запаси на кінець періоду, кг                 |        |       |     |         |        |
| Загальна потреба в матеріалах, кг            |        |       |     |         |        |
| Запаси на початок періоду, кг                |        |       |     |         |        |
| Закупівля матеріалів, кг                     |        |       |     |         |        |
| Вартість закупівель матеріалів, грн          |        |       |     |         |        |
| <i>Графік платежів за матеріали</i>          |        |       |     |         |        |
| Рахунки кредиторів на початок року           |        |       |     |         |        |
| Плата за матеріали за січень                 |        |       |     |         |        |
| Плата за матеріали за лютий                  |        |       |     |         |        |
| Плата за матеріали...                        |        |       |     |         |        |
| Плата за матеріали за грудень                |        |       |     |         |        |
| <b>Платежі за все, грн</b>                   |        |       |     |         |        |

**Бюджет прямих витрат на оплату праці** – це кількісне вираження планів щодо витрат компанії на оплату праці основного виробничого персоналу.

При підготовці бюджету прямих витрат на оплату праці враховують таке:

- він складається, виходячи з бюджету виробництва, даних про продуктивність праці і ставок оплати праці основного виробничого персоналу;
- в бюджеті прямих витрат на оплату праці виділяють фіксовану і відрядну частини оплати праці (табл. 7.5).

Таблиця 7.5 – Бюджет прямих витрат на оплату праці

| Показник                                       | Січень | Лютий | ... | Грудень | За рік |
|--|--------|-------|-----|---------|--------|
| Обсяг виробленої продукції, шт.                |        |       |     |         |        |
| Витрати праці основного персоналу, годин / шт. |        |       |     |         |        |
| Всього витрати праці персоналу, годин          |        |       |     |         |        |
| Вартість однієї години, грн                    |        |       |     |         |        |
| Витрати на оплату основного персоналу, грн     |        |       |     |         |        |

Якщо на підприємстві накопичилася заборгованість з оплати праці або підприємство припускає, що не зможе виплачувати заробітну плату у встановлені терміни, то додатково до бюджету прямих витрат на оплату

праці складається графік погашення заборгованості із заробітної плати. Цей графік складається за тим самим принципом, що і графік оплати придбаних сировини і матеріалів (рис. 7.5) (Фінанси, 2004).

**Бюджет виробничих накладних витрат** – це кількісне вираження планів щодо всіх витрат компанії, пов’язаних із виробництвом продукції за винятком прямих витрат на матеріали й оплату праці.

Виробничі накладні витрати мають постійну і змінну складові. Постійна частина (амортизація, поточний ремонт та ін.) планується залежно від реальних потреб виробництва, а змінна – використовує підхід, що базується на нормативах. Під нормативом розуміється сума витрат на одиницю базового показника. Для оцінювання нормативів витрат використовують різні базові показники. Розрахунок нормативів проводиться на основі даних попередніх періодів із можливими коректуваннями на інфляцію і деякі кон’юнктурні чинники (табл. 7.6).

Таблиця 7.6 – Бюджет виробничих накладних витрат

| Показник                                   | Січень | Лютий | ... | Грудень | За рік |
|--|--------|-------|-----|---------|--------|
| Витрати праці основного персоналу, годин   |        |       |     |         |        |
| Норма змінних накладних витрат, грн / год. |        |       |     |         |        |
| Планові змінні накладні витрати, грн       |        |       |     |         |        |
| Планові постійні витрати, грн              |        |       |     |         |        |
| Усього накладних витрат, грн               |        |       |     |         |        |
| Амортизація, грн                           |        |       |     |         |        |
| Оплата накладних витрат, грн               |        |       |     |         |        |

Після складання зазначених бюджетів здійснюють **оцінювання собівартості продукції**, необхідної для складання прогнозного звіту про прибуток. У даному випадку собівартість складається з трьох компонентів: прямі витрати на матеріали, прямі витрати праці та виробничі накладні витрати (табл. 7.7) (Терещенко, 2003).

Таблиця 7.7 – Оцінювання собівартості продукції

| Показник                       | Кількість | Витрати | Усього |
|--------------------------------|-----------|---------|--------|
| Витрати на одиницю продукції:  |           |         |        |
| - основні матеріали, кг        |           |         |        |
| - прямі витрати праці, годин   |           |         |        |
| - накладні витрати (на годину) |           |         |        |
| Собівартість одиниці продукції |           |         |        |

**Бюджет управлінських витрат** – це плановий документ, в якому наведено витрати на заходи, безпосередньо не пов’язані з виробництвом і збутом продукції (табл. 7.8).

Таблиця 7.8 – Бюджет управлінських витрат

| Показник                                 | Січень | Лютий | ... | Грудень | За рік |
|--|--------|-------|-----|---------|--------|
| Очікуваний обсяг збуту, шт.              |        |       |     |         |        |
| Змінні витрати на одиницю продукції, грн |        |       |     |         |        |
| Планові змінні витрати, грн              |        |       |     |         |        |
| Планові постійні витрати, грн            |        |       |     |         |        |
| Реклама                                  |        |       |     |         |        |
| Зарплата керівників                      |        |       |     |         |        |
| Страховання                              |        |       |     |         |        |
| Інші витрати                             |        |       |     |         |        |
| Усього планових витрат, грн              |        |       |     |         |        |

До управлінських витрат відносять витрати на утримання апарату управління, опалювання й освітлення приміщень невикористаного призначення, послуги зв’язку, податки, відсотки за отриманими кредитами та ін. Більшість управлінських витрат мають постійний характер, змінна частина планується за допомогою нормативу, в якому роль базового показника, як правило, відіграє обсяг проданих товарів (у натуральному або грошовому вираженні) (табл. 7.8) (Кравченко, 2013).

Склавши описані вище попередні бюджети, можна розпочинати формування основного фінансового бюджету, який починається з формування прогнозного звіту про прибутки і збитки компанії.

**Прогнозний звіт про прибутки і збитки** – це форма фінансової звітності, складена до початку планового періоду, яка відображає результати планованої діяльності. Прогнозний звіт про прибутки і збитки складається для того, щоб визначити й урахувати виплату податку на прибуток у відтоку грошових коштів у бюджеті грошових коштів.

Прогнозний звіт про прибутки і збитки складається на основі даних, що містяться в бюджетах реалізації, собівартості реалізованої продукції і поточних витрат. При цьому додається інформація про інші прибутки, інші витрати і величину податку на прибуток.

Плановий звіт про прибутки і збитки містить у стислій формі прогноз усіх прибуткових операцій підприємства і тим самим дозволяє менеджерам простежити вплив індивідуальних кошторисів на річний кошторис прибутків. Якщо кошторисний чистий прибуток незвично малий порівняно з обсягом реалізації або власним капіталом, необхідні додатковий аналіз усіх складових кошторису і його перегляд (табл. 7.9) (Фінанси, 2004).

Таблиця 7.9 – Прогнозний звіт про прибутки (збитки)

| Показник                                | Значення |
|---|----------|
| Виручка від реалізації продукції        |          |
| Собівартість реалізованої продукції     |          |
| Валовий прибуток                        |          |
| Витрати на збут і управління            |          |
| Прибуток до сплати відсотків і податків |          |
| Відсотки за кредитом                    |          |
| Прибуток до сплати податків             |          |
| Податок на прибуток                     |          |
| Чистий прибуток                         |          |

Наступним кроком, одним із найважливіших і складних у бюджетуванні, є складання бюджету грошових коштів.

**Бюджет грошових коштів** – це плановий документ, що відображає майбутні платежі і надходження грошей. Надходження класифікується за джерелом отримання коштів, а витрати – за напрямками використання (Деменіна, 2004).

Очікуване сальдо грошових коштів на кінець періоду порівнюється з мінімальною сумою грошових коштів, яка повинна постійно підтримуватися (розміри мінімальної суми визначаються менеджерами підприємства). Різницею є або невитрачений надлишок грошей, або нестача грошових коштів.

Мінімальна грошова сума свого роду буфер, що дозволяє врятувати становище в разі помилок в управлінні рухом наявних коштів та у разі непередбачених обставин. Ця мінімальна сума грошових коштів не є фіксованою. Як правило, вона буде дещо більшою протягом періодів високої ділової активності, ніж під час спаду. Крім того, для підвищення ефективності управління грошовими коштами значна частина зазначеної суми може перебувати на депозитних рахунках.

Бюджет грошових коштів складають окремо за трьома видами діяльності: основною, інвестиційною і фінансовою. Такий розподіл дуже зручно і наочно показує грошові потоки (табл. 7.10) (Фінанси, 2004).

Таблиця 7.10 – Бюджет грошових коштів

| Показник                              | Січень | Лютий | ... | Грудень | За рік |
|---------------------------------------|--------|-------|-----|---------|--------|
| 1                                     | 2      | 3     | 4   | 5       | 6      |
| Грошові кошти на початок періоду, грн |        |       |     |         |        |
| Надходження грошових коштів, грн      |        |       |     |         |        |
| Грошові кошти в розпорядженні         |        |       |     |         |        |

Продовження табл. 7.10

| 1  | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|--|---|---|---|---|---|
| <i>Витрачання грошових коштів, грн на:</i>     |   |   |   |   |   |
| основні матеріали                              |   |   |   |   |   |
| оплату праці основного персоналу               |   |   |   |   |   |
| виробничі накладні витрати                     |   |   |   |   |   |
| збут і управління                              |   |   |   |   |   |
| податок на прибуток                            |   |   |   |   |   |
| придбання устаткування                         |   |   |   |   |   |
| дивіденди                                      |   |   |   |   |   |
| Усього   |   |   |   |   |   |
| <i>Надлишок (дефіцит) грошових коштів, грн</i> |   |   |   |   |   |
| <i>Фінансування:</i>                           |   |   |   |   |   |
| Отримання позики, грн                          |   |   |   |   |   |
| Погашення позики, грн                          |   |   |   |   |   |
| Виплата відсотків, грн                         |   |   |   |   |   |
| Разом, грн                                     |   |   |   |   |   |
| Грошові кошти на кінець періоду, грн           |   |   |   |   |   |

На завершальному етапі процесу бюджетування складається прогнозний баланс.

**Прогнозний баланс** – це форма фінансової звітності, що містить інформацію про майбутній стан підприємства на кінець прогнозованого періоду.

Прогнозний баланс допомагає розкрити окремі несприятливі фінансові проблеми, вирішенням яких керівництво займатися не планувало (наприклад, зниження ліквідності підприємства). Прогнозний баланс дозволяє виконувати розрахунки різних фінансових показників. Нарешті, прогнозний баланс служить як контроль решти всіх бюджетів на майбутній період. Дійсно, якщо всі бюджети складені методично правильно, баланс «повинен зійтися», тобто сума активів повинна дорівнювати сумі зобов'язань підприємства і його власного капіталу (табл. 7.11) (Фінанси, 2004).

Таблиця 7.11 – Прогнозний баланс на кінець року

| Активи                  | 1 січня | 31 грудня |
|-------------------------|---------|-----------|
| 1                       | 2       | 3         |
| <i>Оборотні активи:</i> |         |           |
| Грошові кошти           |         |           |
| Рахунки дебіторів       |         |           |
| Запаси сировини         |         |           |



Продовження табл. 7.11

| 1                                   | 2 | 3 |
|-------------------------------------|---|---|
| Запаси готової продукції            |   |   |
| <b>Усього оборотних активів</b>     |   |   |
| <i>Основні засоби</i>               |   |   |
| Земля                               |   |   |
| Споруди і обладнання                |   |   |
| Накопичена амортизація              |   |   |
| Споруди і обладнання, нетто         |   |   |
| <b>Усього активи</b>                |   |   |
| <b>Зобов'язання:</b>                |   |   |
| Поточні зобов'язання                |   |   |
| Рахунки до оплати                   |   |   |
| Банківський кредит                  |   |   |
| <b>Власний капітал:</b>             |   |   |
| Статутний капітал                   |   |   |
| Нерозподілений прибуток             |   |   |
| <b>Усього власний капітал</b>       |   |   |
| <b>Разом зобов'язання і капітал</b> |   |   |

Бюджетування – як система фінансового планування бізнесу – передбачає відповідний контроль за виконанням бюджету (Кравченко, 2013). Система контролю виконання бюджету на підприємстві є своєрідним моніторингом фінансового стану підприємства.

Розрізняють такі підходи до реалізації системи контролю бюджету підприємства.

Суть **простого аналізу відхилень** полягає в тому, що контролюється стан виконання бюджету шляхом зіставлення бюджетних показників та їх фактичних значень. Якщо відхилення має істотний характер, то фінансовий менеджер ухвалює рішення про необхідність внесення відповідних корективів до бюджету подальшого періоду. Інакше ніякі корегувальні дії не проводяться.

**Аналіз відхилень, орієнтований на подальші управлінські рішення**, припускає детальніший аналіз фактору впливу різних відхилень параметрів бізнесу на грошовий потік. Технологія проведення такого контролю має такий вигляд.

*Крок 1.* Визначення всіх факторів, що впливають на розміри грошового потоку.

*Крок 2.* Визначення сумарного відхилення грошового потоку від бюджетного значення.

*Крок 3.* Визначення відхилення річного грошового потоку в результаті відхилення кожного окремого чинника.

*Крок 4.* Складання таблиці пріоритетів впливу, що розміщує всі чинники, починаючи із найбільш значущих.

*Крок 5.* Складання остаточних висновків і рекомендацій у частині управлінських рішень, спрямованих на виконання бюджету (Терещенко, 2003).

*Аналіз відхилень в умовах невизначеності* розглядає дещо іншу схему прийняття рішень щодо значущості відхилень. Згідно з цією схемою всі параметри бізнесу визнаються за своєю суттю невизначеними та задаються не у вигляді окремих чисел, а у вигляді інтервалів невизначеності.

*Стратегічний підхід до аналізу відхилень* базується на переконанні, що оцінювання результатів діяльності підприємства, зокрема виконання бюджету, повинно здійснюватися з урахуванням стратегії, яку застосовує підприємство. Цей підхід не пропонує яку-небудь обчислювальну технологію контролю. Він визначає відповідну точку процедури контролю бюджету. Іншими словами, проаналізувавши стратегію підприємства, фінансовий менеджер обирає відповідну цій стратегії обчислювальну процедуру контролю (Крамаренко, 2006).

## Література

1. Деменіна О. М. Управління грошовими потоками в межах концепції фінансової рівноваги підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. № 7. С. 14–18.
2. Кравченко А. В. Планування та прогнозування як основні складові процесу управління грошовими потоками на підприємстві. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2013. № 7/8. С. 64–69.
3. Крамаренко Г. О., Чорна О. Є. Фінансовий менеджмент: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 520 с.
4. Павлова Л. Н. Финансовый менеджмент. Управление денежным оборотом предприятия: Учебник. Москва: ЮНИТИ, 1995. 400 с.
5. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2003. 554 с.
6. Фінанси (теоретичні основи): Підручник / Під ред. М. В. Грідчіної, В. Б. Захожая. Київ: МАУП, 2004. 312 с.

## Питання до теми

1. У чому полягає економічна сутність поняття фінансового планування?
2. Назвіть етапи фінансового планування і охарактеризуйте їх.
3. У чому полягає головне призначення внутрішньофірмового фінансового планування?
4. Що таке фінансова необхідність?
5. У чому полягає основний зміст золотого правила фінансування?

6. Назвіть основні методи фінансового прогнозування і дайте їм визначення.
7. Назвіть основні методи фінансового планування і охарактеризуйте їх.
8. Виконайте порівняльну характеристику методів фінансового планування.
9. У чому полягає економічна сутність поняття бюджетування?
10. Які існують види операційних бюджетів?
11. В якій послідовності відбувається формування основного бюджету?
12. Що таке бюджет реалізації?
13. На які питання необхідно відповісти при складанні бюджету реалізації?
14. Що таке бюджет виробництва?
15. Що таке бюджет прямих витрат на матеріали?
16. Що таке бюджет прямих витрат на оплату праці?
17. Що таке бюджет виробничих накладних витрат?
18. Що таке бюджет управлінських витрат?
19. Що таке прогнозний звіт про прибутки і збитки?
20. Що таке бюджет грошових коштів?
21. Що таке прогнозний баланс? У чому полягає його головне призначення?
22. Охарактеризуйте простий аналіз відхилень.
23. Охарактеризуйте технологію проведення аналізу відхилень, орієнтованого на управлінські рішення.
24. У чому полягає сутність аналізу відхилень в умовах невизначеності?
25. У чому полягає сутність стратегічного підходу до аналізу відхилень?

# Кейс до розділу Публічні закупівлі

## 1. Основні поняття

Постачання є важливою складовою діяльності громадських інститутів, організацій і підприємств державного сектора. Державні закупівлі спрямовані на задоволення потреб за допомогою надання державних послуг. У деяких секторах, наприклад, для оборонної промисловості, сфери охорони здоров'я, освіти, науки, будівництва, енергетики, транспорту саме державні закупівлі виступають найголовнішим джерелом продажу. У багатьох країнах з розвинутою економікою відсоток державних трансакцій в ВВП становить вагомую частину (від 8 до 30%), отже публічні закупівлі є потужним інструментом економічного і соціального впливу на виробництво і споживання. Ефективне функціонування цього сектора є необхідною умовою стійкості економічної системи в цілому.

В теорії управління державними поставками використовуються два терміни: «державні закупівлі» та «публічні закупівлі».

Поняття «публічні закупівлі» є більш широким, оскільки розширює коло організацій, установ, які за допомогою своєї постачальницької діяльності забезпечують потреби на державному та територіальному рівнях.

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика понять «державні закупівлі» та «публічні закупівлі»

| Державні закупівлі  | Публічні закупівлі  |
|---|---|
| закупівля здійснюється державною установою або її відокремленим підрозділом | закупівлю проводить орган публічної адміністрації   |
| фінансується за кошти держави   | купівля товарів, робіт і послуг здійснюється за кошти платників податків  |
| здійснюється в інтересах держави та органу, який здійснює закупівлю         | закупівля здійснюється в інтересах громадян з метою надання якісних послуг органом публічної адміністрації чи державним підприємством |
| державна сама контролює процес закупівель                                   | громадяни беруть участь у контролі здійснення публічної закупівлі   |

### Подробиці

Впродовж 1990-х років в США було проведено кілька реформ, зокрема, реформа постачання державних установ. До 2001 р. акцент змістився з розробки нових законів і правил на фактичну реалізацію реформи в галузі постачання, що передбачає укладання контрактів і зміни поведінки співробітників, які відповідають за державні контракти. Цей перехід пов'язаний зі зміною культури закупівель. Якщо раніше закупівлі вимагали наявності аудиторської групи для перевірки відповідності контракту специфікаціям, то тепер основна увага приділяється ефективності угоди. До 2004 р. бюджетний дефіцит в США виріс до 1 трил. дол., витрати на охорону здоров'я вийшли з-під контролю, а оборонний бюджет продовжував зростати. Тому ефективність управління державними поставками стало більш важливою, ніж будь-коли.

Поняттю «державні закупівлі» передував термін «державне замовлення». Першо-причиною введення державного замовлення була неспроможність виробляти планові об-

сяги продукції в умовах обмеженості наявних матеріальних ресурсів. Тому державним замовленням було охоплено близько  $\frac{3}{4}$  народногосподарського виробництва, яке мало повне ресурсне забезпечення. Такий стан речей суперечив стратегічній меті та не сприяв розвитку відкритої ринкової соціально-економічної системи.

У 1997-1998 роках були прийняті нормативні акти, які наближали процедури розміщення державних замовлень до вимог системи Світової організації торгівлі. Однак на відповідних умовах відбувалось лише 2% процедур закупівель товарів, робіт та послуг.

Форма проведення державних закупівель змінювалась з року в рік:

✓ з 2000 по 2006 роки інформація державних замовників оприлюднювалась в паперовому «Віснику державних закупівель»;

✓ з 2006 по 2008 рік – платний доступ до звітування держпідприємств через веб-портал приватного монополіста;

✓ 2008 рік – створення безкоштовного державного веб-порталу з низкою доступних ключових документів;

✓ 2012 рік – виведення з-під відкритого режиму закупівель держпідприємств за власні кошти;

✓ 2014 рік – значне розширення інформації для обов'язкового оприлюднення, ускладнення безкоштовного та спроба запровадити платне розміщення, постійна загроза зриву вчасного оприлюднення інформації про закупівлі, скасування паперового «Вісника державних закупівель».

В рамках Угоди про асоціацію між Україною та ЄС та приведенням законодавства України до відповідних норм, з 2016 року державні закупівлі здійснюються через електронну систему, що представлена централізованим веб-порталом Prozorro та комерційними майданчиками, які конкурують між собою. Поняття «державні закупівлі» влилося в поняття «публічні закупівлі».

Відносини, що виникають в ході публічних закупівель регламентуються Законом України «Про публічні закупівлі» (далі – Закон) від 25.12.2015 р. (зі змінами).

У порівнянні з попередніми системами фахівці визначають переваги використання електронних публічних закупівель у наступному:

- 1) значна економія робочого часу;
- 2) економія грошових засобів на організації і проведенні закупівель;
- 3) зменшення впливу «людського фактору»;
- 4) прозорість і відкритість процесу закупівлі;
- 5) чесна конкуренція, рівні права всіх учасників;
- 6) спрощення участі в процедурах закупівлі;
- 7) високий рівень безпеки і захисту інформації.

**Публічні закупівлі**, відповідно до законодавства, визначаються як придбання замовником товарів, робіт і послуг в порядку, встановленому Законом.

Виділяють три стадії процесу публічних закупівель:

- 1) планування закупівель, на якій визначається потреба в даному товарі, роботі чи послугі;
- 2) проведення тендеру і підписання договору, яка включає процес розміщення оголошення, підготовка тендерної документації та визначення кваліфікації постачальників;
- 3) процес адміністрування договору, що включає контроль за його виконанням.

Завдання публічних поставок включають:

- гарантії безперервності поставок;
- підтримання та покращення стандартів якості товарів і послуг;
- максимальна економія за рахунок інноваційності поставок;
- мінімальні витрати протягом циклу.

Реформування публічних закупівель в Україні сприяло перш за все запобіганню проявам корупції та розвитку добросовісної конкуренції. Слід зазначити, що в країнах ЄС електронні закупівлі спрямовані на вирішення інших проблем, таких як зниження операційних витрат замовників і постачальників, простішого управління закупівельним процесом шляхом введення автоматизації

## 2. Замовники та учасники торгів

Покупець (тобто той, хто проводить тендер) відповідно до Закону України «Про публічні закупівлі» називається «**Замовником**». Замовників умовно ділять на три групи (рис. 1).

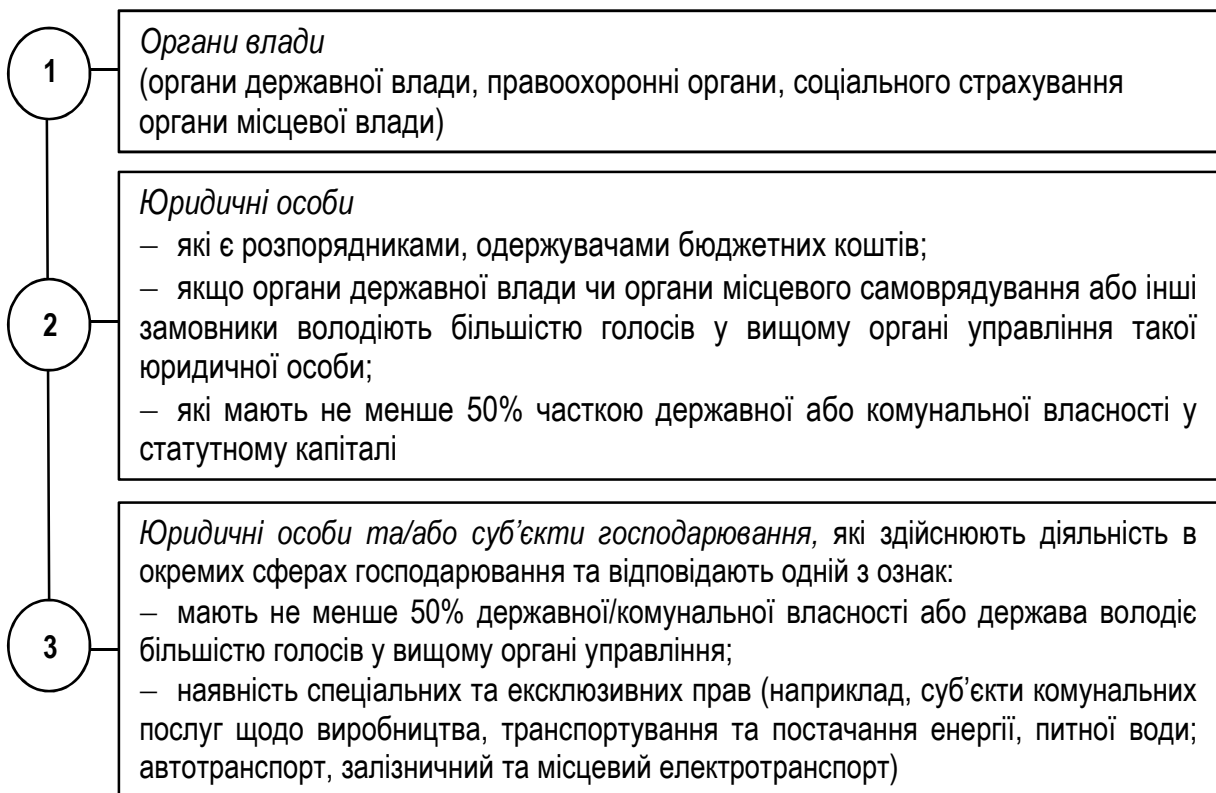


Рисунок 1 – Замовники торгів

В якості **продавця** (відповідно до Закону «Учасник процедури закупівлі») може виступати фізична або юридична особа, яка подала тендерну пропозицію або взяла участь у переговорах у разі використання переговорної процедури закупівлі.

Участь бізнесу в публічних торгах в Україні є платною, тарифи встановлює держава.

Таблиця 2 – Розрахунок тарифів на участь в публічних торгах

| Очікувана вартість закупівлі | Розмір платежу   |
|------------------------------|--|
| до 20 000 грн.               | 17 грн. – один неоподатковуваний мінімум доходів громадян        |
| 20 001 – 50 000 грн.         | 119 грн. – сім неоподатковуваних мінімумів доходів громадян      |
| 50 001 – 200 000. грн.       | 340 грн. – двадцять неоподатковуваних мінімумів доходів громадян |
| 200 001 – 1 000 000 грн.     | 510 грн. – тридцять неоподатковуваних мінімумів доходів громадян |
| 1 000 001 – 4 000 000 грн.   | 1700 грн. – сто неоподатковуваних мінімумів доходів громадян     |
| Від 4 000 000 грн.           | 3400 грн. – двісті неоподатковуваних мінімумів доходів громадян  |

Постанова КМ №166 від 24.02.2016 р п.5

### 3 Предмет і процедура закупівель

Те, що купується, згідно Закону, називається «**предмет закупівлі**» – товари, роботи чи послуги, які закуповуються замовником у межах єдиної або спрощеної процедури закупівлі.

Для визначення предмету закупівлі для товарів застосовується Національний класифікатор «Єдиний закупівельний словник» призначений для стандартизації опису в договорах (контрактах) предмета державних закупівель, забезпечування більшої прозорості процедур закупівель товарів, робіт і послуг за бюджетні кошти, створювання ефективного конкурентного середовища у сфері державних закупівель, а також підтримування участі вітчизняних суб'єктів господарювання у торгах за межами України.

Єдиний закупівельний словник згармонізований з європейським закупівельним словником Common Procurement Vocabulary (CPV).

Предмети закупівель диференціюються залежно від вартісного порога.

Таблиця 3 – Предмети закупівель залежно від вартісного порога

| Предмет закупівлі | Допорогові закупівлі (спрощена процедура)                    | Надпорогові закупівлі   | Торги з публікацією англійською мовою (європейські пороги) |
|-------------------|--|---|--|
| Товари, послуги   | від 3 тис. грн.<br>до 200 тис. грн.<br>(або до 1 млн. грн.*) | від 200 тис. грн.<br>(або від 1 млн. грн.*)<br>до 133 тис. євро | більше 133 тис. євро                                       |
| Роботи            | від 3 тис. грн.<br>до 1,5 млн. грн.<br>(або до 5 млн. грн.*) | від 1,5 млн. грн.<br>(або від 5 млн. грн.*)<br>до 133 тис. євро | більше 5,15 млн. євро                                      |

\* для замовників, що здійснюють діяльність в окремих сферах господарювання

До замовників, що здійснюють діяльність в окремих сферах господарювання відносяться юридичні особи, що забезпечують виробництво, транспортування, постачання та

зберігання газу, теплової та електричної енергії, а також у сфері залізничного транспорту та міського електричного транспорту, надання послуг автостанцій, портів, аеропортів, надання послуг поштового зв'язку тощо.

У разі здійснення закупівель товарів, робіт і послуг, вартість яких не перевищує 50 тисяч гривень, замовник повинен дотримуватися принципів здійснення публічних закупівель та може використовувати електронну систему закупівель, у тому числі електронні каталоги для закупівлі товарів. У разі здійснення таких закупівель без використання електронної системи закупівель замовник обов'язково оприлюднює в електронній системі закупівель відповідно до статті 10 цього Закону звіт про договір про закупівлю, укладений без використання електронної системи закупівель.

Якщо вартість закупівлі  $\geq 50$  тис. грн, але менше зазначених вище порогів, замовник проводить спрощену процедуру закупівель. Вона здійснюється через електронний аукціон через систему ProZorro.

Для закупівель, вартістю вище зазначених порогів Закон визначає чотири процедури закупівель:

- |   |   |                       |
|---|---|-----------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>1) відкриті торги;</li> <li>2) торги з обмеженою участю</li> <li>3) конкурентний діалог;</li> <li>4) переговорна процедура.</li> </ul> | } | конкурентні процедури |
|---|---|-----------------------|

Відмінності в правилах проведення відкритих торгів і спрощеної процедури закупівлі наведені в табл. 4.

Таблиця 4 – Відмінності в правилах проведення відкритих торгів і спрощеної процедури закупівлі

| Спрощена процедура закупівлі   | Відкриті торги   |
|--|--|
| Регламентуються  |  |
| Наказ ДП "Прозорро" № 10 від 19.03.2019 "Про затвердження Інструкції про порядок використання електронної системи закупівель у разі здійснення закупівель, вартість яких є меншою за вартість, що встановлена в абзацах 2 та 3 частини 1 статті 2 ЗУ "Про публічні закупівлі"  | Закон «Про Публічні закупівлі»   |
| Часові ліміти  |  |
| <u>період уточнень</u> : мінімум 1 робочий день – для закупівель від 3 до 50 тис грн.;<br>мінімум 3 робочі дні – для закупівель більше 50 тис грн.<br><u>подача пропозицій</u> (після уточнень): мінімум 1 робочий день – для закупівель від 3 до 50 тис грн.;<br>мінімум 2 робочі дні – для закупівель більше 50 тис грн. | <u>подача пропозицій</u> : мінімум 15 днів   |
| Відповіді на запитання учасників   |  |
| Замовник протягом одного робочого дня з дня оприлюднення звернення учасників спрощеної закупівлі зобов'язаний надати роз'яснення на них, які оприлюднюються в електронній системі закупівель, та/або внести зміни до оголошення про проведення спрощеної закупівлі, та/або вимог до предмета закупівлі.                    | Замовник повинен протягом трьох робочих днів з дня оприлюднення звернення надати на них роз'яснення та оприлюднити його в електронній системі закупівель |



Процедура **торгів з обмеженою участю** застосовується у разі потреби попередньої перевірки кваліфікації учасників шляхом проведення кваліфікаційного відбору та оголошенні при проведенні конкурсних процедур за умови очікуваної вартості закупівель:

- для товарів, послуг – 133 тис. €
- для робіт – 5150 тис. €.

**Конкурентний діалог**, як процедура закупівель, застосовується в тому випадку, коли замовник не може точно визначити технічні та якісні характеристики товару, роботи або послуги і для цього йому необхідні переговори з ринком.

У цьому випадку передбачається двоетапна процедура, де на першому етапі проводяться переговори з учасниками, а на другому – торги. Наприклад, така процедура може застосовуватися в разі складних будівельних робіт з використанням різних технічних рішень.

**Переговорна процедура** – процедура, згідно з якою замовник укладає договір з учасником без торгів, але після проведення переговорів з одним або кількома учасниками. Ця процедура можлива як виняток. Найчастіше переговорна процедура застосовується при відсутності конкуренції на відповідному ринку або, якщо замовником було двічі відмінено тендер через відсутність достатньої кількості учасників.

Процес електронного аукціону є загальнодоступним. Підприємства – учасники аукціону отримують електронною поштою з майданчика, де вони зареєструвалися, гіперпосилання на участь в аукціоні. За 5 хвилин до початку аукціону можна побачити кількість учасників і їх початкові ціни, але без назви самих учасників.

Аукціон проходить в три раунди. Першим змінює ціну учасник, у якого ціна максимальна. Він може знизити свою ціну на крок, який вказаний в оголошенні торгів, а може і не змінювати ціну. У кожного учасника є всього 2 хвилини для того, щоб змінити свою цінову пропозицію, потім черга переходить до іншого учасника. Черговість пропозиції змінюється від найвищої до найнижчої ціни, і процес повторюється. По завершенню третього раунду відображаються результати аукціону – в цей момент розкриваються назви учасників і їх пропозиції на всіх раундах переговорів.

Крім ціни можуть використовуватися і інші параметри (термін поставки, гарантійний період і т.д.). У такому випадку в аукціоні використовується так звана «наведена» ціна, яка розраховується системою автоматично на основі формули і питомої ваги заданих замовником параметрів.

#### **4 Підготовка до торгів**

Основним джерелом інформації про вимоги замовника щодо поставки товарів, виконання робіт або надання послуг є тендерна документація. Вимоги до тендерної документації встановлено Законом, а також наказом Мінекономрозвитку від 13.04.2016 р №680 «Про затвердження примірної тендерної документації».

**Тендерна документація** – документація щодо умов проведення тендеру, що розробляється та затверджується замовником і оприлюднюється для вільного доступу в електронній системі закупівель Це, по-суті, інструкція, на підставі якої постачальники будуть готувати свої пропозиції.

*Основні складові тендерної документації:*

- 1) технічні вимоги по предмету закупівлі;

- 2) кваліфікаційні вимоги до потенційних учасників;
- 3) критерії та механізм оцінки поданих пропозицій;
- 4) проєкт договору про закупівлю.

Перша складова є найважливішою частиною документації і носить назву – технічна специфікація. Саме вона повинна містити детальний опис товару, роботи або послуги, з чітким описом вимог до предмету закупівлі.

Вимога до потенційних учасників повинні включати інформацію про:

- наявність обладнання та матеріально-технічної бази;
- наявність працівників відповідної кваліфікації;
- наявність документально підтвердженого досвіду виконання аналогічного договору.

Відповідно до Закону замовник має право вимагати від усіх учасників торгів внесення тендерного забезпечення, яке видається тільки у вигляді гарантії. У вигляді таких гарантій може виступати банківська гарантія фінансової установи. Мета такого забезпечення – це захист від «несерйозних» учасників.

Розмір тендерного забезпечення складає:

- ≤ 0,5% – для робіт;
- ≤ 3% – для товарів і послуг.

### Подробиці

Реформа державних закупівель в Україні має ряд позитивних моментів. По-перше, реформа допомогла зробити сферу державних закупівель більш відкритою для громадськості. Крім того, з 2016 року Україна приєдналася до Угоди СОТ про державні закупівлі (GPA), що дозволило вітчизняному бізнесу брати участь у державних закупівлях 45 країн – членів угоди. Ринок GPA за даними Світового банку охоплює 2,5% світової економіки (1,7 трильйона дол.).

Електронна система закупівель стала більш простій і доступній, вона дозволила знизити витрати на адміністрування процесу як з боку покупців, так і учасників торгів і в цілому прискорила всю процедуру закупівель.

Згідно зі Звітом МЕРТУ за 2019 рік, станом на 01.01.20 всього в електронній системі закупівель зареєстровано 38 870 організаторів закупівель та 266 120 учасників закупівель. Серед 4,1 млн оголошених закупівель кількість успішно завершених закупівель становить більш ніж 3,5 млн з очікуваною вартістю – 1,973 трлн грн. Протягом 2019 року збільшилась і кількість учасників закупівель, яка склала 159 980 суб'єктів.

Економія коштів в закупівлях, що успішно завершилися в звітному році, а саме різниця між очікуваними вартостями та переможними пропозиціями закупівель склала більш ніж 28,2 млрд грн.

### Література

1. Про внесення змін до Закону України «Про публічні закупівлі» та деяких інших законодавчих актів України щодо вдосконалення публічних закупівель: Закон України від 19.09.2019 № 114-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/114-20#Text>.
2. Про публічні закупівлі: Закон України від 25.12.2015 № 922-VIII. Дата оновлення: 03.11.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text>.

## **РОЗДІЛ 8**

### **ОПОДАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ**

- Податкове законодавство: структура та принципи
- Податки і збори: визначення, класифікація, функції
- Податкова пільга, спеціальний податковий режим, платники, об'єкт і база оподаткування
- Органи контролю та органи стягнення податків, податкова звітність
- Основні бюджетоутворювальні податки
- Системи оподаткування діяльності підприємств
- Практичні аспекти сплати податків та зборів в Україні

#### **8.1 Податкове законодавство: структура та принципи**

Основним документом в Україні, який регулює відносини, що виникають у сфері стягнення податків і зборів зокрема і визначає детальний перелік податків та зборів, що стягуються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію органів контролю, повноваження та обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства, є **Податковий кодекс України (ПКУ)**. Будь-які питання щодо оподаткування регулюються Податковим кодексом і не можуть встановлюватися або змінюватися іншими законами України, крім законів, що містять винятково положення щодо внесення змін до Податкового кодексу та/або положення, що встановлюють відповідальність за порушення норм податкового законодавства.

Одним з елементів системи обліку, що ґрунтується на єдиній інформаційній базі, що відрізняється формою та періодичністю розрахунку даних, є податковий облік. **Податковий облік** проводиться з метою накопичення даних про валові доходи та валові витрати відповідно до чинного законодавства і використовується для складання податкової звітності, форма, правила, порядок і терміни подання якої визначаються Державною фіскальною службою України (ДФС) (Фінанси, 2013).

***Податкове законодавство України складається з:***

- Конституції України;
- Податкового кодексу України (ПКУ);
- Митного кодексу України (МКУ) та інших законів з питань митної справи в частині регулювання правовідносин, що виникають у зв'язку з оподаткуванням ввізним або вивізним митом, та операцій із переміщення товарів через митний кордон України;

- чинних міжнародних договорів, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України і якими регулюються питання оподаткування;
- нормативно-правових актів, прийнятих на підставі та для виконання Податкового кодексу та законів з питань митної справи (Фінанси, 2013).

*Податкове законодавство України ґрунтується на таких принципах:*

- загальність оподаткування – кожна особа зобов'язана сплачувати встановлені ПКУ, законами з питань митної справи податки та збори, платником яких вона є згідно з положеннями ПКУ;
- рівність усіх платників перед законом, недопущення будь-яких проявів податкової дискримінації – забезпечення однакового підходу до всіх платників податків незалежно від соціальної, расової, національної, релігійної належності, форми власності юридичної особи (ЮО), громадянства фізичної особи (ФО), місця походження капіталу;
- невідворотність настання визначеної законом відповідальності у разі порушення податкового законодавства;
- презумпція правомірності рішень платника податку в разі, якщо норма закону чи іншого нормативно-правового акта, виданого на підставі закону, або якщо норми різних законів чи різних нормативно-правових актів припускають неоднозначне (множинне) трактування прав та обов'язків платників податків або органів контролю, внаслідок чого є можливість прийняти рішення на користь як платника податків, так і органу контролю;
- фіскальна достатність – встановлення податків та зборів з урахуванням необхідності досягнення збалансованості витрат бюджету з його надходженнями;
- соціальна справедливість – установа податків та зборів відповідно до платоспроможності платників податків;
- економічність оподаткування – установа податків та зборів, обсяг надходжень від сплати яких до бюджету значно перевищує витрати на їх адміністрування;
- нейтральність оподаткування – установа податків та зборів у спосіб, який не впливає на збільшення або зменшення конкурентоспроможності платника податків;
- стабільність – зміни до будь-яких елементів податків та зборів не можуть вноситися пізніше ніж за шість місяців до початку нового бюджетного періоду, в якому будуть діяти нові правила та ставки. Податки та збори, їх ставки, а також податкові пільги не можуть змінюватися упродовж бюджетного року;

- рівномірність та зручність сплати – встановлення строків сплати податків та зборів, виходячи із необхідності забезпечення своєчасного надходження коштів до бюджетів для здійснення витрат бюджету та зручності їх сплати платниками;
- єдиний підхід до встановлення податків та зборів – визначення на законодавчому рівні усіх обов’язкових елементів податку (Лондар, 2009).

У рамках щорічного дослідження умов ведення бізнесу (Doing Business) проводиться **оцінювання ефективності національної системи оподаткування**. Ключовими індикаторами є чотири складові: 1) кількість податкових виплат за один рік; 2) час, що витрачається на підготовку і подачу звітності, а також сплату трьох основних видів податків і відрахувань (год/рік); 3) загальна ставка з податків і соціальних внесків, що відображає загальну суму податків та обов’язкових відрахувань, що сплачуються компанією в другому році діяльності, як частка від її комерційного прибутку; 4) індекс процедур після подачі звітності та сплати податків, що базується на чотирьох компонентах: часу на дотримання вимог щодо повернення ПДВ, часу на отримання повернення ПДВ, часу на дотримання вимог коригування з податку на прибуток і часу для коригування податку на прибуток.

Україна за результатами звіту Doing Business 2020 року посідає 65-те місце серед країн світу з індексом ефективності оподаткування 78,1. Для порівняння у звіті Doing Business 2019 Україна займала 54-те місце з 79,4 бала. Найбільше на зниження позицій в рейтингу вплинуло зростання загального податкового навантаження на прибуток підприємства з 41,7% до 45,2%. Однак треба зазначити поступовий прогрес за останні 5 років за цим показником у цілому.

Для порівняння загальне податкове навантаження в Грузії (один з лідерів за цим показником) – 9,9%, у Німеччині – 48,8%, Польщі – 40,8%, у Росії – 46,2%. У той самий час на підготовку і подачу податкової звітності в Україні в середньому виражається 327,5 години на рік, в той час як в Естонії (один із лідерів за цим показником) – 50 год., у Німеччині – 218 год., Польщі – 334 год., у Росії – 159 год. Одним із важливих поточних завдань – створення реального і ефективного електронного документообігу.

**Адміністрування податків, зборів, митних платежів, єдиного внеску на загальнообов’язкове державне соціальне страхування** та інших платежів, контроль за дотриманням якого покладено на органи контролю, – це сукупність рішень і процедур контролюючих органів і дій їх посадових осіб, які визначають інституційну структуру податкових і митних відносин, організовують ідентифікацію, облік платників податків та платників єдиного внеску та об’єктів оподаткування, забезпечують сервісне обслуговування платників податків, організацію і контроль за сплатою податків, зборів, платежів відповідно до порядку, встановленого законом (Податковий, 2020).

## 8.2 Податки і збори: визначення, класифікація, функції

В Україні встановлені загальнодержавні та місцеві податки і збори. *Податком* є обов'язковий, безумовний платіж до відповідного бюджету, що стягується з платників податку відповідно до ПКУ. *Збором (платою, внеском)* є обов'язковий платіж до відповідного бюджету, що стягується з платників зборів, з умовою отримання ними спеціальної вигоди, зокрема внаслідок вчинення на користь таких осіб державними органами, органами місцевого самоврядування, іншими уповноваженими органами та особами юридично значущих дій (Долінська, 2009).

В Україні запроваджено такі види податків і зборів:

- загальнодержавні;
- місцеві (рис. 8.1).

*До загальнодержавних належать* податки і збори, що встановлені ПКУ і є обов'язковими до сплати на всій території України, крім випадків, передбачених ПКУ, зокрема:

- податок на прибуток підприємств;
- податок на доходи фізичних осіб;
- податок на додану вартість;
- акцизний податок;
- екологічний податок;
- рентна плата;
- мито.

Відносини, пов'язані із встановленням та справлянням мита, регулюються митним законодавством. Зарахування загальнодержавних податків і зборів до державного і місцевих бюджетів здійснюється відповідно до Бюджетного кодексу України.

*До місцевих належать податки та збори*, що встановлені відповідно до переліку і в межах граничних розмірів ставок, визначених ПКУ, рішеннями сільських, селищних, міських рад та рад об'єднаних територіальних громад, у межах їх повноважень і є обов'язковими до сплати на території відповідних територіальних громад, зокрема:

- податок на майно (податок на нерухоме майно, крім земельної ділянки; транспортний податок і плата за землю);
- єдиний податок (ЄП);
- збір за місця для паркування транспортних засобів;
- туристичний збір (Стадник, 2019).

Місцеві ради обов'язково устанавлюють єдиний податок і податок на майно (в частині транспортного податку та плати за землю). Місцеві ради в межах повноважень, визначених ПКУ, вирішують питання відповідно до вимог ПКУ щодо встановлення податку на майно (в частині податку на нерухоме майно, крім від земельної ділянки) і встановлення збору за місця для паркування транспортних засобів, туристичного збору. Зарахування

місцевих податків і зборів до відповідних місцевих бюджетів здійснюється відповідно до Бюджетного кодексу України (Податковий, 2020).

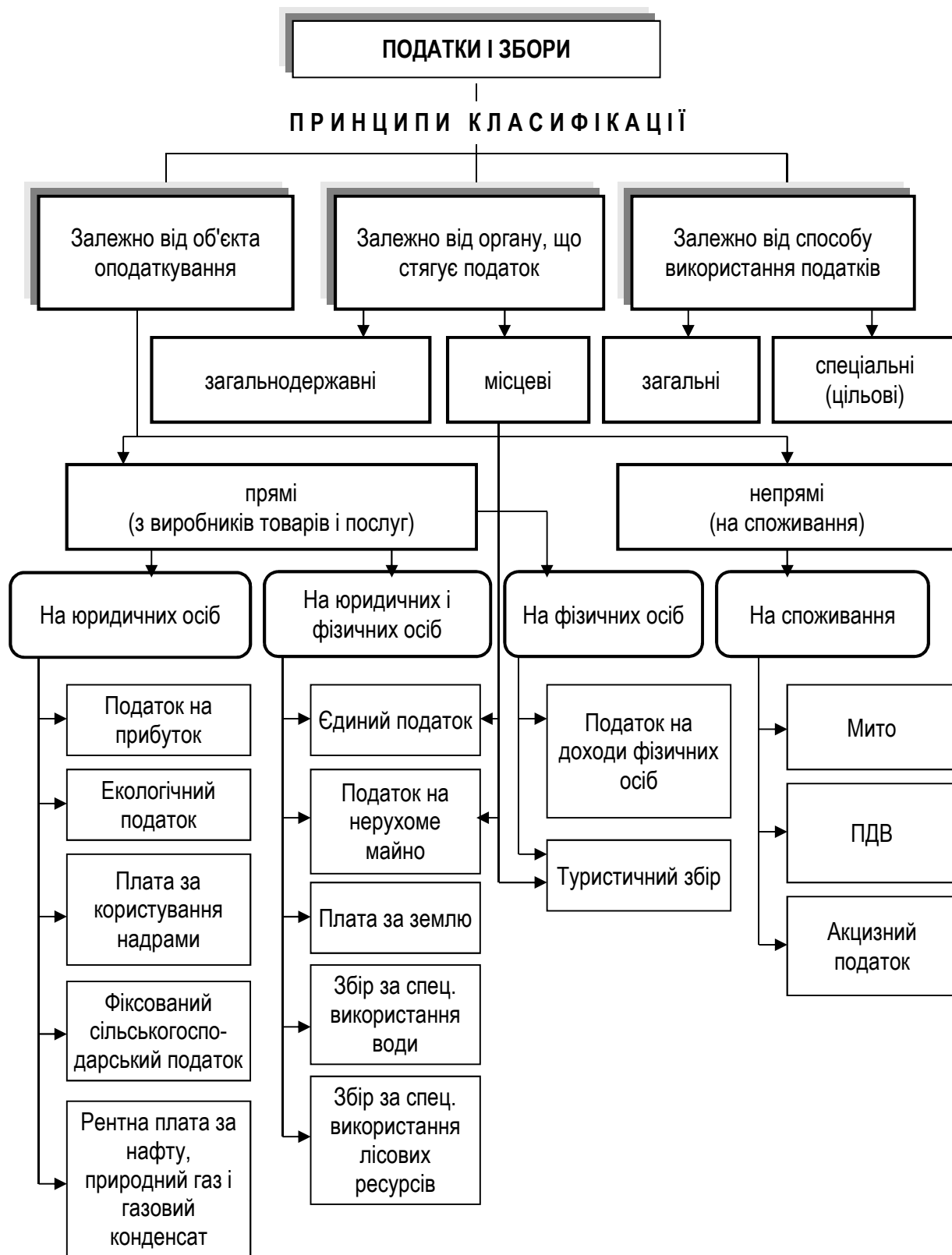


Рисунок 8.1. – Класифікація податків і зборів

*Під час встановлення податку обов'язково визначаються такі елементи:*

- 1) платники податку;
- 2) об'єкт оподаткування;
- 3) база оподаткування;
- 4) ставка податку;
- 5) порядок обчислення податку;
- 6) податковий період;
- 7) строк та порядок сплати податку;
- 8) строк та порядок подання звітності про обчислення і сплати податку (Долінська, 2009).

Податки поділяють на *прямі* і *непрямі*. Економічним критерієм поділу є кінцевий платник податків. Юридичним критерієм є платник до бюджету з позиції законодавства. З позиції економічного критерію кінцевим платником прямих податків є той, хто отримує дохід, володіє майном, а кінцевим платником непрямих податків є споживач товару. У зв'язку з цим непрямі податки іноді називають податками на споживання.

Суспільно-економічна *роль податків* виявляється в тих функціях, які вони виконують. У спеціальній літературі автори називають різні функції податків. Найбільш поширеною є думка, що податки виконують дві основні функції – *фіскальну* та *регулювальну*. Фіскальна функція податків полягає в мобілізації коштів у розпорядження держави та формуванні централізованих фінансових ресурсів для забезпечення виконання функцій держави. Вона реалізується через розподіл частини валового національного продукту. Регулювальна функція реалізується через вплив податків на різні напрямки і показники діяльності економічних суб'єктів (рис. 8.2) (Фінанси, 2013).

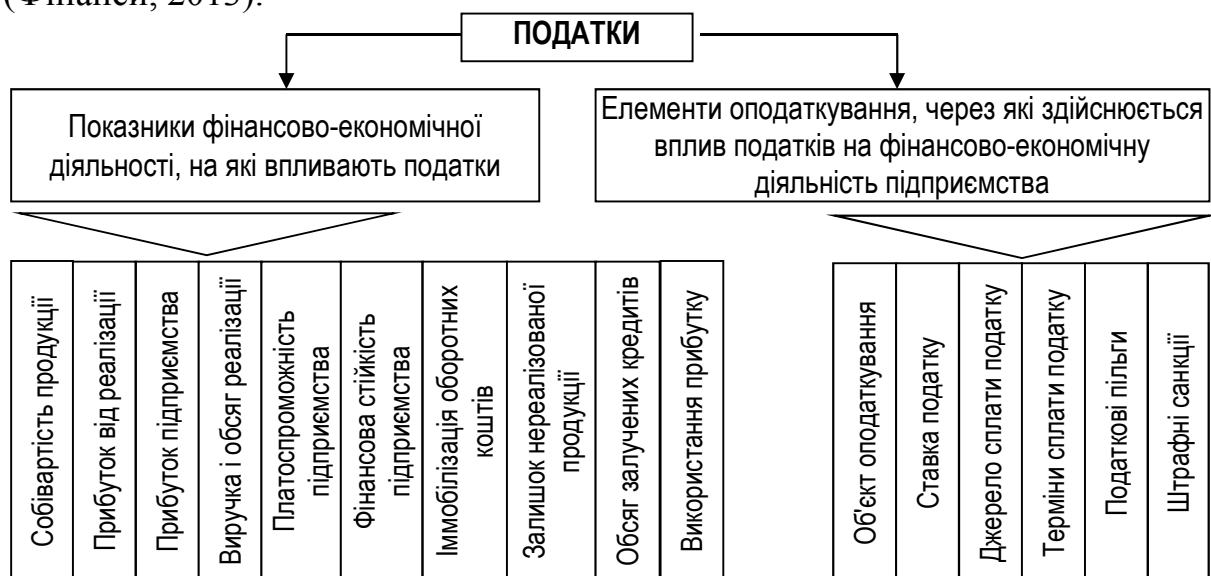


Рисунок 8.2 – Вплив податків на фінансово-економічну діяльність підприємства



**Ефективність впливу системи оподаткування** на результати діяльності підприємств можна оцінити за допомогою певних показників:

1. *Загальні показники рівня податкового навантаження:*

- загальна ефективна ставка податку: показує відношення загального обсягу податкових відрахувань до бази оподаткування;
- коефіцієнт податкомісткості реалізованої продукції (податкоспроможності підприємства): визначає питому вагу загальних податкових платежів, які сплачує підприємство до бюджету із суми виручки від реалізації;
- податковіддача доходів: визначає відсоток валового доходу підприємства, який вилучається на користь держави;
- податковіддача витрат: визначає співвідношення загальної суми податкових платежів та витрат підприємства;
- податковіддача прибутку: показує, у скільки разів сума сплачених податків перевищує прибуток підприємства;
- податковіддача активів: показує співвідношення загальної суми сплачених податків до вартості активів підприємства;
- прибуток на 1 гривню сплачених підприємством податків: показник, обернений коефіцієнту податковіддачі прибутку, показує відношення чистого прибутку до загальної суми сплачених підприємством податків;
- дохід на 1 гривню сплачених підприємством податків: показник, обернений коефіцієнту податковіддачі доходів.

2. *Окремі (часткові) показники податкового навантаження* (показують співвідношення відповідного виду податків до бази оподаткування):

- коефіцієнт оподаткування валового доходу;
- коефіцієнт оподаткування валових витрат;
- коефіцієнт оподаткування прибутку (Фінанси, 2013).

### **8.3 Податкова пільга, спеціальний податковий режим, платники, об'єкт і база оподаткування**

Під час встановлення податку можуть передбачатися податкові пільги та порядок їх застосування. **Податкова пільга** – передбачене податковим та митним законодавством звільнення платника податків від обов'язку щодо нарахування та сплати податку та збору, сплата ним податку та збору в меншому розмірі за наявності визначених ПКУ підстав, а саме: підставами для надання податкових пільг є особливості, що характеризують певну групу платників податків, вид їх діяльності, об'єкт оподаткування або характер та суспільне значення здійснюваних ними витрат.

Система заходів, що визначає особливий порядок оподаткування окремих категорій суб'єктів господарювання, становить **спеціальний податковий режим**. Спеціальний податковий режим може передбачати

особливий порядок визначення елементів податку та збору, звільнення від сплати окремих податків та зборів.

Податкові періоди та строки сплати податків та зборів встановлюються виходячи з необхідності забезпечення своєчасного надходження коштів до бюджетів з урахуванням зручності виконання платником податкового обов'язку та зменшення витрат на адміністрування податків та зборів (Фінанси, 2013).

Встановлення та скасування податків і зборів, а також пільг їх платникам здійснюються відповідно до Податкового кодексу України Верховною Радою України, а також сільськими, селищними, міськими радами і радами об'єднаних територіальних громад.

**Платниками податків** визнаються фізичні особи (резиденти і нерезиденти України), юридичні особи (резиденти і нерезиденти України) та їх відокремлені підрозділи, які мають, одержують (передають) об'єкти оподаткування або провадять діяльність (операції), що є об'єктом оподаткування згідно з ПКУ. Кожен із платників податків може бути платником податку за одним або кількома податками та зборами.

**Об'єктом оподаткування** можуть бути майно, товари, дохід (прибуток) або його частина, обороти з реалізації товарів (робіт, послуг), операції з постачання товарів (робіт, послуг) та інші об'єкти, визначені податковим законодавством, з наявністю яких податкове законодавство пов'язує виникнення у платника податкового обов'язку.

**Базою оподаткування** визнаються конкретні вартісні, фізичні або інші характеристики певного об'єкта оподаткування. База оподаткування – це фізичне, вартісне чи інше характерне вираження об'єкта оподаткування, до якого застосовується податкова ставка і яке використовується для визначення розміру податкового зобов'язання. **Ставкою податку** визнається розмір податкових нарахувань на (від) одиницю (одиниці) виміру бази оподаткування. **Обчислення суми податку здійснюється** шляхом множення бази оподаткування на ставку податку із/без застосування відповідних коефіцієнтів (Долінська, 2009).

#### **8.4 Органи контролю та органи стягнення податків, податкова звітність**

**Податковий контроль здійснюється органами, визначеними в ПКУ (ст. 41).** Органом контролю є центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну податкову, державну митну політику, державну політику з адміністрування єдиного внеску, державну політику у сфері боротьби з правопорушеннями під час застосування податкового та митного законодавства, а також законодавства з питань сплати єдиного внеску

контроль за дотриманням якого покладено на орган контролю (центральный орган виконавчої влади, що реалізує державну податкову та митну політику), його територіальні органи.

**Органами стягнення податків і зборів** є винятково органи контролю, уповноважені здійснювати заходи щодо забезпечення погашення податкового боргу та недоїмки зі сплати єдиного внеску у межах повноважень, а також державні виконавці у межах своїх повноважень. Стягнення податкового боргу та недоїмки зі сплати єдиного внеску за виконавчими написами нотаріусів не допускається (Податковий, 2020).

До **документів податкової звітності** належать податкова декларація та фінансова звітність підприємств. Податкова декларація, розрахунки, звіти – документів, що подаються платником податків (зокрема відокремленим підрозділом) органу контролю у строки, встановлені законом, на підставі якого здійснюється нарахування та/або сплата податкового зобов'язання або відображаються обсяги операції (операцій), доходів (прибутку), щодо яких податковим та митним законодавством передбачено звільнення платника податків від обов'язку щодо нарахування та сплати податку та збору, або документ, що свідчить про суми доходу, нарахованого (сплаченого) на користь платників податку – фізичних осіб, суми утриманого та/або сплаченого податку.

Митні декларації прирівнюються до податкових декларацій для цілей нарахування та/або сплати податкових зобов'язань.

Платник податку на прибуток подає разом із відповідною податковою декларацією квартальну або річну фінансову звітність у порядку, передбаченому для подання податкової декларації (Податковий, 2020).

## 8.5 Основні бюджетоутворювальні податки

*Основними бюджетоутворювальними податками в Україні*, що сплачуються підприємствами, суб'єктами підприємницької діяльності та фізичними особами, є (розміщені в порядку спадання за роллю в наповненні зведеного державного бюджету): податок на додану вартість, податок на доходи фізичних осіб, акцизний збір, податок на прибуток підприємств та ін.

**Податок на прибуток підприємств.** При нарахуванні податку на прибуток підприємств *об'єктом оподаткування* є (відповідно до ст. 134.1 ПКУ):

- прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), визначеного у фінансовій звітності підприємства відповідно до національних положень

(стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності, на різниці, що виникають відповідно до положень ПКУ;

- дохід за договорами страхування;
- дохід (прибуток) нерезидента з джерелом походження з України;
- дохід суб'єктів, які здійснюють випуск і проведення лотерей;
- дохід операторів, отриманий від букмекерської діяльності, азартних ігор (зокрема казино), крім доходу, отриманого від азартних ігор з використанням гральних автоматів, зменшеного на суму виплачених виплат гравцю.

**Базою оподаткування** (135.1 ПКУ) є грошовий вираз об'єкта оподаткування, визначений згідно зі статтею 134 ПКУ.

Фінансовий результат до оподаткування *збільшується* на суму:

- нарахованої амортизації основних засобів та/або нематеріальних активів;
- уцінки і втрат від зменшення корисності основних засобів та/або нематеріальних активів;
- залишкової вартості окремого об'єкта основних засобів та/або нематеріальних активів у разі ліквідації або продажу такого об'єкта;
- залишкової вартості окремого об'єкта невиробничих основних засобів та/або невиробничих нематеріальних активів у разі ліквідації або продажу такого об'єкта;
- витрат на ремонт, реконструкцію, модернізацію або інші поліпшення невиробничих основних засобів чи невиробничих нематеріальних активів.

Фінансовий результат до оподаткування *зменшується* на суму:

- розрахованої амортизації основних засобів та/або нематеріальних активів;
- залишкової вартості окремого об'єкта основних засобів та/або нематеріальних активів у разі ліквідації або продажу такого об'єкта;
- дооцінки основних засобів та/або нематеріальних активів у межах, попередньо віднесених до витрат уцінки;
- вигід від відновлення корисності основних засобів та/або нематеріальних активів у межах попередньо віднесених до витрат/втрат від зменшення корисності основних засобів або нематеріальних активів;
- первісної вартості придбання або виготовлення окремого об'єкта невиробничих основних засобів та/або невиробничих нематеріальних активів і витрат на їх ремонт, реконструкцію, модернізацію або інші поліпшення, у разі продажу такого об'єкта невиробничих основних засобів або нематеріальних активів, але не більше від суми доходу (виручки), отриманої від такого продажу.

**Ставка податку** на прибуток підприємств (базова) з 01.01.2014 становить **18%** (відповідно до п. 136.1 ПКУ). Податок нараховується платни-

ком самостійно за ставкою, визначеною Податковим кодексом, від бази оподаткування визначеної згідно зі ст. 135 ПКУ). У той самий час, при оподаткуванні страхової діяльності застосовується ставка 3% та 0% за договорами з довгострокового страхування життя (п. 136.2 ПКУ); деякі доходи нерезидентів у формі роялті, дивідендів та ін. оподатковуються за ставками 0%, 4%, 5%, 6%, 12%, 15%, 18% і 20% (п. 136.3 ПКУ); доходи від використання гральних автоматів – за ставкою 10% (п. 136.4 ПКУ) (Податковий, 2020).

Для порівняння у 2020 році в країнах *пострадянського простору* базова ставка податку на прибуток підприємств становила 23% (Таджикистан), 20% (Азербайджан, Вірменія, Казахстан, Латвія, Росія, Туркменістан, Естонія), 18% (Білорусь), 15% (Грузія, Литва), 12% (Молдова), 10% (Киргизстан), 7,5% (Узбекистан).

У країнах *Східної Європи*: 21% (Словаччина), 19% (Польща, Чеська Республіка), 16% (Румунія), 10% (Болгарія), 9% (Угорщина).

У країнах *Західної Європи*: 31% (Франція), 30% (Німеччина), 27% (Великобританія), 25% (Іспанія, Нідерланди), 24% (Італія), 22% (Норвегія), 21,4% (Швеція), 21% (Португалія), 18% (Швейцарія).

*Інші країни*: 55% (ОАЕ), 34% (Бразилія), 30,62% (Японія), 30% (Австралія, Індія, Мексика), 27% (США), 25% (Китай, Південна Корея), 20% (Саудівська Аравія).

*Середня ставка в світі*, за оцінкою компанії KPMG, становить 23,79%, в Європі – 19,35% (у країнах ЄС – 21,12%). Однак не треба забувати, що, крім ставки податку, дуже важливу (а часом – головну) роль відіграють принципи адміністрування податку, зокрема визначення податкової бази, пільг та ін.

Прибуток певних категорій підприємств може звільнитися від оподаткування (ст. 142 ПКУ). Так, наприклад, звільняється від оподаткування:

1) прибуток підприємств та організацій, які засновані громадянськими об'єднаннями осіб з інвалідністю і є їх повною власністю, отриманий від продажу (постачання) товарів, виконання робіт і надання послуг, крім підакцизних товарів, послуг із поставки підакцизних товарів та при дотриманні певних вимог до штату такої організації;

2) прибуток Чорнобильської АЕС, якщо такі кошти використовуються на фінансування робіт із підготовки до зняття і зняття Чорнобильської АЕС з експлуатації;

3) прибуток підприємств, отриманий за рахунок міжнародної технічної допомоги або за рахунок коштів державного бюджету як внесок до Чорнобильського фонду «Укриття» (Податковий, 2020).

**Податок на доходи фізичних осіб.** При обчисленні податку на доходи фізичних осіб *об'єктом оподаткування резидента* є:

- загальний місячний (річний) оподатковуваний дохід;

- доходи з джерела їх походження в Україні, які остаточно оподатковуються під час їх нарахування (виплати, надання);
- іноземні доходи – доходи (прибуток), отримані з джерел за межами України.

При обчисленні податку на доходи фізичних осіб *об'єктом оподаткування нерезидента* є:

- загальний місячний (річний) оподатковуваний дохід з джерела його походження в Україні;
- доходи з джерела їх походження в Україні, які остаточно оподатковуються під час їх нарахування (виплати, надання).

*Базою оподаткування* є загальний оподатковуваний дохід з урахуванням особливостей, визначених ст. 164 ПКУ.

Загальний оподатковуваний дохід – це будь-який дохід, що підлягає оподаткуванню, нарахований (виплачений, наданий) на користь платника податку упродовж звітного податкового періоду.

Під час нарахування *доходів у формі заробітної плати* база оподаткування визначається як нарахована заробітна плата, зменшена на суму страхових внесків до Накопичувального фонду, а у випадках, передбачених законом, – обов'язкових страхових внесків до недержавного пенсійного фонду, які відповідно до закону сплачуються за рахунок заробітної плати працівника, а також на суму податкової соціальної пільги за її наявності.

Базою оподаткування для доходів, отриманих від *здійснення господарської або незалежної професійної діяльності*, є чистий річний оподатковуваний дохід, що визначається відповідно до пункту 177.2 статті 177 та пунктом 178.3 статті 178 ПКУ.

Доходи, які *не вносяться* до розрахунку загального місячного (річного) оподаткованого доходу, а також підстави для нарахування податкової знижки, наведені в ст. 165 і ст. 166 ПКУ. Серед основних таких доходів можна назвати: державні стипендії, пенсії, субсидії, суму внесків на обов'язкове страхування, суму єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування та ін.

*Ставка податку* на доходи фізичних осіб (ст. 167 ПКУ) становить **18%** від бази оподаткування щодо доходів, нарахованих (виплачених, наданих) зокрема, але не виключно у формі: заробітної плати (заробітна плата, що перевищує мінімальну в 10 разів, оподатковується за ставкою 20% на суму перевищення), інших заохочувальних та компенсаційних виплат або інших виплат і винагород, що нараховуються (виплачуються, надаються) платнику у зв'язку з трудовими відносинами та за цивільно-правовими договорами.

В окремих випадках ставка податку може становити **5%** (для доходів у вигляді дивідендів за акціями та корпоративними правами, нарахованими резидентами-платниками податку на прибуток підприємств), **9%** (для до-

ходів у вигляді дивідендів за акціями та/або інвестиційними сертифікатами, корпоративними правами, нарахованими нерезидентами, інститутами спільного інвестування та суб'єктами господарювання, які не є платниками податку на прибуток) (Податковий, 2020).

Розрахунок податкових зобов'язань з оподатковуваного доходу платника податку, нарахованого у джерела його виплати, проводиться податковим агентом (зокрема роботодавцем, органами Пенсійного фонду України).

У світі існує досвід використання трьох основних систем оподаткування доходів фізичних осіб: прогресивна (збільшення ставки податку зі збільшенням оподатковуваного доходу), регресивна (зменшення ставки податку зі збільшенням оподатковуваного доходу), фіксована або плоска (ставка податку переважно залишається незмінною при зміні оподатковуваного доходу).

Для більшості *пострадянських країн* переважно характерна плоска шкала оподаткування. У Казахстані – 10%, Молдові – 12%, Росії і Білорусі – 13%, в Грузії, Естонії, Латвії, Литві – 20%, Вірменії – 36%.

У країнах *Європи* середнє значення по країнах становить 31,87% (по країнах ЄС – 38,27%), а по окремих країнах: 57,19% (Швеція, найвищий в світі рівень), 50–56% (Данія, Австрія, Бельгія, Нідерланди, Фінляндія, Словенія), 40–50% (Люксембург, Ірландія, Німеччина, Франція, Іспанія, Великобританія, Італія, Швейцарія), 32–40% (Норвегія, Хорватія, Туреччина, Польща), 22–25% (Словаччина, Чехія).

*Інші країни*: 55,95% (Японія), 45% (Австралія), 42% (Південна Корея), 37% (США), 35,88% (Індія), 27,5% (Бразилія), 0% (ОАЕ, Саудівська Аравія, Катар, Бахрейн) (Employer, 2018; List, 2018).

**Податок на додану вартість.** При обчисленні податку на додану вартість *об'єктом оподаткування* (ст. 185.1 ПКУ) є операції платників податку з:

- а) постачання товарів та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України;
- б) ввезення товарів на митну територію України;
- в) вивезення товарів за межі митної території України;
- г) постачання послуг з міжнародних перевезень пасажирів і багажу та вантажів залізничним, автомобільним, морським і річковим та авіаційним транспортом.

**База оподаткування** операцій із постачання товарів/послуг визначається, виходячи з їх договірної вартості з урахуванням загальнодержавних податків та зборів (крім акцизного податку на реалізацію суб'єктами господарювання роздрібної торгівлі підакцизних товарів, збору на обов'язкове державне пенсійне страхування, що утримується з вартості послуг мобільного рухомого зв'язку, податку на додану вартість та акцизного податку на спирт етиловий, що використовується для виробництва

лікарських засобів, у тому числі компонентів крові і вироблених з них препаратів) (ст. 188.1 ПКУ).

**Ставки податку:**

20% – за переважним числом операцій із постачання товарів та послуг, зокрема при імпорті;

7% – при імпорті лікарських засобів та медичних виробів, внесених до Державного реєстру;

0% – при:

а) експорті, реекспорті товарів, експорті в режимі безмитної торгівлі та вільної митної зони;

б) постачанні певних груп товарів (для заправлення повітряних і морських суден, космічних кораблів) і товарів для магазинів безмитної торгівлі (duty free);

в) постачанні певних послуг (міжнародні перевезення пасажирів і багажу та вантажів залізничним, автомобільним, морським і річковим та авіаційним транспортом, деякі інші) (ст. 193 ПКУ).

Станом на кінець 2019 року в країнах *пострадянського простору* стандартна (базова) ставка податку на додану вартість досить сильно варіювалася і становила: 12% (Казахстан, Киргизстан), 15% (Туркменістан, Узбекистан), 18% (Азербайджан, Грузія, Таджикистан), 20% (Вірменія, Білорусь, Молдова, Росія, Естонія), 21% (Латвія, Литва).

У країнах *Східної Європи*: 19% (Румунія), 20% (Болгарія, Словаччина), 21% (Чеська Республіка), 23% (Польща), 27% (Угорщина).

У країнах *Західної Європи*: 7,7% (Швейцарія), 19% (Німеччина), 20% (Велика Британія, Франція), 21% (Іспанія, Нідерланди), 22% (Італія), 23% (Португалія), 25% (Норвегія, Швеція). В середньому ставка податку в країнах Європи становила 19,85 і 21,46% в країнах ЄС.

*Інші країни*: 0% (ОАЕ, Саудівська Аравія, США), 8% (Японія), 10% (Австралія, Південна Корея), 16% (Китай), 18% (Індія), 10-20% (Бразилія) (Sales, 2017; VAT, 2019).

Крім того, ПКУ визначено операції, які *не є об'єктом оподаткування* з податку на додану вартість. До таких операцій, наприклад, належать (ст. 196 ПКУ):

1) емісія та розміщення у будь-які форми управління та продажу за кошти цінних паперів, випущених в обіг суб'єктами підприємницької діяльності, Національним банком України, центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну фінансову політику;

2) передача майна у схов (відповідальне зберігання), у концесію, а також у лізинг (оренду), крім передачі у фінансовий лізинг;



3) надання послуг зі страхування, співстрахування або перестрахування особами, які мають ліцензію на здійснення страхової діяльності, а також пов'язаних із такою діяльністю послуг страхових (перестрахових) брокерів та страхових агентів;

4) обіг банківських металів, інших валютних цінностей; випуск, обіг та погашення лотерейних білетів; придбання фішок, жетонів, внесення в інший спосіб плати за право участі в азартній грі; виплата грошових виграшів (призів) і грошових винагород; постачання негашених поштових марок України, конвертів або листівок із негашеними поштовими марками України, крім колекційних;

5) надання послуг, пов'язаних з переказом коштів, що надаються учасниками платіжних систем та платіжними організаціями платіжних систем; надання послуг з інкасації, розрахунково-касового обслуговування, залучення, розміщення та повернення коштів за договорами позики, депозиту, вкладу (зокрема пенсійного), управління коштами та цінними паперами (корпоративними правами та деривативами);

6) виплати у грошовій формі заробітної плати, а також пенсій, стипендій, субсидій, дотацій за рахунок бюджетів або Пенсійного фонду України чи інших фондів загальнообов'язкового соціального страхування; виплати дивідендів, роялті у грошовій формі або у вигляді цінних паперів, які здійснюються емітентом; надання комісійних (брокерських, дилерських) послуг із торгівлі та/або управління цінними паперами та ін.

ПКУ визначено операції, **що звільняються від оподаткування** з податку на додану вартість (ст.197 ПКУ). До таких операцій, наприклад, належить операції з:

1) постачання продуктів дитячого харчування й товарів дитячого асортименту для немовлят;

2) постачання послуг із здобуття вищої, середньої, професійно-технічної та дошкільної освіти навчальними закладами, зокрема навчання аспірантів і докторантів;

3) постачання технічних та інших засобів реабілітації, комплектуючих і напівфабрикатів для них, легкових автомобілів для осіб з інвалідністю;

4) постачання послуг із доставки пенсій, страхових виплат та грошової допомоги населенню;

5) постачання послуг з охорони здоров'я закладами охорони здоров'я, що мають ліцензію на постачання таких послуг;

6) постачання послуг із перевезення пасажирів міським пасажирським транспортом (крім таксі) та ін. (Податковий, 2020).

При розрахунку податку на додану вартість на підприємстві виникають поняття податкового кредиту (при купівлі товарів/послуг) і податкового зобов'язання (при продажу товарів/послуг). *Податковий кредит* –

сума, на яку платник податку на додану вартість має право зменшити податкове зобов'язання звітного періоду. *Податкове зобов'язання* – сума коштів, яку платник податків повинен сплатити до відповідного бюджету як податок або збір на підставі, в порядку та строки, визначені податковим законодавством (Фінанси, 2013).

**Акцизний податок.** *Об'єктами оподаткування* при обчисленні акцизного податку є операції з (ст. 213 ПКУ):

- 1) реалізації вироблених в Україні підакцизних товарів;
- 2) реалізації та/або передачі в межах одного підприємства підакцизних товарів з метою власного споживання, промислової переробки, своїм працівникам, а також здійснення внесків підакцизними товарами до статутного капіталу;
- 3) ввезення підакцизних товарів на митну територію України;
- 4) реалізації конфіскованих підакцизних товарів, підакцизних товарів, визнаних безгосподарними, підакцизних товарів, за якими не звернувся власник до кінця строку зберігання, та підакцизних товарів, що за правом успадкування чи на інших законних підставах переходять у власність держави;
- 5) реалізації або передачі у володіння, користування чи розпорядження підакцизних товарів, що були ввезені на митну територію України із звільненням від оподаткування до закінчення строку, визначеного законодавством;
- 6) обсяги та вартість втрачених підакцизних товарів, що перевищують встановлені норми втрат;
- 7) реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлю підакцизних товарів;
- 8) переобладнання ввезеного на митну територію України транспортного засобу у підакцизний легковий автомобіль;
- 9) реалізації з акцизного складу будь-яких об'ємів пального або спирту етилового.

**База оподаткування.** У разі обчислення податку із застосуванням *адвалорних ставок* базою оподаткування є:

- 1) вартість реалізованого товару, виробленого на митній території України, за встановленими виробником максимальними роздрібними цінами з урахуванням податку на додану вартість та акцизного податку;
- 2) вартість товарів, що ввозяться на митну територію України, за встановленими імпортером максимальними роздрібними цінами на товари, які він імпортує, з урахуванням податку на додану вартість та акцизного податку;
- 3) вартість реалізованої виробленої виробником електричної енергії, обчислена на підставі цін, що склалися на ринку електричної енергії в звіт-

ному (податковому) періоді без урахування податку на додану вартість та акцизного податку;

4) вартість (із податком на додану вартість та без урахування акцизного податку з реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлі підакцизних товарів) підакцизних товарів, що реалізовані відповідно до підпункту 213.1.9 ПКУ.

У разі обчислення податку із застосуванням *специфічних ставок* з підакцизних товарів базою оподаткування є їх величина, визначена в одиницях виміру ваги, обсягу, кількості товару, об'єму циліндрів двигуна автомобіля або в інших натуральних показниках.

*Адвалорною* є ставка податку, згідно з якою розмір нарахувань встановлюється у відсотковому або кратному відношенні до одиниці вартісного виміру бази оподаткування. *Специфічною* є ставка податку, згідно з якою розмір нарахувань встановлюється в грошових одиницях за одиницю виміру (кг, м<sup>3</sup>, літр та ін.). *Комбінована* ставка податку поєднує в собі адвалорну і специфічну.

*До підакцизних товарів належать:*

- спирт етиловий та інші спиртові дистиляти, алкогольні напої, пиво (крім квасу «живого» бродіння);
- тютюнові вироби, тютюн та промислові замітники тютюну;
- пальне, зокрема товари (продукція), що використовуються як пальне для заправлення транспортних засобів, обладнання або пристроїв;
- автомобілі легкові, кузови до них, причепи та напівпричепи, мотоцикли, транспортні засоби, призначені для перевезення 10 осіб і більше, транспортні засоби для перевезення вантажів;
- електрична енергія.

*Ставки акцизного податку* встановлюються ПКУ і є єдиними на всій території України. Ставки податку встановлюються адвалорні, специфічні або адвалорні та специфічні одночасно (Податковий, 2020).

## 8.6 Системи оподаткування діяльності підприємств

Згідно з чинним законодавством України способи оподаткування діяльності підприємств можна розділити на два види: загальна система оподаткування діяльності підприємств та спрощена система оподаткування підприємств.

### **Загальна система оподаткування діяльності**

*Загальна система оподаткування юридичних осіб* (як і фізичних осіб – підприємців) застосовується у тому випадку, якщо ними не був офіційно заявлений і обґрунтований перехід на спрощену систему оподаткування. Новостворені ЮО можуть на свій розсуд обрати систему оподатку-

вання: загальну або спрощену. Крім того, перейти з однієї системи на іншу можна перед початком нового календарного року, повідомивши про це у відповідні органи контролю у встановленому законодавством порядку. На загальній системі оподаткування перебувають усі юридичні особи, які не зареєстровані як платники єдиного податку.

На загальній системі оподаткування залежно від обраного виду діяльності та виду господарських операцій юридичною особою сплачуються такі основні податки та платежі: податок на прибуток, податок на додану вартість, акцизний податок, єдиний соціальний внесок, екологічний податок, митні платежі, податок на майно, рентна плата, інші податки і збори відповідно до чинного законодавства.

*Для фізичних осіб-підприємців* при загальній системі оподаткування (регулюється ст. 177 ПКУ) ведеться облік доходів і витрат.

Об'єктом оподаткування є *чистий оподатковуваний дохід*, який визначається як різниця між загальним оподатковуваним доходом (виручка у грошовій та негрошовій формах) і документально підтвердженими витратами, пов'язаними з господарською діяльністю такої фізичної особи – підприємця. Від чистого оподаткованого доходу обчислюються *податок на доходи фізичних осіб* (ПДФО за ставкою 18%) і військовий збір (за ставкою 1,5%).

Загальний оподатковуваний дохід – це виручка, отримана від здійснення підприємницької діяльності. До загального доходу підприємця (підприємницька виручка) входять (визначається за «касовим методом», тобто в момент надходження коштів на рахунок чи у касу):

- виручка у вигляді безготівкових грошових коштів, що надійшли на банківський рахунок чи в готівковій формі безпосередньо підприємцю чи його працівникам на місці здійснення розрахунків (зокрема відсотки банку);
- виручка в натуральній (негрошовій) формі;
- суми штрафів і пені, отримані від інших суб'єктів підприємництва за цивільно-правовими договорами за порушення умов договорів;
- інші доходи, пов'язані зі здійсненням підприємницької діяльності (Облік, 2019).

*Розрахунки* з покупцями повинні проводитися або у безготівковій формі через банк, або, при готівковому обігу, – через касовий апарат.

Отримані доходи для цілей оподаткування зменшуються на документально підтверджені витрати, безпосередньо пов'язані з отриманням доходів (повний перелік визначений п. 177.4 статті 177 ПКУ). До основних належать:

- витрати, до складу яких входить вартість сировини, матеріалів, товарів, що утворюють основу для виготовлення (продажу) продукції або

товарів (надання робіт, послуг), які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат;

- витрати на оплату праці найманих працівників такого підприємця, оплату винагороди за виконання робіт, послуг згідно з договорами цивільно-правового характеру;
- суми податків, зборів, пов'язаних із проведенням господарської діяльності такої фізичної особи-підприємця: суми ЄСВ; вартість оплачених ліцензій і дозволів на здійснення певних видів господарської діяльності;
- витрати на відрядження найманих працівників, на послуги зв'язку, реклами, плати за розрахунково-касове обслуговування, на оплату оренди, ремонт та експлуатацію майна, що використовується в господарській діяльності, на транспортування готової продукції (товарів), транспортно-експедиційні та інші послуги, пов'язані з транспортуванням продукції (товарів), вартість придбаних послуг, прямо пов'язаних із виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг.

Підприємці на загальній системі оподаткування сплачують авансові платежі з ПДФО (підпункт 177.5.1 статті 177 ПКУ). Авансові платежі з ПДФО розраховуються підприємцем самостійно згідно з фактичними даними, зазначеними у Книзі обліку доходів і витрат, кожного календарного кварталу та сплачуються до бюджету до двадцятого числа місяця, наступного за кожним календарним кварталом (до 20 квітня, до 20 липня і до 20 жовтня).

За четвертий квартал авансовий платіж не сплачується, оскільки підприємець самостійно за підсумками календарного року здійснює остаточний розрахунок ПДФО згідно з даними, зазначеними в річній податковій декларації, з урахуванням сплаченого ним протягом року ПДФО на підставі документального підтвердження факту його сплати. Якщо за результатами якогось кварталу доходу не було, авансовий платіж не сплачується.

Військовий збір сплачується за підсумками року.

Підприємці сплачують *єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (ЄСВ)*, при цьому базою нарахування ЄСВ є той самий чистий оподатковуваний дохід, діюча ставка ЄСВ – 22 %, При цьому сума ЄСВ не може бути меншою за розмір мінімального страхового внеску на місяць і встановлена у розмірі 22% від мінімальної заробітної плати для всіх платників єдиного внеску (крім пільгових категорій) (наприклад, 1 100 грн на місяць станом на 01.09.2020 р). Навіть якщо діяльність у певний період роботи не здійснювалася, ЄСВ має бути сплачений за цей період у мінімальному розмірі (22 % від мінімальної заробітної плати).

ЄСВ сплачується щоквартально до двадцятого числа місяця, наступного за звітним кварталом. Звіт за ЄСВ подається один раз за підсумками року до податкових органів за основним місцем реєстрації.

### Спрощена система оподаткування діяльності.

За такої системи ведеться облік усієї виручки, надана можливість роботи з готівкою до 1 млн грн без касового апарата; при цьому встановлено обов'язкове застосування касового апарата при роздрібному продажі технічно складних побутових товарів, що підлягають гарантійному ремонту. Сплачується єдиний податок за ставкою, яка визначається для обраної підприємцем або організацією групи, а також ЄСВ за ставкою 22%, при цьому місячна сума ЄСВ не може бути меншою, ніж мінімальний страховий внесок, тобто менше 22% від мінімальної заробітної плати, встановленої законом.

У цілому спрощена система оподаткування вигідніша, коли:

- бізнес високоприбутковий із низькими витратами;
- невелика виручка за рік (дохід), оскільки відбувається сплата податку у фіксованій сумі (1–2 групи) або невеликого відсотка від виручки (3-тя група);
  - є користування земельними ділянками, оскільки економія виникає на сплаті земельного податку;
  - нема потреби у реєстрації платником ПДВ, коли основні споживачі – населення (це здебільшого стосується 1–2 групи). Це робить товари й послуги дешевшими;
  - сільськогосподарське виробництво – перевагу має 4 група, оскільки податок залежить лише від кількості землі та її грошової оцінки і ніяк не залежить від доходу сільськогосподарського підприємства (Онищенко, 2020).

*Однак* за спрощеною системою оподаткування заборонено працювати банкам, кредитним спілкам, ломбардам, лізинговим компаніям, довірчим товариствам, страховим компаніям, інвестиційним фондам та деяким іншим фінансовим установам, реєстраторам цінних паперів, а також нерезидентам.

Основні характеристики різних груп при виборі спрощеної системи оподаткування наведено у табл. 8.1.

1 і 2 групи орієнтовані винятково на фізичних осіб-підприємців, 3 група – на юридичних і фізичних осіб, а 4 група – лише на сільськогосподарських товаровиробників (юридичні особи).

Особи, що перебувають на єдиному податку 1 і 2 груп не можуть займатися:

- наданням посередницьких послуг із купівлі, продажу, оренди та оцінювання нерухомого майна;
- діяльністю з виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів та дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, напівдорогоцінного каміння.

Таблиця 8.1 – Характеристика і основні особливості різних груп осіб, які працюють на спрощеній системі оподаткування

| Критерій   | 1 група   | 2 група  | 3 група  |  | 4 група  |
|--|---|--|--|--|--|
|  |   |  | ФО   | ЮЛ   |  |
| 1  | 2   | 3  | 4  | 5  | 6  |
| Ставка єдиного податку (встановлюють місцеві ради) | Не більше 10% від прожиткового мінімуму для працездатної особи                | Не більше 20% від мінімальної заробітної плати   | 3% – для платників ПДВ;<br>5% – для неплатників ПДВ  |  | Залежить від виду землі та її нормативно-грошової оцінки |
| Макс. допустимий обсяг доходу за один рік          | ≤ 1 000 000 грн   | ≤ 5 000 000 грн  | ≤ 7 000 000 грн (без ПДВ)  |  | Без обмежень   |
| Наявність та кількість найманих працівників        | 0 осіб  | 0–10 осіб  | Без обмежень   |  | Без обмежень   |
| Дозволена сфера діяльності                         | Лише роздрібна торгівля на ринках та / або надання побутових послуг населенню | Надання послуг, зокрема побутових, лише платникам єдиного податку та / або населенню; виробництво та / або продаж товарів; діяльність у сфері ресторанного бізнесу | Усі види діяльності, крім заборонених у п. 291.5 ПКУ   |  |  |
| Реєстратор розрахункових операцій (РРО)            | Не використовується   | Не використовується, якщо дохід <1 млн грн   | Не використовується, якщо дохід <1 млн грн (на загальних підставах)  | На загальних підставах   |  |
| Ведення обліку                                     | Книга обліку доходів  |  | Книга обліку доходів – якщо ставка 5%; Книга обліку доходів і витрат – якщо ставка 3%  | Спрощений бухоблік і складання спрощеної фінансової звітності за П (С) БО 25 |  |
| Реєстрація платником ПДВ                           | Не є платниками ПДВ   |  | За умови вибору ставки 3% можна бути платником ПДВ. За умови вибору ставки 5% не можна не бути платником ПДВ, навіть якщо виручка не перевищує 1 млн грн |  | На загальних підставах                                   |

## Продовження табл. 8.1

| 1                       | 2   | 3   | 4 | 5   |
|-------------------------|---|---|---|---|
| Періодичність сплати ЄП | Раз на місяць авансом не пізніше 20-го числа поточного місяця (навіть коли немає доходу від діяльності) | Щокварталу упродовж 50 днів після закінчення кварталу |   | Щокварталу упродовж 30 днів після закінчення кварталу |
| Подання декларації з ЄП | Раз на рік упродовж 60 днів після закінчення року   | Щокварталу упродовж 40 днів після закінчення кварталу |   | Щорічно упродовж 31 днів після закінчення року        |

На єдиному податку 1-ї групи не можна займатися оптовою реалізацією і наданням непобутових послуг, а на єдиному податку 2-ї групи не можуть надаватися послуги неплатникам ЄП.

На 3-й групі можуть перебувати як фізичні, так і юридичні особи, а група вигідна переважно тим, кому необхідно співпрацювати з платниками податку на прибуток і/або бути зареєстрованим платником ПДВ.

З 2021 року майже усі підприємці, які працюють на єдиному податку (крім 1-ї групи та тих, хто працює винятково безготівково, без приймання до оплати платіжних карток) повинні будуть застосовувати РРО.

**Порівняння систем оподаткування діяльності економічних суб'єктів.**

Таблиця 8.2 – Порівняльна таблиця систем оподаткування в Україні (Онищенко, 2020)

| Критерій порівняння                           | Спрощена                                   |   | Загальна   |  |
|---|--|---|--|--|
|   | юрособи                                    | фізособи  | юрособи  | фізособи   |
| 1   | 2  | 3   | 4  | 5  |
| Назва податку, що сплачується, та його ставка | Єдиний податок (ставка залежить від групи) |   | Податок на прибуток (18%)  | ПДФО (18%) та військовий збір (1,5%)   |
| Як розраховується податок                     | як відсоток від доходу у грошовій формі    | як відсоток від доходу у грошовій формі, або як фіксований щомісячний платіж (залежить від групи) | відсоток від прибутку  | відсоток від чистого оподаткованого доходу (доходи у грошовій формі – витрати у грошовій формі, дозволені ПКУ) |
| Сплата ЄСВ “за себе”                          | –  | так, але можна лише мінімальний   | –  | 22% від чистого оподаткованого доходу  |
| Реєстрація платником ПДВ                      | Можлива лише для груп 3 та 4               |   | Загальні правила (обов'язкова реєстрація, – якщо обсяг операцій понад 1 млн грн) |  |



Продовження табл. 8.2

| 1   | 2  | 3 | 4                    | 5 |
|---|--|---|----------------------|---|
| Сплата земельного податку                             | Ні <sup>1</sup>  |   | Так                  |   |
| РРО   | Не використовує взагалі 1 група.<br>Є послаблення щодо груп 2–3 (фізособи) до 31.12.2020 р. <sup>2</sup> |   | У загальному порядку |   |
| Бартерні операції, вексельні розрахунки, взаємозаліки | Ні, заборонено   |   | Так                  |   |
| Заборона на торгівлю підакцизними товарами            | Так <sup>3</sup>   |   | Ні                   |   |

<sup>1</sup> – необхідно сплачувати земельний податок для груп 1–3 з 01.07.2020, якщо є передача землі чи нерухомості на ній в оренду/найм або позику (пп. “4” п. 297.1 ПКУ);

<sup>2</sup> – з 1 січня 2021 року РРО обов’язковий для груп 2–3 щодо окремих видів діяльності, наприклад, Інтернет-торгівля. З 1 квітня 2021 р. – обов’язкові незалежно від обсягу доходу;

<sup>3</sup> – заборона не стосується лише таких підакцизних товарів, як паливно-мастильні матеріали в ємностях до 20 л, роздрібного продажу пива, сидру, пері (без додавання спирту), столових вин (п. 291.5.1 ПКУ).

Для того, щоб обрати найбільш оптимальну податкову схему ведення бізнесу, необхідно порівняти вимоги, встановлені для кожної з них податковим законодавством. Розглянемо у таблиці 8.3 основні обмеження й особливості тих систем оподаткування, які може обрати юридична особа, яка не є сільгоспвиробником.

Таблиця 8.3 – Порівняльна таблиця критеріїв вибору системи оподаткування для юридичних осіб (Прийма, 2018)

| Критерій                                   | Загальна система оподаткування  |  | Єдиний податок   |                 |
|--|---|--|--|-----------------|
|  | з ПДВ   | без ПДВ  | 3 групи з ПДВ  | 3 групи без ПДВ |
| 1  | 2   | 3  | 4  | 5               |
| <b>Головні умови перебування</b>           | Можуть обрати усі суб’єкти господарювання (СГ) без обмежень   | Поки виручка від оподатковуваних поставок за будь-які 12 кал.міс. не перевищить 1 млн. грн. (пп.181.1 ПКУ) | Обсяг доходу (за касовим методом) протягом попереднього календарного року ≤ 5 млн грн.<br>Не можуть бути єдиноподатниками СГ, у статутному капіталі яких сукупність часток, що належать ЮО, які не є платниками ЄП ≥ 25 %                      |                 |
| <b>Діяльність і клієнто-орієнтованість</b> | Вид діяльності не дає права на спрощену систему, а обсяг оподатковуваних ПДВ поставок вимагає платити ПДВ | Вид діяльності не дає права на спрощену систему  | Перелік повністю та частково заборонених на єдиному податку видів діяльності наведено у п. 291.5 ПКУ.<br>Інших спеціальних обмежень за видами діяльності немає.<br>Юрособи 3-ї групи не можуть здійснювати діяльність без найманих працівників |                 |

Продовження табл. 8.3

| 1   | 2   | 3   | 4  | 5   |
|---|---|---|--|---|
| <b>ПДВ</b>                                      | Можна зареєструватися добровільно. ПДВ сплачується відповідно до норм ПКУ   | Передбачено добровільне анулювання реєстрації платником ПДВ | Добровільна реєстрація з обранням ставки ЄП 3%   | Якщо поставки обкладаються ПДВ, ставка єдиного податку 5% дозволяє не контролювати мільйонний рубіж поставок                        |
| <b>Документообіг та облік</b>                   | Зобов'язані мати всі первинні й підтверджувальні документи на всі витрати і щодо походження товару  |   | Малі підприємства мають право вести бухгалтерський облік на підставі спрощеного плану рахунків   | Спрощений план рахунків. Можуть вести бухгалтерський облік без подвійного запису. СМП подають річні звіти за формою № 1-мс і № 2-мс |
|   | З метою складання фінансової звітності визнають доходи і витрати за загальними правилами НП (С) БО  |   |  |   |
| <b>Періодичність сплати податку на прибуток</b> | За підсумками року, якщо звітний період – один рік  | За підсумками року, якщо звітний період – один рік          | Єдиний податок щоквартально  | Єдиний податок щоквартально   |
| <b>Звітний період і звітність</b>               | Можливо і календарний квартал, і рік. За рік звітують не пізніше 1 березня наступного року. Для новостворених та платників із доходом за попередній звітний рік не більше 20 млн грн звітний період становить рік. Разом з декларацією за рік подається річний фінансовий звіт  |   | <b>Квартал</b><br>Податкова декларація юридичної особи подається протягом 40 днів із дня закінчення звітного кварталу  |   |
| <b>База оподаткування</b>                       | Прибуток як фінансовий результат діяльності, визначений за правилами бухгалтерського обліку, скоригований на податкові різниці.<br>Доходи визначаються в бухгалтерському обліку за методом нарахування.<br>До витрат і доходу платника ПДВ не входять суми ПДВ, що входять до ціни придбаних або проданих товарів (робіт, послуг) |   | Дохід, як виручка отримана упродовж звітного періоду від дати надходження коштів.<br>До доходу так само входять: вартість безоплатно отриманих товарів / послуг; списання кредиторської заборгованості, за якою минув строк позовної давності; фінансова поворотна допомога, отримана на період більше 12 місяців.<br>До доходу платника ПДВ для цілей обчислення єдиного податку не входить сума вхідного ПДВ |   |
| <b>Податок на прибуток або єдиний податок</b>   | 18% податок на прибуток + 20% ПДВ   | 18% податок на прибуток                                     | 3% + 20% ПДВ   | 5% ЄП   |
|   | Платники, які відповідають вимогам пп. 4.44 гл. XX ПКУ, з 1.01.2017 по  |   | Платники єдиного податку – юридичні особи звільняються від   |   |

Продовження табл. 8.3

| 1                   | 2  | 3 | 4  | 5 |
|---------------------|--|---|--|---|
|                     | 31.12.2021 рік можуть застосовувати 0% податку на прибуток з поданням спрощеної податкової декларації  |   | нарахування, сплати та подання звітності з податку на прибуток   |   |
| <b>ЄСВ</b>          | ЄСВ у розмірі не менше мінімального страхового внеску при нарахуванні зарплати та інших виплат щодо кожного працівника   |   |  |   |
| <b>РРО</b>          | Готівкові або оплата за POS-термінал лише через РРО, за винятком торгівлі власною продукцією (якщо вона не входить до переліку технічно складної). При оплаті платіжною карткою через сайт інтернет-магазину застосовується РРО. Якщо оплата від клієнтів отримується винятково безготівкової формі (без прийому платіжних карт), то РРО не застосовується (наприклад, покупці оплачують з платіжної карти через інтернет-систему Портмоне або Приват24, то це вважається безготівковий розрахунок, тобто РРО не потрібен) |   |  |   |
| <b>Інші податки</b> | Платить 5% на дивіденди. Також ЮО може бути платником інших податків, які залежать від виду діяльності   |   | Є платником: 9% на дивіденди; земельного податку за ділянки, що не використовуються в бізнесі, податку на майно в частині орендної плати за землі державної або комунальної власності, податку на нерухоме майно, яке не є земельною ділянкою. Також може бути платником рентної плати, пенсійного, екологічного, туристичного, транспортного, акцизного податку, а також податку на репатріацію |   |

Розглянемо докладніше, які схеми оподаткування може обрати самозайнята особа, яка зареєструвалася приватним підприємцем. У наведеній порівняльній таблиці 8.4 проаналізуємо шість варіантів ведення бізнесу ФОП (Прийма, 2018).

Таблиця 8.4 – Порівняльна таблиця критеріїв вибору системи оподаткування для фізичних осіб – підприємців (Прийма, 2017)

| Критерій                         | Загальна система оподаткування  |                | Спрощена система оподаткування  |   |  |                 |
|----------------------------------|---|----------------|---|---|--|-----------------|
|                                  | зі сплатою ПДВ  | без сплати ПДВ | 1 група   | 2 група   | 3 група з ПДВ                              | 3 група без ПДВ |
| 1                                | 2   | 3              | 4   | 5   | 6  | 7               |
| <b>Головні умови перебування</b> | Дотримуватися деяких правил, що і суб'єкти господарювання є юридичні особи на загальній системі оподаткування (ст. 177 ПКУ) |                | Максимальний обсяг доходу за рік $\leq 1\,000\,000$ грн. Без найманих працівників | Максимальний обсяг доходу за рік 5,0 млн грн. Не має права надавати послуги | Максимальний обсяг доходу за рік 7 млн грн |                 |

Продовження табл. 8.4

| 1  | 2  | 3   | 4  | 5  | 6  | 7   |
|--|--|---|--|--|--|---|
|  |  |   |  | нікому, крім населенню або «єдинникам». Не більше 10 працівників   |  |   |
| <b>Діяльність і клієнто-орієнтованість</b> | Як правило, обирають торговці, якщо вид діяльності не дає права на спрощену систему, наприклад, при продажу підакцизних товарів. Якщо діяльність полягає у перепродажі товарів, придбаних з ПДВ, більш вигідно реєструватися платником ПДВ |   | Торгівля в роздріб з лотків та на ринках та / або побутові послуги населенню (П. 291.7 ПКУ)  | Продаж товарів (крім ювелірних), ресторанний бізнес. Послуги (в т.ч. оренда) виключно «єдинникам» та населенню | Список повністю і частково заборонених на єдиному податку видів діяльності наведено в п. 291.5 ПКУ |   |
|  |  |   | Якщо ФОП планує одночасно займатися декількома видами діяльності, які дозволені для різних груп, необхідно вибрати «старшу» групу  |  |  |   |
| <b>ПДВ</b>                                 | Обов'язкова реєстрація, якщо виручка за 12 міс. досягла 1 млн грн  | Якщо загальна сума доходу від поставок, що обкладаються ПДВ, за останні 12 місяців сукупно $\leq$ 1 млн грн | Не є платниками ПДВ. Однак при ввезенні на митну територію України товару на суму понад 150 євро, сплачують ПДВ на загальних підставах. Крім цього, «єдиноподатник», який отримує послуги від нерезидента, оподатковується ПДВ і платить ПДВ по імпортних послугах |  | Добровільна реєстрація платником ПДВ   | Не сплачує ПДВ, якщо ставка єдиного податку 5%                        |
| <b>Документообіг та облік</b>              | Зобов'язані мати підтверджувальні документи щодо походження товару. Облік ведеться в Книзі обліку доходів та витрат. Сума чистого доходу розраховується за даними в Книзі обліку доходів та витрат   |   | Ведуть облік тільки доходів отриманих від підприємницької діяльності в Книзі обліку доходів  |  | Ведуть облік і доходів, і видатків. Зобов'язані вести облік товарних запасів                       | Ведуть облік лише доходів у Книзі обліку доходів за «касовим» методом |
|  | Суму доходу (і витрати) у Книгах необхідно підраховувати і відзначати за підсумками місяця, кварталу та року. До книги не вносяться суми «короткострокової» зворотної фінансової допомоги  |   |  |  |  |   |
| <b>Звітний період</b>                      | Календарний рік. Подається одна податкова декларація щодо майнового стану і доходів підприємців (упродовж 40 днів після закінчення року)   |   | Календарний рік. Звітують упродовж 60 днів після завершення звітного періоду   |  | Квартал. Декларація подається упродовж 40 днів після закінчення звітного періоду                   |   |

Продовження табл. 8.4

| 1  | 2  | 3 | 4   | 5   | 6  | 7                   |
|--|--|---|---|---|--|---------------------|
| <b>База оподаткування ПДФО або єдиним податком</b> | Чистий дохід, тобто різниця між виручкою і підтвердженими витратами. Ці витрати повинні бути оплачені і безпосередньо пов'язані з доходом, а отримані товари (роботи, послуги виконані). При цьому орієнтуються на дату надходження або витрачання грошових коштів – касовий метод. П. 177.4.7 ПКУ дозволено включати до витрат амортизацію деяких основних засобів та НА. Якщо ФОП – торговець піддакцизними товарами, то виручка теж зменшується на суму акцизного податку |   | Немає.<br>Податки залежать від рівня прожиткового мінімуму в країні і розміру мінімальної зарплати  |   | Дохід, як виручка, отримана упродовж звітного періоду за датою надходження коштів у грошовій формі (готівковій або безготівковій).<br>До доходу також вносять вартість безоплатно отриманих упродовж звітного періоду товарів, послуг.<br>До доходу платника ПДВ також вносять суму кредиторської заборгованості, за якою минув строк позовної давності.<br>У платників ПДВ суми ПДВ до складу доходу не вносяться |                     |
| <b>Податок на прибуток або єдиний податок</b>      | <b>З чистого</b> доходу платить ПДФО 18% і військовий збір 1,5%.   |   | До 10% прожиткового мінімуму  | До 20% розміру мінімальної заробітної плати | 3% від суми виручки  | 5% від суми виручки |
|  | Якщо за результатами якогось кварталу доходу немає, то ПДФО не сплачується   |   |   |   | Касовий метод (дохід обчислюється за датою надходження грошових коштів)  |                     |
| <b>Періодичність сплати податку</b>                | ПДФО сплачується авансом до 20 квітня, до 20 липня і до 20 жовтня. За 4-й квартал не сплачується. Остаточний розрахунок здійснюється на підставі даних річної декларації. Термін сплати ПДФО за підсумками року і військового збору – упродовж 50 днів після закінчення року   |   | <b>Щомісяця</b> , термін сплати – авансом до 20-го числа поточного місяця.<br><br>Якщо немає найманих працівників, звільняються від оплати ЄП за час відпустки (1 місяць на рік) і в разі хвороби (якщо вона триває 30 і більше днів і підтверджена лікарняним листком) |   | Календарний квартал.<br>Єдиний податок сплачується упродовж 50 днів після закінчення звітного кварталу   |                     |
| <b>ЄСВ</b>   | Платники єдиного податку I групи повинні сплачувати єдиний соціальний внесок не менше мінімального розміру.<br>ЄСВ за себе сплачується поквартально, а саме до 20-го числа місяця, наступного за кварталом.<br>ФОП на загальній системі обчислюють ЄСВ за ставкою 22% від чистого доходу.<br>Від сплати ЄСВ звільнені ФОП, які є пенсіонерами за віком або інвалідами та отримують пенсію або соціальну допомогу.<br><b>ЄСВ сплачується за кожного найманого працівника</b>  |   |   |   |  |                     |

## Продовження табл. 8.4

| 1                   | 2  | 3 | 4  | 5   | 6   | 7 |
|---------------------|--|---|--|---|---|---|
| <b>Звітність</b>    | Декларація про доходи подається один раз на рік не пізніше 9 лютого наступного року. Новостворених звітують за результатами роботи в першому кварталі, потім – один раз на рік   |   | Податкова декларація з єдиного податку подається один раз на рік упродовж 60 днів після закінчення звітного року.<br>Звіт з ЄСВ «за себе» подається за один рік до 10 лютого року, наступного за звітним   |   | Поквартально, упродовж 40 днів, наступних за звітним періодом.<br>Звітність щодо працівників за ЄСВ – щомісяця  |   |
| <b>РРО</b>          | Готівкові або оплата за POS-терміналом тільки через РРО.<br>Пільга «до мільйона без РРО» не поширюється. РРО не застосовують при продажу газет, квасу, а в деяких інших випадках   |   | Звільнений від РРО та КОРО (за винятком продажу технічно складних виробів)   | Звільнено від РРО та КОРО за умови неперевищення розміру річного доходу розміром 1 млн грн. (зокрема безготівкового).<br>Це не поширюється на продавців «техніки».<br><br>Звільнені від РРО всі «єдинники», які торгують уроздріб продтоварами та пивом у пляшках |   |   |
|                     | Якщо оплата від клієнтів отримується винятково у безготівковій формі (без приймання платіжних карток), то питання РРО не порушується. Наприклад, покупці оплачують з платіжної картки через інтернет-систему Portmone або Приват24, то це вважається безготівковий розрахунок, РРО не потрібен |   |  |   |   |   |
| <b>Інші податки</b> | Є платником всіх інших податків за загальними правилами  |   | Єдиноподатники будь-якої групи виконують функції податкового агента щодо ПДФО та ВЗ при виплаті доходів фізособам.<br><br>Є платником земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються для ведення господарської діяльності, а також податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки. Також може бути платником екологічного, туристичного, транспортного, акцизного податку |   |   |   |
| <b>Ризики</b>       | Тракування податковою службою «понесених» витрат саме як «оплачених»   |   | Якщо діяльність підприємця не відповідає заявленим у реєстрі, то дохід оподатковується за ставкою 15%.<br>Штраф за несвоєчасну оплату ЄП – 50% від несплаченої суми.<br>За втрату і неорганізацію нової книги обліку – штраф 510 грн   |   | Дохід від забороненого виду діяльності позбавляє права на спрощену систему з наступного кварталу.<br>Прийняття від клієнтів готівки після перевищення доходу в 1 млн грн тягне за собою штраф у розмірі 100% від неналежно оприбуткованої виручки |   |
|                     | Наявність податкового боргу протягом двох кварталів є підставою для обов'язкового переходу на загальну систему оподаткування   |   |  |   |   |   |

## 8.7 Практичні аспекти сплати податків і зборів в Україні

Особливістю системи оподаткування в Україні тривалий час залишається те, що в середовищі підприємців називається «Все залежить від настрою податкового інспектора». Це означає, що за умови дотримання платником податку норм ПКУ він не застрахований від непередбачених фінансових втрат, пов'язаних із нарахуванням додаткових сум податків (зборів) та штрафних санкцій під час перевірки податковим органом правильності нарахування та сплати податків і зборів. Ця ситуація стала результатом впливу таких факторів:

1. Наявність норм і положень ПКУ, які допускають неоднозначне трактування.

2. Часте внесення змін і доповнень у норми ПКУ (більше ста змін за чотири роки).

3. Зміни і доповнення до ПКУ вносяться в будь-який час календарного року і можуть набирати чинності в найкоротші терміни.

4. Порядок розрахунку і сплати податків (зборів) регулюється не лише нормами ПКУ, але масою підзаконних актів різних органів влади.

5. Змінюється позиція податкових органів з питань роз'яснення застосування норм ПКУ.

6. Часта зміна форм податкових декларацій.

7. Змінені форми податкових декларацій стають відомими платникам податків за кілька днів до закінчення терміну подання до податкового органу податкової звітності, що не дає можливості платникам податків уважно вивчити порядок складання нових форм податкових декларацій.

8. Значний обсяг інформації, яку необхідно зазначити в податкових деклараціях.

9. Банківські рахунки, на які необхідно зробити сплату податків (зборів), є у великій кількості, часто змінюються, платникам персонально не повідомляються, внаслідок чого виникають труднощі при сплаті податків (зборів).

10. Не завжди податкові служби можуть відповісти на питання платників, можливі ситуації, коли відповіді на запит містять витяги з норм ПКУ, що не завжди зрозуміло для платників податків.

11. Керівництво податкової служби доводить плани донарахувань податків податковим інспекторам, які здійснюють документальні перевірки правильності нарахування податків платниками податків.

12. Основна роль формальної ознаки (факт проведення операції оцінюється на підставі відповідності наявних документів) при перевірці податковим інспектором правильності нарахування податків.

13. Низька економічна грамотність податкових інспекторів.

14. Позови платників податків з приводу неправомірного донарахування податків (зборів) розглядаються судьями, які не є фахівцями в цій галузі, бухгалтерському обліку і не мають консультантів для цього.

15. Існуюча корупція в податкових службах і судах.

16. Наявність тіньової економіки.

Усі перелічені вище фактори прямо впливають на платоспроможність юридичних та фізичних осіб.

Основна зміна в порядку обчислення податку на прибуток підприємств за останній час полягає в тому, що як об'єкт для нарахування податку на прибуток взятий показник прибутку, який нараховується за даними бухгалтерського обліку платника податку на прибуток, скоригований на різниці, що виникає відповідно до положень ПКУ. Це правило діє незалежно від національних або міжнародних стандартів організації бухгалтерського обліку на підприємстві. Внаслідок цього втратили свою значущість поняття «валові доходи» і «валові витрати».

У результаті наближення бухгалтерського до податкового обліку складання податкової декларації з податку на прибуток підприємств стало менш витратною за часом процедурою. Залишилися в минулому також торгові патенти, які були формою авансового платежу з податку на прибуток. ПКУ наразі не містить норми, що визначають порядок нарахування доходів і витрат для цілей оподаткування. *Основними нормативними документами, які, крім Податкового кодексу України, визначають правильність обчислення доходів і витрат підприємств з метою визначення фінансового результату до оподаткування, стали національні та міжнародні стандарти бухгалтерського обліку.*

Зміни в порядку обчислення **податку на додану вартість** пов'язані зі збільшенням обсягу поставки, з якого у суб'єкта підприємницької діяльності виникає обов'язок зареєструватися платником податку на додану вартість та забезпечити електронне адміністрування податку на додану вартість. Особи, в яких загальна сума від здійснення операцій з постачання товарів/послуг, що підлягають оподаткуванню податком на додану вартість, нарахована (сплачена) упродовж 12 календарних місяців, сукупно перевищує 1 000 000 гривень (без урахування податку на додану вартість), зобов'язані зареєструватися платником податку на додану вартість, крім осіб, які є платниками єдиного податку 1–3 груп.

Добровільно зареєструватися платником податку на додану вартість може будь-який суб'єкт підприємницької діяльності незалежно від наявності або відсутності оподатковуваних операцій, а також їх суми.

Істотний етап у вдосконаленні системи сплати податку на додану вартість – створення Єдиного реєстру податкових накладних та електронне адміністрування податку на додану вартість.



Нормами Податкового кодексу України передбачено в п. 201.1, що в момент виникнення податкових зобов'язань з податку на додану вартість платник податку зобов'язаний скласти податкову накладну в електронній формі відповідно до умов реєстрації в порядку, визначеному законодавством, електронного підпису уповноваженої платником особи та зареєструвати її в єдиному реєстрі податкових накладних у термін до 15 календарних днів, наступних за днем виникнення податкового зобов'язання. Таким чином, процес нарахування і сплати податку на додану вартість став більш прозорим і контрольованим.

**Електронне адміністрування ПДВ** полягає в тому, що кожному платнику податку на додану вартість автоматично відкривається рахунок в системі електронного адміністрування податку на додану вартість. Платник має право зареєструвати податкову накладну в Єдиному реєстрі податкових накладних на суму, нараховану за спеціальною формулою.

Цей порядок є недосконалим і призводить до невиправданого вилучення з обороту платників коштів, особливо це стосується платників, які працюють менше 12 місяців за рік. За такою формулою складається ситуація, що заборгованість перед бюджетом зі сплати податку на додану вартість за попередній звітний період не погашається сумою податку на додану вартість, сплачену платником у наступному податковому періоді у зв'язку з придбанням або ввезенням товарів (робіт послуг). Унаслідок цього за результатами попереднього місяця платник має недоплату, на яку нараховуються штрафні санкції, а за результатами наступного місяця – переплату податку. При цьому взаємозалік не проводиться. Цю обставину обов'язково необхідно враховувати при плануванні руху грошових коштів підприємства.

## **Література**

1. Долінська Р. Г. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни «Фінанси підприємства», 2009. URL: [http://www.kpi.kharkiv.edu/business/dolinska/finance\\_textbook.html](http://www.kpi.kharkiv.edu/business/dolinska/finance_textbook.html) (дата звернення: 01.04.2019.).
2. Лондар С. Л. Фінанси: навчальний посібник / С. Л. Лондар, О. В. Тимошенко. Вінниця: Нова книга, 2009. 384 с.
3. Облік у ФОП. *Податки & Бухоблік*, 2019, № 85. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2019/october/issue-85/article-105031.html> (дата звернення: 01.06.2020)
4. Онищенко В. Спрощена система оподаткування, 2020. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7121-sproshchena-sistema-opodatkuвання?token=20f580cc-bcaa-11a0-da7d-2d0106589810&ttl=7776000&ustp=W> (дата звернення: 01.08.2020.).
5. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 р. №2755-VI. Дата оновлення: 13.05.2020. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17> (дата звернення: 01.06.2020).

6. Прийма Л. Сравнение схем налогообложения для юридических лиц 2018. *Бухгалтер.com*. 2017. URL: <https://byhgalter.com/ru/sravnenie-sxem-nalogooblozheniya-dlya-yuridicheskix-lic-2018/> (дата обращения: 1.04.2018).
7. Прийма Л. Сравнительная таблица общей и упрощенной системы для физических лиц предпринимателей. *Бухгалтер.com*. 2017. URL: <https://byhgalter.com/ru/sravnitel'naya-tablica-obshhej-i-uproshhennoj-sistemy-dlya-flp-2018/> (дата обращения: 1.04.2018).
8. Стадник С. Види та платники податків та зборів в Україні. *Uteka*. 25.01.2019. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/agro-4-shkola-bughaltera-selkokhozyastvenoy-otrasli-69-vidy-i-platelshhiki-nalogoiv-sborov-v-ukraine> (дата звернення: 10.12.2019).
9. Фінанси підприємств: підручник / Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. та ін.; кер. кол.авт. і наук. ред. проф. А.М.Поддєрьогін. Київ: КНЕУ, 2013. – 219 с.
10. Employer social security tax rates. *KPMG*. 2018. URL: <https://home.kpmg.com/xx/en/home/services/tax/tax-tools-and-resources/tax-rates-online/corporate-tax-rates-table.html> (accessed on 25.01.2019).
11. List of Countries by Personal Income Tax Rate. *Trading Economics*. 2018. URL: <https://tradingeconomics.com/country-list/personal-income-tax-rate> (accessed on 25.01.2019).
12. Sales Tax & VAT Rates Mapped Around The World. *Merchant Machine*. 10.10.2017. URL: <https://merchantmachine.co.uk/sales-tax-vat/> (accessed on 25.01.2019).
13. VAT Rates in Europe. *Rick Steves Europe*. URL: <https://www.ricksteves.com/travel-tips/money/vat-rates-in-europe> (accessed on 25.01.2019).

### Питання до теми

1. Перелічіть основні принципи податкового законодавства України.
2. Які види податків і зборів діють в Україні?
3. Які елементи необхідно враховувати при встановленні податку?
4. Які функції виконують податки?
5. За допомогою яких показників можна оцінити ефективність впливу системи оподаткування на результати діяльності підприємств?
6. Що передбачає спеціальний податковий режим?
7. Які документи відносять до документів податкової звітності?
8. Перелічіть основні бюджетоутворювальні податки в Україні.
9. У чому перевага спрощеної систем оподаткування?
10. Які основні відмінності спрощеної та загальної системи оподаткування?

## **Кейс до розділу Аудит податків в Україні**

Аудиторська діяльність в Україні здійснюється відповідно до Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» № 2258-VIII від 21 грудня 2017 року. Професійними стандартами аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності є міжнародні стандарти аудиту. Аудиторська палата України є юридичною особою, що здійснює професійне самоврядування аудиторської діяльності.

За даними Реєстру аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності в Україні станом на 09 червня 2020 року налічується 2 717 аудиторів, аудиторську діяльність здійснюють 900 суб'єктів господарювання, зокрема кількість суб'єктів аудиторської діяльності, які мають право проводити обов'язковий аудит фінансової звітності, становить 244 особи та 87 суб'єктів аудиторської діяльності мають право проводити обов'язковий аудит фінансової звітності підприємств. Наведена інформація свідчить, що на сьогодні аудиторська громада виконує завдання, безпосереднім ініціатором яких є не лише бізнес, але й держава.

Незважаючи на незначну кількість аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності, країна делегувала значні обов'язки аудиторській спільноті. Положеннями пункту 3 статті 14 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» передбачено не пізніше ніж до 30 квітня року, що настає за звітним періодом, оприлюднення річної фінансової звітності разом з аудиторським висновком на своїй веб-сторінці (у повному обсязі) та в інший спосіб у випадках, визначених законодавством, таких юридичних осіб:

- підприємств, що становлять суспільний інтерес (крім великих підприємств, які не є емітентами цінних паперів);
- публічних акціонерних товариств;
- суб'єктів природних монополій на загальнодержавному ринку;
- суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність у видобувних галузях.

Крім того, нижченаведені підприємства повинні не пізніше ніж до 1 червня року, що настає за звітним періодом, оприлюднювати річну фінансову звітність разом з аудиторським висновком на своїй веб-сторінці (у повному обсязі):

- великі підприємства, які не є емітентами цінних паперів;
- середні підприємства;
- інші фінансові установи, що належать до мікропідприємств та малих підприємств.

Наведений перелік свідчить, що держава зобов'язала значну частину суб'єктів підприємницької діяльності проводити аудиторську перевірку своєї фінансової звітності.

Відповідні норми внесені і до Податкового Кодексу України. Положеннями Податкового Кодексу України передбачено, що платники податку на прибуток, які відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» зобов'язані оприлюднювати річну фінансову звітність та річну консолідовану фінансову звітність разом з аудиторським звітом, подають органу контролю річну фінансову звітність. Остання підлягає оприлюдненню разом з аудиторським звітом у строк не пізніше 10 червня року, наступного за звітним.

Фінансова звітність подається у складі звіту про фінансовий стан (баланс), а також звіту про прибутки та збитки й інший сукупний дохід (звіт про фінансові результати). Цей документ є додатком та невід'ємною частиною до податкової декларації з податку на прибуток підприємств (звіту про використання доходів (прибутків) неприбуткової організації).

Таким чином, можна констатувати, що держава ввела додатковий контроль за своєчасністю та правильністю розрахунків із бюджетом платників податків через обов'язковий аудит фінансової звітності. Чому це так?

По-перше, фактично інформація про розрахунки з бюджетом за всіма видами податків формує склад балансу та звіту про фінансові результати. Це означає, що під час аудиту в обов'язковому порядку буде підлягати перевірці правильність нарахування податків на підставі наявних первинних бухгалтерських документів та даних бухгалтерського обліку. Отримана інформація буде звірена з показниками, відображеними в податкових деклараціях, в результаті чого аудитор зробить висновок про достовірність інформації про розрахунки з бюджетом. За наявності істотних розбіжностей інформація про розрахунки з податків буде відображена в аудиторському звіті.

По-друге, нормами Податкового Кодексу України визначено, що об'єктом оподаткування податком на прибуток підприємств є прибуток, джерела якого можуть виникати в Україні та за її межами. Оподатковуваний прибуток визначається шляхом коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку). Таким чином, аудитор в обов'язковому порядку повинен перевірити правильність розрахунків із бюджетом з податку на прибуток підприємства юридичної особи.

Безумовно, обов'язковий аудит має позитивні наслідки як для підприємств, так і для країни в цілому. Своєчасно виявлені помилки в нарахуванні податків дозволять підприємствам unikнути або зменшити штрафні санкції, які можуть бути нараховані за результатами перевірки податкового органу. Так штрафні санкції у випадку самостійного виправлення помилок становлять від 3 до 5%, тоді як мінімальна сума нарахованих штрафних санкцій у випадку нарахування податкового зобов'язання органом Державної податкової служби становить 25%.

Для держави економічний ефект від обов'язкового аудиту полягає в тому, що фактично аудитори виконують частину роботи з контролю за своєчасністю та правильністю сплати податків їх платниками (що дозволяє заощадити кошти бюджету) та докладають зусилля для своєчасного та повного надходження податків до бюджету.

Серед негативних аспектів обов'язкового аудиту фінансової звітності треба зазначити значну вартість таких послуг. Крім того, виникають сумніви щодо якості наданих послуг з обов'язкового аудиту. Підставою для цього дає невідповідність кількості суб'єктів аудиторської діяльності (тобто аудиторів), які мають право проводити обов'язковий аудит фінансової звітності підприємств (244 особи) та кількості великих та середніх підприємств (відповідно 446 і 16 057 у 2018 році), де такий аудит повинен проводитися. Більшість аудиторів зосереджена у столиці країни та великих містах, а терміни для проведення перевірки досить жорсткі.

Крім обов'язкового аудиту фінансової звітності підприємств, будь-який суб'єкт підприємницької діяльності з метою unikнення ризиків фінансових втрат за розрахунками з

бюджетом із податків може провести ініціативний аудит. За замовленням фізичної або юридичної особи суб'єкт аудиторської діяльності може перевірити правильність складання податкових декларацій за будь-якими видами податків, відповідність нормативним актам наявних первинних бухгалтерських документів та записів у бухгалтерському обліку. На відміну від обов'язкового аудиту перелік процедур та їх обсяг, які будуть виконуватися суб'єктом аудиторської діяльності під час проведення ініціативного аудиту, повністю визначаються договором між замовником та виконавцем послуг. Залежно від Міжнародного стандарту аудиту, який буде обраний для надання таких послуг, замовнику також може бути повідомлена форма звіту, який буде підготовлений за результатами наданих послуг. Звіт за результатами ініціативного аудиту передається лише замовнику. Ця послуга є більш гнучкою та індивідуальною і може узгоджуватися з проблемами і завданнями платника податків. Це дозволяє раціоналізувати послугу.

Проведення ініціативного аудиту правильності нарахування та сплати податків є актуальним з огляду на те, що сьогодні план-графік проведення документальних планових перевірок платників податків оприлюднюється заздалегідь на сайті Державної податкової служби України до 25 грудня року, після якого будуть проводитися планові перевірки. Це дозволяє платнику податків використати ініціативний аудит як інструмент підготовки до проходження планової документальної перевірки податкового органу без фінансових втрат. Останні можуть виникати у формі штрафних санкцій з боку органу контролю, а також через вимушені витрати на подальші судові оскарження податкових повідомлень (зокрема, рішень про нарахування податків і фінансових санкцій, прийнятих за результатами проведеної документальної перевірки).

Бізнес використовує ініціативний аудит як превентивний засіб. Втім, таку практику не можна назвати досить активною. Існуючі в Україні відносини між податковим органом та суб'єктами підприємницької діяльності дозволяють відповідним особам домовитися щодо суми нарахованих податків та можливих штрафних санкцій на умовах, які влаштують обидві сторони. Такі домовленості досягаються досить швидко і гарантують результат із кінцевим вирішенням проблеми. І хоча у багатьох випадках такий шлях коштує підприємцям дорожче послуг аудиторів, бізнес нерідко продовжує обирати такі перемовини з податковим органом замість ініціативного аудиту.

### **Література**

1. Аудиторська палата України. URL: <https://www.apu.com.ua/2018/10/01/> (дата звернення: 01.09.2020).
2. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 р. №2755-VI. Дата оновлення: 21.07.2020. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17> (дата звернення: 01.09.2020).
3. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України від 21 грудня 2017 р. № 2258-VIII Дата оновлення: 04.03.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19> (дата звернення: 01.09.2020).

## РОЗДІЛ 9

# ІННОВАЦІЇ В БІЗНЕСІ

- Загальне поняття про інновації
- Сутність інноваційного процесу та економічні особливості інноваційної діяльності
- Фінансування інноваційної діяльності
- Інноваційна ідея для бізнесу
- Поняття та склад інноваційної інфраструктури підприємництва

### 9.1 Загальне поняття про інновації

Світ бізнесу ніяк не може відстати від розвитку технологій. Відповідно в цьому процесі з'являються і нові інноваційні бізнес-ідеї, які, у свою чергу, мають свій життєвий цикл. Результатом усього цього стає поява нового продукту на ринку в тому випадку, якщо ідея була вдалою. Все те, що покращено, перетворено в нове або винайдено, належить до поняття інновації. Причому сьогодні це може стосуватися вже будь-якої галузі, зокрема і бізнесу.

Існують різні трактування поняття «інновація». Воно набуло значного поширення в ХХ столітті завдяки Й. Шумпетеру, який у праці «Теорія економічного розвитку» писав, що в результаті аналізу «інноваційних комбінацій» відбуваються зміни в розвитку економічних систем (Закономерности, 2008).

#### Історична довідка

Типовими інноваціями Й. Шумпетер вважав:

- виробництво нової продукції або додавання нових властивостей вже існуючій;
- застосування нових (для даного об'єкта) технологій виробництва або (і) технологій комерційної діяльності (закупівель, продажів);
- застосування нового (для даного об'єкта) виду сировини, напівфабрикатів;
- зміна системи управління (планування, організації, мотивації, контролю) соціально-економічної системи;
- освоєння нових ринків збуту (як географічних секторів, так і споживчих сегментів) (Голубев, 2012).

Він також відзначав, що інновація – це нова науково-організаційна комбінація виробничих факторів, мотивована підприємницьким духом.

Різні трактування терміна «інновація» узагальнені в табл. 9.1.

Таким чином, під інноваціями (англ. «innovation» – нововведення, нововведення, новаторство) сучасна наука розуміє досягнення різних галузей науки, застосування яких підвищує ефективність функціонування соціально-економічної системи (підприємства, організації, галузі, національної економіки).

Таблиця 9.1 – Теоретичні підходи до трактування поняття «інновації» (сформовано на основі (Чистякова, 2014))

| Вчений   | Трактування   |
|--|---|
| Б. Твісс                                       | Інновація — це процес, у якому винахід або нова ідея набувають економічного змісту  |
| Ф. Ніксон                                      | Інновація – це сукупність технічних, виробничих та комерційних заходів, що приводять до появи на ринку нових та поліпшених промислових процесів і обладнання  |
| Б. Санто                                       | Інновація – це суспільно-економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій  |
| Д. В. Соколов,<br>О.Б Тітов,<br>М. М. Шабанова | Інновації – це підсумковий результат створення та освоєння (впровадження) принципово нового або модифікованого (нововведення), що задовольняє конкретні суспільні потреби і дає ряд ефектів (економічний, науково-технічний, соціальний, екологічний) |
| А. І. Пригожин                                 | Інновація – це розвиток технології, техніки, управління на стадіях їх зародження, освоєння, дифузії на інших об'єктах   |
| Л. Е. Мінделі                                  | Інновації пов'язані з використанням у тій чи іншій сфері суспільства результатів інтелектуальної (науково-технічної) діяльності, спрямованих на вдосконалення процесу діяльності або його результатів   |

Наведемо розгорнене визначення інновації, прийняте в міжнародних стандартах: кінцевий результат інноваційної діяльності, що набув втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності або нового підходу до соціальних послуг (Голубев, 2012).

Найчастіше виділяють інновації таких видів:

- *продуктові* – пов'язані зі змінами, що вносяться в продукцію. Мають на увазі створення нових матеріалів, нових напівфабрикатів і комплектуючих, машин і механізмів у цілому, отримання принципово нових продуктів;
- *технологічні* – зміни в технології, тобто способах створення продукції, пов'язані зі створенням нового або підвищенням ефективності діючого виробництва, удосконаленням технологічних процесів;
- *організаційно-управлінські* – пов'язані з впровадженням нових методів організації систем і управління ними: оптимізація виробничої структури, транспортних поставок, реалізації та постачання;
- *інформаційні* – вирішують проблеми в інноваційній та науково-технічній діяльності, наприклад, підвищення швидкості необхідної інформації;

- *соціальні* – поліпшення умов праці для персоналу, виділення коштів на оздоровлення співробітників, підвищення їх кваліфікації, навчання;
- *екологічні інновації* – приводять до зниження впливу на навколишнє середовище.

## 9.2 Сутність інноваційного процесу та економічні особливості інноваційної діяльності

Трансформація винаходів у нововведення завжди пов'язана з ринковим успіхом, отже, інновація може бути визначена як комерціалізований винахід, а інноваційний процес – як процес комерціалізації винаходів. Модель інноваційного процесу подана на рис. 9.1 (Чистякова, 2014).

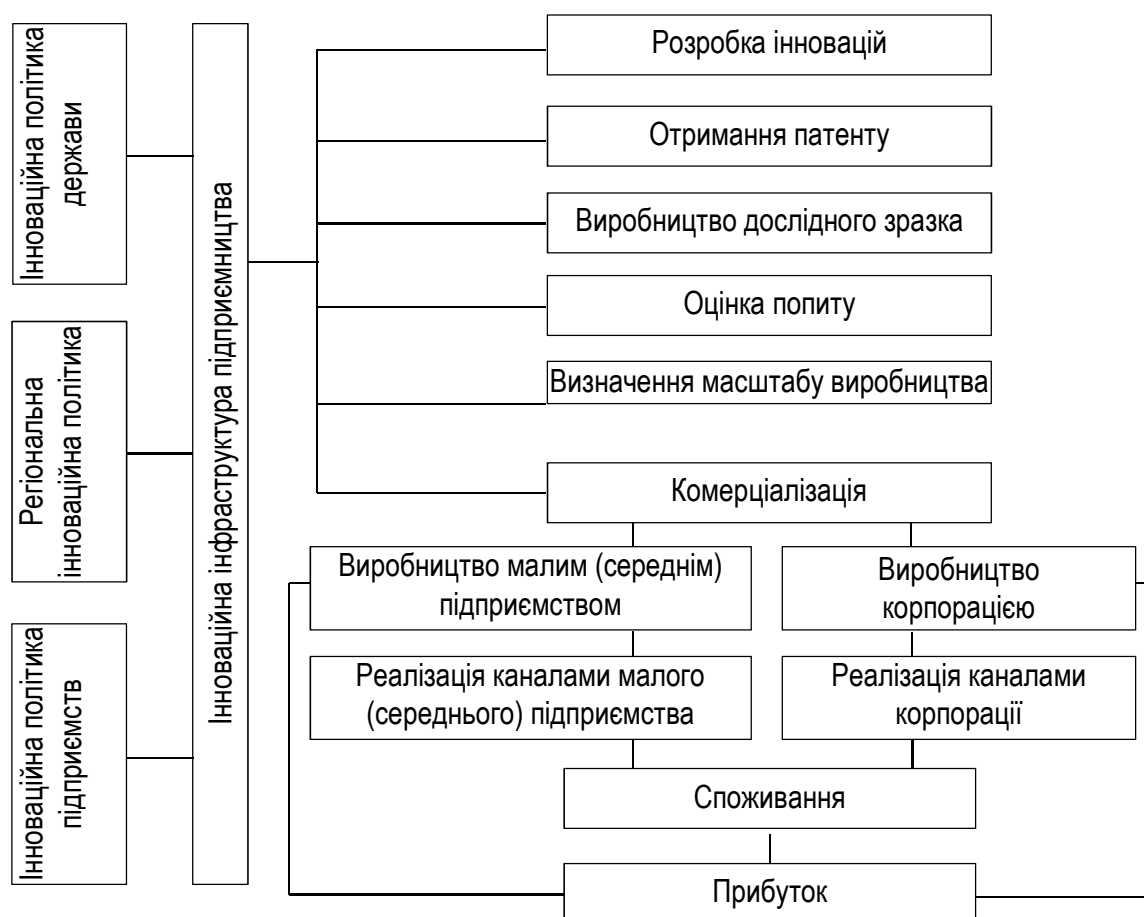


Рисунок 9.1 – Інноваційний процес (Чистякова, 2014)

Інноваційний процес починається з розроблення інноваційних ідей фахівцями НДІ, закладів вищої освіти, підприємцями. Особливістю пропонованого підходу є те, що інновації можуть створюватися як у рамках власного бізнесу, так і підприємцями в корпорації. Далі слідує отримання



мання патенту та розроблення дослідного зразка товару. Потім оцінюється попит і починається виробництво. При цьому мале (середнє) підприємство може самостійно здійснювати виробництво та збут інноваційної продукції, а може взаємодіяти з корпорацією, передавши винахід їй. Відповідно корпорація реалізує інновації, створені її фахівцями, а також придбані у малого бізнесу або інших розробників. Кінцевим етапом є отримання прибутку. Таким чином, інноваційна діяльність – це взаємозв'язана сукупність видів робіт зі створення та поширенню інновацій.

Основними видами інноваційної діяльності є:

- науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи (НДДКР);
- технологічні роботи, підготовка виробництва та проведення промислових випробувань;
- придбання патентів, ліцензій і ноу-хау;
- інвестиційна діяльність, необхідна для реалізації інноваційних проєктів;
- сертифікація і стандартизація інноваційних продуктів та виробів, необхідних для їх виготовлення;
- маркетинг і організація ринків збуту інноваційної продукції;
- підготовка і перепідготовка кадрів для інноваційної діяльності (Трибушная, 2011).

Основними елементами структури інноваційної діяльності є інноваційні проєкти і програми. Інноваційна діяльність – це спільна діяльність багатьох учасників ринку в єдиному інноваційному процесі з метою створення і реалізації інновації.

В основу інноваційної діяльності покладено науково-технічну діяльність. Інноваційна діяльність переводить науково-технічну діяльність в економічне «русло», забезпечуючи виробничу і комерційну реалізацію науково-технічних досягнень. В інноваційній діяльності Й. Шумпетер (Шумпетер, 1982) виділяє категорії основних учасників, класифікуючи їх за першочерговістю:

- 1) новатори;
- 2) ранні реципієнти (піонери, лідери);
- 3) імітатори, які, у свою чергу, поділяються на:
  - а) ранню більшість;
  - б) відстаючих.

*Новатори* є генераторами науково-технічних знань. Це можуть бути індивідуальні винахідники, наукові та дослідні організації, малі наукові підприємства. Вони зацікавлені в отриманні доходу від продажу розробленого ними інтелектуального продукту, який з часом може стати чимось особливим.

*Ранні реципієнти* (піонери, лідери) – це виробничі фірми, що першими освоїли нововведення, використовуючи інтелектуальний продукт новаторів. Вони прагнуть

до отримання надприбутку шляхом якнайшвидшого просування інновації на ринок. До фірм-піонерів, насамперед належать венчурні фірми, що працюють у малому бізнесі. До цієї категорії потрапляють також і великі корпорації, які є лідерами у своїх галузях. Якщо такі фірми мають у своїй структурі наукові, науково-дослідні, проєктні підрозділи, то вони є також і новаторами. Хоча вони можуть скористатися послугами чисто наукових, проєктних організацій, уклавши з ними договір або купивши патент (ліцензію).

*Рання більшість* представлена фірмами-імітаторами, які слідом за «піонерами» впровадили нововведення у виробництво, що забезпечує їм додатковий прибуток.

*Відстаючі* – це фірми, які стикаються з ситуацією, коли запізнення з нововведеннями приводить до випуску виробів, нових для них, але які або вже морально застаріли, або не користуються попитом на ринку через надлишкову пропозицію. Тому найчастіше відстаючі фірми замість очікуваного прибутку зазнають збитків.

*Фірми-імітатори* не займаються науково-дослідницькою та винахідницької діяльністю, вони отримують патенти і ліцензії від фірм-новаторів або беруть на роботу за договором фахівців, які розробили інновацію або нелегально її копіюють («інноваційне піратство») (Трибушная, 2011).

### 9.3 Фінансування інноваційної діяльності

Визначення реального джерела (джерел) фінансових ресурсів, необхідних для інноваційної діяльності, є одним з її центральних економічних завдань. Навіть найбільш ретельні розрахунки економічної ефективності та очікуваних фінансових результатів не гарантують, власне, інвестування, оскільки не здатні відобразити всіх аспектів зацікавленості потенційних інвесторів у реалізації проєкту.

У процесі інноваційного інвестування взаємодіють два учасники з різним підходом до вирішення питання про вкладення коштів:

- *ініціатор інвестування* – організація, що здійснює інноваційну діяльність – переконаний у доцільності інвестування, доводить цю цінність економічними і фінансовими розрахунками, кровно зацікавлений в інвестуванні, але, як правило, не в змозі забезпечити (вкласти в інноваційну діяльність) необхідні фінансові ресурси за рахунок власних коштів (принаймні повністю для досить великих інноваційних процесів);

- *сторонній інвестор*, який володіє (повністю або частково) необхідними фінансовими ресурсами, але зацікавлений в інвестуванні в інноваційну діяльність ініціатора інвестицій лише до того часу, поки задовольняються його вимоги до прибутковості і надійності вкладення коштів, і якого необхідно переконати в доцільності інвестування.

Зазначимо, що для забезпечення об'єктивності інвестиційного рішення ініціаторів інвестування доцільно розглядати як сторонніх інвесто-

рів, які мають право прийняти незалежне рішення про використання належних їм коштів (нерозподіленого прибутку підприємства, особистих заощаджень і майна) (Голубев, 2012).

Класифікація джерел фінансування інноваційної діяльності подана на рис. 9.2. Такий підхід дозволяє вже при розробленні варіантів використання різних джерел фінансування визначити зміни у фінансовому стані підприємства. Це є принципово важливим, оскільки будь-який сторонній інвестор, приймаючи рішення про інвестування, передусім орієнтується на те, яким є зараз і яким буде в перспективі загальний фінансовий стан конкретного підприємства, тобто аналізує не лише фактичні, а й прогнозні документи фінансової звітності.

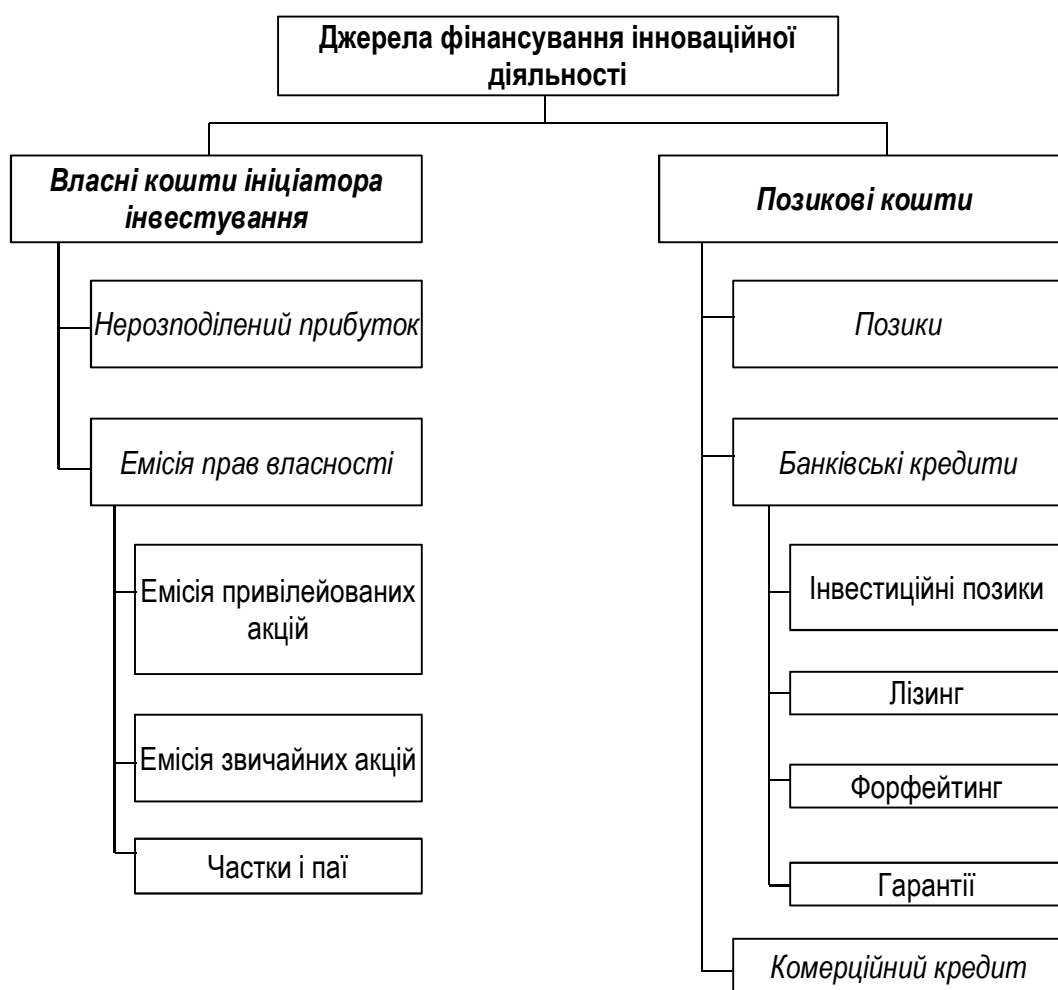


Рисунок 9.2 – Джерела фінансування інноваційної діяльності

Засоби для фінансування інноваційної діяльності ініціатор інвестування (реципієнт інвестицій) отримує переважно за допомогою фінансового ринку. Фінансування інноваційної діяльності за рахунок власних коштів ініціатора інвестицій дозволяє використовувати такі джерела фінансових ресурсів, як нерозподілений прибуток підприємства, а також емі-

сійні інструменти: емісія простих та привілейованих акцій, часток і паїв у капіталі підприємства. Фінансування інвестиційного проєкту за рахунок власних коштів підприємства (шляхом збільшення його капіталу) можливе як шляхом оплати емісійних інструментів у грошовій формі, так і у формі внесення до капіталу підприємства матеріальних цінностей (обладнання, нерухомості тощо) та нематеріальних активів (патентів, ліцензій тощо) (Голубев, 2012).

*Нерозподілений прибуток* являє собою частину чистого доходу підприємства, не витрачену на виплати (дивіденди) власникам і передану за рішенням останніх у капітал підприємства для збільшення його активів.

*Емісія прав власності* може включати випуск і розміщення двох видів цих цінних паперів:

- звичайних акцій, що дають повний набір прав власності, включаючи право управління, але не гарантують отримання доходу в певному розмірі і в певні терміни;
- привілейованих акцій, які дають у загальному випадку права на управління власністю, але частіше за все гарантують отримання власником твердого доходу.

*Частки і паї* за складом прав і прибутковості в цілому аналогічні звичайним акціям і відрізняються від них здебільшого порядком звернення: нормативними (статутними) вимогами до їх передачі від одного власника іншому: права власності, зафіксовані частками і паями, як правило, не випускаються на фінансовий ринок.

Описаний вище склад потенційних джерел фінансування інвестиційного проєкту надає менеджерам досить широкі можливості залучення фінансових ресурсів. У той самий час у кожному конкретному випадку ці можливості обмежені як особливостями окремих інвесторів, так і поточним станом фінансового ринку.

*Позикові кошти* як джерело фінансування інноваційної діяльності підприємства включають у себе позики та кредити.

*Позики підприємства* є запозиченнями (на загальних для кредитних відносин умовах терміновості, зворотності і платності), опосередковані емісією, розміщенням і погашенням цінних паперів – облігацій та фінансових векселів підприємства.

Облігація і фінансовий вексель за економічним змістом близькі один до одного і являють собою боргові зобов'язання підприємства з твердою (заздалегідь визначеною) прибутковістю і терміном погашення. У той самий час між ними є ряд відмінностей, пов'язаних в основному з нормативними вимогами до емісії та обігу. Крім того, з точки зору виплати доходу облігації є, як правило, процентними, а фінансові векселі – дисконтними цінними паперами.

*Кредити банку* для фінансування інноваційної діяльності підприємства можуть використовуватися безпосередньо у вигляді інвестиційних (довгострокових) позик, лізингу та форфейтингу або опосередковано у вигляді банківських гарантій за позиками інших кредиторів.

*Інвестиційні позики* є цільовими кредитами банку на реалізацію конкретного інвестиційного проєкту (інноваційного процесу) з точно встановленими і, як правило, розподіленими в часі вимогами до їх погашення і виплати відсотків за ними.

*Лізинг* – це оренда обладнання, необхідного для реалізації інноваційного процесу, за якої орендарем є підприємство, що реалізує проєкт, а як орендодавець – лізинговий відділ банку або лізингова компанія (яка, як правило, створюється і управляється банком). Кредитна сутність лізингу полягає в тому, що банк вкладає свої кошти у придбання певного, необхідного даному орендарю (лізингоодержувачу) обладнання і, передаючи його останньому на певний термін, отримує орендну плату: виникають аналогі суми кредиту і відсотків за ним (Голубев, 2012).

*Форфейтинг* є кредитування у формі купівлі банком (фінансово-кредитною організацією) у постачальника матеріально-технічних ресурсів для інноваційної діяльності векселів, акцептованих покупцем (підприємством, що реалізує інноваційний процес). На відміну від звичайного обліку векселів банками форфейтинг передбачає перехід усіх видів ризику за векселем до його покупця – форфейтера, тобто регрес за векселями виключається. Особливо широко форфейтинг застосовується при міжнародних угодах із тривалими термінами розрахунків. Позиковий відсоток у цьому випадку виражається і у вигляді дисконту при покупці векселя, і у вигляді різниці цін за негайної оплати та розрахунку векселем.

*Комерційний кредит* полягає у наданні відстрочення платежу підприємству, що здійснює інноваційну діяльність, постачальниками матеріально-технічних ресурсів, необхідних для реалізації інноваційного процесу. Таку відстрочення фактично рівнозначне наданню грошової позики в розмірі вартості поставки, а відсотки за ним є націнкою до вартості поставки при негайній оплаті. На практиці комерційний кредит найчастіше зводиться до будь-якої форми банківського кредиту: підприємство, яке надає відстрочку платежу, вдається до позикового кредитування, обліку векселів, форфейтингу для того, щоб відшкодувати кошти, вкладені в надані покупцеві ресурси (Голубев, 2012).

## 9.4 Інноваційна ідея для бізнесу

Насправді в світі завжди є те, що потрібно покращувати, і умови для того, щоб виникали інноваційні ідеї, що з'являються в суспільстві пос-

тійно. Однак вони часто залишаються непоміченими, оскільки потенційні споживачі обмежені в часі і ресурсах. На впровадження інноваційної ідеї або проєкту необхідні свої терміни, і швидкий ринковий ефект може не настати. Через це багато хто побоюється нововведень і віддає перевагу звичайним, перевіреним і вже працюючим проєктам бізнесу, стримуючим, у свою чергу, соціально-економічний розвиток держави у цілому.

Дуже рідко успішні ідеї виникають унаслідок геніального осяяння, як правило, інновації – результат інтелектуальної праці, свідомого і цілеспрямованого пошуку нових рішень.

Останнім часом термін «інноваційна ідея» трапляється все частіше і на всіх рівнях. Це, як правило, пов'язано з об'єктивною необхідністю модернізації нашої економіки і суспільства. Але що ж таке інноваційна ідея і чим вона відрізняється від звичайної?

Інноваційною ідеєю можна вважати нову оригінальну думку, що має певну цільову спрямованість і потенційну суспільно корисну цінність. Із наведених визначень випливає, що більшість ідей, що мають новизну, містять інноваційні елементи. Однак цього не достатньо для їх визначення як інноваційної ідеї.

Головними ознаками інноваційної ідеї є її відповідність сучасному напрямку (тренду) розвитку відповідної галузі господарювання та затребуваність в економіці. В цьому і лише в цьому випадку ідея стає інноваційною.

Першу ознаку необхідно визначати за світовим рівнем знань і технологій відповідної галузі господарювання, а також її тенденціями. Інноваційна ідея повинна ґрунтуватися на сучасних наукових уявленнях, використовувати останні технічні розробки, застосовувати передові технології та організаційні схеми.

Проте в нашій сучасній дійсності більш важливою буде друга ознака – затребуваність в економіці. Саме цей критерій стає для багатьох ідей непереборним, навіть за відповідності всім іншим науковим, технологічним і організаційним вимогам. Тому при розвитку і розробленні ідеї необхідно ретельно вивчити не лише новизну і рівень ідеї, а й її відповідність споживчим запитам ринку і можливостям виробництва. Необхідно також проаналізувати конкурентне середовище – з'ясувати ступінь конкурентоспроможності нової ідеї і можливість її розвитку в даних умовах.

Отже, відсутність затребуваності ідеї не дозволяє визначити її як інноваційну. З іншого боку, не кожна затребувана ідея є інноваційною. Дійсно затребуваними є і звичайні, неінноваційні ідеї. До того ж у більшості випадків в нашій країні впроваджуються саме такі, вже відомі в світі, звичайні ідеї, які мають локальну новизну – новизну в регіоні, в місті, на підприємстві. Саме такі ідеї сприяють поширенню і закріпленню пере-

дового досвіду. Не обов'язково все ідеї повинні бути інноваційними. Інноваційні ідеї забезпечують прорив, просування. Таких ідей не може бути багато.

Ще однією бажаною характеристикою інноваційної ідеї є її спрямованість у майбутнє. Інноваційна ідея повинна не лише відповідати сучасному рівню, але і зазирати у завтрашній день, тобто містити елементи постіндустріальних технологій. У цьому випадку інноваційній ідеї забезпечене тривале існування, розвиток та просування (Чистякова, 2014).

## **9.5 Поняття і склад інноваційної інфраструктури підприємництва**

Ефективне управління інноваційним процесом вимагає спеціальних організаційно-економічних механізмів. Необхідне формування комплексної інноваційної інфраструктури сучасного типу як сукупності інноваційних інститутів.

Створення нових інноваційних структур – одне з основних завдань економічної політики як економічно розвинених країн, так і країн, що розвиваються. Ці структури дозволяють стабілізувати економічну ситуацію. Навіть в економічно розвинених системах вони у ряді випадків створюються в період економічного спаду, структурної перебудови, що супроводжуються скороченням робочих місць, зменшенням обсягів бюджетних асигнувань на науковий розвиток в умовах значного накопичення науково-технічного потенціалу, за відсутності механізму доведення наявних ідей до конкретного споживача і досягнення комерційного успіху.

**Комплексна інноваційна інфраструктура** являє собою організаційну, матеріальну, фінансово-кредитну, інформаційну основу, що дозволяє створити умови, що сприяють розвитку інноваційної діяльності, технологічному трансферту, комерціалізації науково-технічної продукції. Інноваційна інфраструктура сприяє комерціалізації наукових досліджень, розвитку інноваційного підприємництва, дозволяє знизити невизначеність інноваційних процесів (Чистякова, 2014).

**Інноваційна інфраструктура** – це безліч суб'єктів інноваційної діяльності, що виконують функції обслуговування та сприяння інноваційним процесам.

До інноваційної інфраструктури входять організації, фірми, об'єднання, що охоплюють весь цикл здійснення інноваційної діяльності від генерації інноваційних науково-технічних ідей і їх відпрацювання з метою отримання і оформлення нововведення до випуску і продажів наукоємної продукції.

Інфраструктура інноваційної системи включає надання послуг зі створення і реалізації інновації:

- офіси комерціалізації розробок;
- центри трансферу технологій;
- технопарки; центри колективного користування;
- інжинірингові центри;
- центри кластерного розвитку;
- бізнес-інкубатори.

Також до складу інноваційної інфраструктури необхідно включити інститути розвитку, що належать до сфери інноваційної політики – органи державного управління, покликані підтримувати впровадження інновацій у відповідних регіонах.

*Офіс комерціалізації розробок* – спеціалізований структурний підрозділ, створений для введення результату інтелектуальної діяльності в господарський оборот.

*Центр трансферу технологій* – організація або структурний підрозділ організації, що володіє інноваційними розробками; або самостійна юридична особа, основне завдання якої – комерціалізація розробок, створюваних у материнських організаціях (відповідно в організаціях, яким вона надає послуги). Центр трансферу технологій створюється для переміщення результатів наукової діяльності, нових технологій від їх розробника або власника до нового власника або користувача в процесі виведення їх на ринок з метою отримання прибутку.

*Технопарк* – науково-виробничий територіальний комплекс, до якого входять дослідні інститути, лабораторії, експериментальні заводи з передовою технологією, створювані на заздалегідь підготовлених територіях навколо великих університетів із розвиненою інфраструктурою, до якої належать:

- лабораторні корпуси;
- виробничі приміщення багатоцільового призначення;
- інформаційно-обчислювальні центри колективного користування;
- системи транспортних та інших комунікацій;
- магазини;
- житлово-побутові приміщення;
- сервісні та виставкові комплекси (Алейнікова та ін., 2016).

*Технопарк* може бути юридичною особою або структурним підрозділом вищого навчального закладу, наукового центру (наукової організації), промислового підприємства. При цьому основною функцією технопарку є створення сприятливого середовища для розвитку компаній-резидентів. Послугами технопарків користуються малі і середні інноваційні підприємства, що знаходяться на різних стадіях комерційного освоєння наукових знань, ноу-хау і наукоємних технологій. Поряд із компаніями-резидентами



в технопарках можуть розмішуватися об'єкти інноваційної виробничо-технологічної інфраструктури:

- бізнес-інкубатори;
- центри трансферу технологій;
- центри кластерного розвитку;
- інжинірингові центри;
- центри колективного користування.

*Центри колективного користування* (ЦКП) являють собою науково-організаційні структури, що володіють сучасною приладовою базою і висококваліфікованими кадрами, забезпечують науковим, освітнім та іншим організаціям на наявній приладовій базі проведення досліджень, випробувань та вимірювань. Основною метою створення центру колективного користування є надання послуг із використання унікального обладнання і приладової бази, програмних комплексів споживачам (співробітникам закладів вищої освіти і академічних інститутів, а також промисловим підприємствам і різним комерційним організаціям) послуг із підготовки висококваліфікованого персоналу під час стажувань, участі здобувачів освіти у виконанні наукових досліджень.

*Інжинірингові центри* – організації, які надають комплекс інжинірингових послуг, що включає інженерно-консультаційні послуги з підготовки та забезпечення процесу виробництва і передачі товарів, робіт, послуг:

- проведення передпроектних робіт, наукових досліджень і розробок;
- складання технічних завдань і техніко-економічних обґрунтувань будівництва промислових та інших об'єктів;
- проведення інженерно-пошукових робіт для будівництва об'єктів;
- розроблення технічної документації;
- проектування та конструкторського опрацювання об'єктів техніки і технології на стадії впровадження інновацій;
- післяпроектні послуги при монтажі та пусконаладжувальних роботах тощо.

*Центри кластерного розвитку* (ЦКР) націлені на створення умов для ефективної взаємодії підприємств – учасників територіальних кластерів, установ освіти та науки, некомерційних і громадських організацій, органів державної влади та місцевого самоврядування, інвесторів в інтересах розвитку територіального кластера, забезпечення реалізації спільних кластерних проєктів.

*Бізнес-інкубатори* є інститутами підтримки малих підприємств на початковій стадії розвитку (на стадії старт-ап) на обмежений термін. Бізнес-інкубатори надають резидентам комплекс послуг, що включає надання приміщень на пільгових умовах, забезпечення офісною технікою та засо-

бами комунікацій, консультаційні послуги, послуги з аутсорсингу бухгалтерських та юридичних послуг (Чистякова, 2014).

*Бізнес-інкубатор* – комерційна організація: самоокупність забезпечується за рахунок її участі в тій чи іншій формі в майбутніх прибутках інноваційних фірм. В основу інкубаторного підходу покладено цілі і завдання формування певного позитивного підприємницького середовища і надання конкретної підтримки для бізнес-одиниць, що зароджуються в будь-якій галузі економіки. Розвиток інкубаторів інноваційного бізнесу, як основи і ядра майбутніх технопарків і технополісів є оптимальним тактичним заходом. Поява їх поруч з оборонними комплексами, академічними інститутами і закладами вищої освіти (або безпосередньо всередині них) дозволило б забезпечити значну кількість фахівців творчою і високооплачуваною роботою, не ставлячи їх перед необхідністю звільнення і виїзду в інші населені пункти або навіть за межі країни.

В інкубаторі проводяться такі види робіт:

- експертиза інноваційних проєктів, що включає науково-технічну експертизу, яка визначає новизну і достовірність пропонованого проєкту, а також екологічну та комерційну експертизи (кон'юнктурне опрацювання, оцінювання майбутнього ринку нового товару і очікуваний прибуток);

- пошук інвесторів і за необхідності надання гарантій;
- надання на пільгових умовах приміщень, обладнання, дослідного виробництва;
- надання на пільгових умовах правових, рекламних, інформаційних, консультаційних та інших послуг (Трибушная, 2011).

Для оцінювання ефективності функціонування інноваційної інфраструктури необхідно розглядати чотири групи ключових суб'єктів:

- державу;
- місцеву владу;
- керівництво об'єктів інноваційної інфраструктури;
- резидентів об'єктів інноваційної інфраструктури.

Ефекти від функціонування інноваційної інфраструктури наведені в табл. 9.2 (Чистякова, 2014).

При цьому для держави і місцевих органів влади пропонується розраховувати чотири види ефективності:

- стратегічну;
- економічну;
- соціальну;
- бюджетну.

Для керівництва і резидентів об'єктів інноваційної інфраструктури досить розрахунку трьох видів ефективності: стратегічної; економічної; соціальної.

Таблиця 9.2 – Ефекти від функціонування інноваційної інфраструктури

| Ефекти, одержувані державою   | Ефекти, одержувані керівництвом об'єктів інноваційної інфраструктури  |
|---|---|
| <p><b>Стратегічні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обсяг інноваційної продукції;</li> <li>- частка наукоємної продукції у ВВП;</li> <li>- загальна кількість інноваційних компаній;</li> <li>- кількість патентів та винаходів, комерціалізованих нововведень.</li> </ul> <p><b>Економічні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обсяг продукції, виробленої інноваційними підприємствами, що користуються інноваційною інфраструктурою;</li> <li>- кількість і вартість проєктів, підтриманих державою і регіональними структурами;</li> <li>- обсяг залучених інвестицій;</li> <li>- обсяг НДДКР;</li> <li>- частка державних коштів у загальному обсязі поточних витрат</li> </ul> <p><b>Соціальні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- кількість створених робочих місць;</li> <li>- кількість здобувачів вищої освіти і ППС, зайнятих в інноваційному бізнесі</li> </ul> <p><b>Бюджетні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обсяг податкових відрахувань до бюджету</li> </ul> | <p><b>Стратегічні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- загальна кількість компаній;</li> <li>- кількість компаній віком до одного року;</li> <li>- кількість компаній віком від одного до трьох років;</li> <li>- кількість збанкрутілих компаній;</li> <li>- кількість компаній, які перейшли в середні і великі;</li> <li>- кількість комерціалізованих розробок;</li> <li>- затребуваність і якість послуг, що надаються;</li> <li>- задоволеність резидентів;</li> <li>- тіснота зв'язків резидентів з університетами</li> </ul> <p><b>Економічні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обсяг залучених позабюджетних коштів;</li> <li>- рентабельність;</li> <li>- термін окупності</li> </ul> <p><b>Соціальні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- кількість створених робочих місць;</li> <li>- частка студентів, аспірантів і ППС, зайнятих в інноваційному бізнесі;</li> <li>- середній рівень заробітної плати</li> </ul> |
| Ефекти, одержувані місцевою владою  | Ефекти, одержувані резидентами об'єктів інноваційної інфраструктури   |
| <p><b>Стратегічні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- розвиток інноваційного сектору економіки</li> </ul> <p><b>Економічні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- кількість інноваційних компаній та обсяг виробленої ними продукції;</li> <li>- обсяг залучених у регіон інвестицій</li> </ul> <p><b>Соціальні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- кількість створених робочих місць;</li> <li>- кількість і вартість кваліфікованої робочої сили</li> </ul> <p><b>Бюджетні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обсяг податкових відрахувань до бюджету</li> </ul>  | <p><b>Стратегічні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обсяг ринків збуту;</li> <li>- темпи зростання бізнесу;</li> <li>- рентабельність бізнесу</li> </ul> <p><b>Економічні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рівень витрат;</li> <li>- доступність інвестицій</li> </ul> <p><b>Соціальні:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- задоволеність резидентів інноваційною інфраструктурою;</li> <li>- задоволеність персоналу фірм інноваційною інфраструктурою</li> </ul>  |

При цьому для держави і місцевих органів влади пропонується розраховувати чотири види ефективності: стратегічну; економічну; соціальну і бюджетну. Для керівництва і резидентів об'єктів інноваційної інфраструктури досить розрахунку трьох видів ефективності: стратегічної; економічної; соціальної.

Запропонована система оцінювання ефективності є універсальною і може бути застосовна для планового аудиту та моніторингу ефективності різних об'єктів інноваційної інфраструктури.

## Література

1. Алейнікова О.В., Притула Н.М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент. Навчальний посібник. – Київ: ДВНЗ «Університет менеджменту освіти», 2016. 614 с.
2. Голубев А. А. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебное пособие. Санкт-Петербург: СПбГУ ИТМО, 2012. 119 с.
3. Закономерности и тенденции развития современного предпринимательства / под ред. А. Н. Асаула. Санкт-Петербург: ИПЭВ, 2008. 280 с.
4. Трибушная В. Х. Инновационная инфраструктура как необходимость поддержки наукоёмкого предпринимательства: технопарки и стратегическое управление: монография. Ижевск: ИГТУ, 2011. 240 с.
5. Чистякова О. В. Формирование и развитие инновационной инфраструктуры предпринимательства на мезоуровне: теория, методология и практика. Дисс. на соискание Специальность 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством» (Управление инновациями). Иркутск: Байкальский государственный университет экономики и права, 2014. URL: [http://www.istu.edu/docs/science/2014/gefence/chistjakova\\_dis.pdf](http://www.istu.edu/docs/science/2014/gefence/chistjakova_dis.pdf) (дата обращения: 1.03.2018).
6. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Москва: Прогресс, 1982. 385 с.

## Питання до теми

1. Чому освоєння нових ринків збуту можна віднести до типових інновацій (за Шумпетером)?
2. Визначте відмінності у трактуванні поняття «інновації» закордонними та вітчизняними вченими?
3. Які види інновацій ви знаєте?
4. Які існують основні види інноваційної діяльності?
5. Назвіть основні етапи інноваційного процесу.
6. Перелічіть категорії основних учасників інноваційної діяльності.
7. Наведіть приклади зацікавленості в інноваційній діяльності різних категорій учасників (новаторів, піонерів та інших).
8. Які функції на ринку виконують різні категорії основних учасників інноваційної діяльності?

9. Які ви можете назвати джерела фінансування інноваційної діяльності?

10. Наведіть приклади як саме можуть отримуватись засоби для фінансування інноваційної діяльності.

11. У чому суть і головні ознаки інноваційної ідеї?

12. Наведіть приклади інноваційних ідей, які змінили умови суспільного життя за останні 50 років.

13. Дайте характеристику складовим інноваційної інфраструктури.

14. Дайте характеристику проблемам функціонування інноваційних структур в Україні.

15. Наведіть приклади та охарактеризуйте ефекти, які виникають на місцевому рівні від функціонування інноваційної інфраструктури.

### **Контрольні завдання**

1. Проаналізуйте особливості державної підтримки інноваційної діяльності в світі і Україні. У чому спільні ознаки і відмінності?

2. Наведіть приклади бізнес-інкубаторів в Україні. Які їх специфічні ознаки?

3. Проаналізуйте, яку роль відіграють підприємства малого і середнього бізнесу в розвитку інновацій?

## **Кейс до розділу**

### **Венчурна діяльність у підприємництві та бізнесі**

Традиційно венчурний бізнес трактується як ризиковане підприємництво, ведення справ з високою ймовірністю ділової невдачі. Однак венчурний бізнес необхідно розглядати насамперед саме як вид підприємницької діяльності. Він багато в чому базується на особистих якостях бізнесмена, його таланті і в цьому розумінні протистоїть корпоративному бізнесу, в якому роль «першої скрипки» відіграє команда технократів (Краус, 2013).

**Венчурний бізнес** – вид бізнесу, орієнтований на практичне використання технічних і технологічних інновацій, результатів наукових досягнень, ще не випробуваних на практиці. Цей вид бізнесу пов'язаний із великим ризиком, тому його часто називають ризиковим (Венчурний, 2018).

**Венчурне підприємництво** – це ризикова діяльність, у процесі якої створюються і впроваджуються у виробництво нові товари, технології, послуги. Це поєднання двох видів підприємництва: фінансового та інноваційного. Відповідно до цього спеціалізовану діяльність із виробництва та просування на ринок нових товарів проводять компанії і фонди венчурного капіталу та малі венчурні фірми (Краснокутська, 2003).

**Венчурна фірма** – підприємство, продуктом якого є пов'язані з ризиком інновації (нововведення) різного роду: у сфері наукових досліджень, технології, створення нових продуктів, організації виробництва, маркетингу. Організація венчурної фірми є початковим етапом розвитку продукту, займаючись відбором і розроблення наукової або технічної ідеї, її апробацією, створенням зразків і моделей для подальшої їх передачі на стадію промислового виробництва. Часто із закінченням роботи над продуктом фірма припиняє існування. Венчурні фірми реалізують лише невелику частку запущених проєктів. Оскільки 30–40% прийнятих до розроблення проєктів виявляються збитковими, значна частина фірм банкрутує (Венчурная, 2018).

Ідеологія венчурного підприємництва – ідеологія партнерства вчених-розробників і бізнесу. Важливою є роль держави і державних програм адресної підтримки розвитку венчурного підприємництва (таких як: SBIC – у США, SITRA – у Фінляндії, Yozma – в Ізраїлі та ін.). Вони є каталізатором запуску процесу. Венчурний капітал є прикладом реальної політики забезпечення конкурентоспроможності в ринковій економіці. Незважаючи на тимчасові «злети» і «падіння», венчурний капітал впливає як на бізнес, так і на державне регулювання економіки (Аммосов, 2004).

Розвиток венчурної діяльності в Україні неможливий без планомірного розвитку і вдосконалення її інфраструктурного забезпечення. З огляду на специфічні особливості венчурної діяльності її інфраструктурні інститути повинні виконувати такі функції:

- інвестиційне забезпечення венчурних проєктів (фінансування, кредитування, страхування);
- ресурсне забезпечення венчурних підприємств (допомога в забезпеченні матеріальними і нематеріальними ресурсами);
- надання різних спеціалізованих послуг (консалтинг, інформування, комунікації, навчання, стажування, проведення досліджень, супровід бізнес-проєктів та ін.);
- допомога в управлінні (передусім, ризиками, що передбачає їх перерозподіл та мінімізацію);

- психологічна підтримка (мотивація суб'єктів діяльності);
- правова допомога (захист прав інтелектуальної власності та ін.) тощо.

З огляду на наявність різних типів інвесторів венчурної діяльності відзначимо, що умовно їх можна поділити на три види:

1) венчурні інвестори – фізичні або юридичні особи, які фінансують нові, інноваційні та швидкозростаючі компанії або інвестиційні проєкти (стартапи), що характеризуються порівняно високим рівнем ризику і в той самий час потенційно високим рівнем прибутковості (Олейников, 2014);

2) стратегічні інвестори – фізичні або юридичні особи, зацікавлені в придбанні акцій з метою управління об'єктом інвестицій та / або повного його викупу;

3) інвестиційний банк – спеціалізована кредитна установа, що залучає довгостроковий позиковий капітал і надає його в розпорядження позичальникам (підприємцям і державі) через випуск облігацій та інші види боргових зобов'язань; такий банк є не просто посередником між інвестором і позичальником, а й гарантом емісії та організатором ринку (Инвестиционный, 2018).

Венчурна діяльність є специфічним видом підприємницької діяльності. Якщо до основних видів підприємництва відносять: торговий, виробничий, фінансовий та інформаційний, то венчурна діяльність може поєднувати в собі ознаки всіх зазначених, крім першого виду (рис. 1).

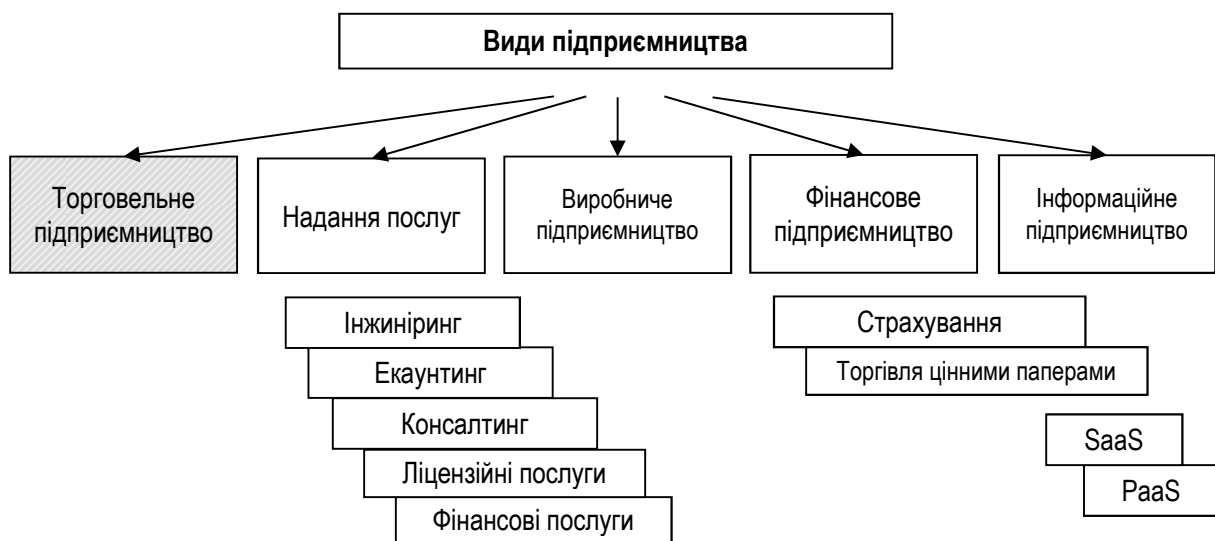


Рисунок 1 – Види підприємництва (не заштриховані), які можуть включати венчурну діяльність

Із розвитком інформаційних технологій венчурні проєкти SaaS (від англ. *Software as a service* – програма як послуга) дозволили просувати продукцію споживачам завдяки спеціальним веб-програмам через засоби зв'язку (Інтернет, мобільний зв'язок). В Україні створені такі SaaS програми: bitrix24.com, crmtronic.com, gitlab.com, jeapie.com, rappit.mobi, triggmine.com, Unisender.com.

Існують три організаційні моделі венчурного бізнесу (Варналій, 2004).

**Малий інноваційний бізнес** – виконує чітко окреслені функції в самому процесі нововведень (експериментування, початкове освоєння комерційних нововведень, виготов-

лення складної нестандартної продукції та ін.). Малі фірми швидше впроваджують науково-дослідні розробки виробничих процесів. За даними обстежень, проведених Національним науковим фондом США, малий бізнес, у розрахунку на одного зайнятого генерує в 2,5 рази більше нововведень, ніж великі фірми, а процес впровадження відбувається, як правило, на один рік швидше. Але малі фірми мають обмежені фінансові можливості для проведення досліджень.

**Великі фірми** – здійснюють великомасштабні інноваційні проекти. Вони мають більше фінансових можливостей для проведення фундаментальних досліджень, конструкторсько-технологічних розробок і менше ризикують у разі відсутності успішного результату (він перебивається масштабами звичайної діяльності, можливість вкладати кошти відразу в кілька інноваційних проектів; невдача в одних проектах перебивається значним доходом від впровадження інших).

**Форми колективного підприємництва** включають: консорціуми, венчурні компанії, програми науково-виробничого партнерства. Наприклад, у США розгорнуті широкі інтеграційні програми, створено 40 науково-дослідних консорціумів за участю десятків провідних фірм у передових галузях. В Японії, Великобританії, Німеччині та Голландії за минуле десятиріччя пройшла «інкубація» нових фірм при університетах, великих дослідних центрах та корпораціях. У США налічується 125 великих і кілька сотень невеликих і дрібних ризикових інноваційних фірм. Деякі з них являють собою відділення фінансових інститутів – інноваційних та інвестиційних фондів. Однак більша частина інноваційних фірм – це товариства, що створюються, як правило, трьома-чотирма партнерами-підприємцями. Члени товариства об'єднуються, щоб мобілізувати капітал та вкласти його в нові динамічні компанії – венчурні фірми.

Класифікація видів венчурної діяльності наведена на рис. 2.

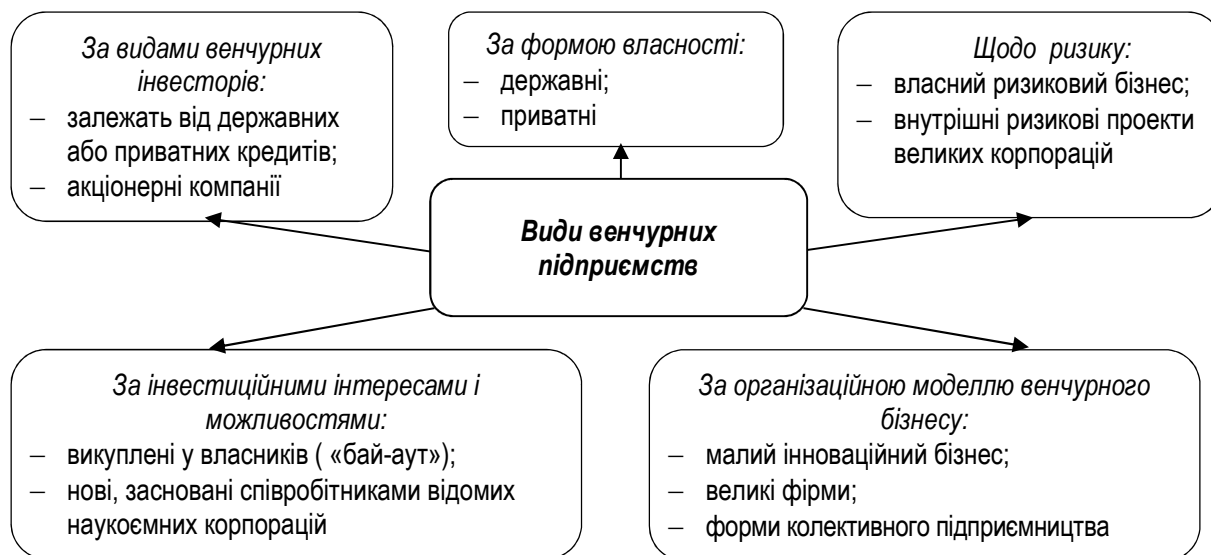


Рисунок 2 – Класифікація видів венчурних підприємств

Інвестиції у венчурні проекти відрізняються від інших за своєю природою і механізмами реалізації відповідно. Систематизація методів інвестування інноваційного розвитку суб'єктів господарювання наведена на рис. 3.





Рисунок 3 – Методи інвестування інноваційної діяльності промислових підприємств (Щукін, 2011)

У самій природі венчурів закладені надзвичайні ризики, отже, їх аналіз та оцінювання є обов'язковими і невід'ємними у венчурній діяльності. З огляду на відсутність стійких формалізованих методичних підходів до формування релевантної інформаційної факторної бази, алгоритмів розрахунків і прийняття відповідних управлінських рішень, можна систематизувати існуючі теоретичні та практичні напрацювання в цій сфері і сформулювати рекомендації до аналізу й оцінювання ризиків венчурної діяльності промислових підприємств.

Відповідно до «Положення щодо пруденційних нормативів професійної діяльності на фондовому ринку та вимог до системи управління ризиками» (затвердженого Рішенням Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 01.10.2015 р № 1597) для вимірювання та оцінювання ризиків різних видів діяльності визначено використання таких показників (Рішення, 2015):

- 1) мінімальний розмір регулятивного капіталу;
- 2) норматив адекватності регулятивного капіталу;
- 3) норматив адекватності капіталу першого рівня;
- 4) коефіцієнт фінансового левериджу;
- 5) коефіцієнт абсолютної ліквідності;
- 6) мінімальний розмір власних коштів;
- 7) норматив достатності власних коштів;

- 8) коефіцієнт покриття операційного ризику;
- 9) коефіцієнт фінансової стійкості;
- 10) коефіцієнт покриття зобов'язань учасників клірингу.

Усі зазначені показники належать до сфери фінансового аналізу і жоден із них не відтворює в повному обсязі характерні особливості ринкової, зокрема венчурної діяльності. Тому застосовувати їх бажано сукупно.

## Література

1. Аммосов Ю. П. Венчурный капитализм: от истоков до современности. Санкт-Петербург: РАВИ, 2004. 409 с. 7.
2. Варналій З. С., Сизоненко В. О. Основи підприємницької діяльності: підруч. для учнів 10-11 кл. загальноосвітніх шкіл, ліцеїв та гімназій. Київ: Знання України, 2004. 403 с.
3. Венчурный бизнес. *Экономический словарь*. URL: [http://abc.informbureau.com/html/aaixodiue\\_aecian.html](http://abc.informbureau.com/html/aaixodiue_aecian.html) (дата обращения: 03.10.2018).
4. Венчурная фирма. *Экономический словарь* URL: [http://abc.informbureau.com/html/aaixodiass\\_oedia.html](http://abc.informbureau.com/html/aaixodiass_oedia.html) (дата обращения: 01.10.2018).
5. Дериколенко О. М. Венчурна діяльність промислових підприємств: теорія, методологія, практика. Монографія. Суми: Видавництво ВВП «Мрія», 2016. 304 с.
6. Инвестиционный банк. *Википедия*. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Инвестиционный\\_банк](https://ru.wikipedia.org/wiki/Инвестиционный_банк) (дата обращения: 01.10.2018).
7. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2003. 504 с.
8. Краус К. М. Венчурне інвестування управління маркетингом малих торговельних підприємств: умови та джерела. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. № 1. С. 73–83
9. Олейников А. Кто он – венчурный инвестор в Украине и как привлечь венчурные инвестиции в стартап? *InVenture. Инвестиционная аналитика*. 06.05.14. URL: <https://inventure.com.ua/analytics/formula/kto-on-venchurnyj-investor-v-ukraine-i-kak-privlech-venchurnye-investicii-v-startap> (дата обращения: 01.10.2018).
10. Рішення національної комісії з цінних паперів та фондового ринку «Про затвердження Положення щодо пруденційних нормативів професійної діяльності на фондовому ринку та вимог до системи управління ризиками» від 01.10.2015 р. № 1597. *Верховна Рада України. Законодавство України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1311-15> (дата звернення: 01.10.2018).
11. Щукін О. І. Методи проектно-оперативного управління розвитком інвестиційного потенціалу інноваційної діяльності підприємств: автореф. дис.... д-ра екон. наук: 08.00.04. Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2011. 40 с.

# **РОЗДІЛ 10**

## **ІНФОРМАЦІЙНІ ФАКТОРИ В ЕКОНОМІЦІ ТА БІЗНЕСІ**

- Поняття про інформацію
- Форми, рівні та функції інформації
- Кількісне та якісне оцінювання інформації в економічних системах
- Роль пам'яті в економічних системах
- Роль інформації в економіці та бізнесі
- Особливості та зміст інформаційних товарів

### **10.1 Поняття про інформацію**

Інформація на рівні з матерією є основою формування і розвитку природних і суспільних систем. Будь-яка з них має у собі як матеріальний, так і інформаційний початок, взаємообумовлюючи і взаємоформуючи один й інший.

Інформація відіграє вирішальну роль у формуванні властивостей відкритості і стаціонарності систем, що надзвичайно важливо для функціонування систем і забезпечення їх ефективності. Інформація також є ключовим фактором у забезпеченні синергетичних властивостей системи, які визначають здатність до узгодженої поведінки окремих елементів всередині самої системи, а також у відносинах системи на надсистемному рівні. Саме це обумовлює реалізацію зв'язків цієї системи з іншими системами.

У працях учених (Бриллюэн, 1960, Винер, 1958; Реймерс, 1990; Урсул, 1971; Шеннон и др., 1963; Эшби, 2009) сформульовані функціональні ознаки інформації:

- повідомлення;
- міра ймовірності та невизначеності;
- форма відображення;
- реальність, що формує матерію;
- програма розвитку;
- організаційне начало;
- природний ресурс;
- критерії відмінності;
- ступінь різноманітності;
- ступінь неоднорідності;
- вибір альтернативи;
- ступінь вибору;
- міра упорядкування.

**Інформація** може бути визначена як природна реальність, що несе в собі характерні ознаки предметів і явищ природи, що проявляються в просторі і часі.

*Інформація нематеріальна*; вона не має двох головних ознак матеріальних предметів – заряду і маси. Однак носієм інформації є матеріальні об'єкти. Вона формується за допомогою закріплених пам'яттю системи різницями енергетичних потенціалів (між елементами всередині системи і між системою та зовнішнім середовищем). Вони визначають здатність системи змінюватися в просторі і часі.

## 10.2 Форми, рівні та функції інформації

**Форми інформації.** У табл. 10.1 показані різні форми інформаційної реальності, а на рисунку 10.1 схематично зображено рівні інформаційної реальності.

Таблиця 10.1 – Форми інформаційної реальності

| Рівень інформаційної реальності  | Форма інформаційної реальності   |
|--|--|
| 1  | 2  |
| 1. Первинні фундаментальні сутності, що визначають організаційну першооснову матеріальної субстанції | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Фундаментальні фізичні закони природи;</li> <li>• причинно-наслідкові зв'язки;</li> <li>• закономірності взаємодії між об'єктами матеріального світу (наприклад, космічними об'єктами у Всесвіті);</li> <li>• просторовий порядок розташування тіл та явищ;</li> <li>• порядок перебігу подій у часі;</li> <li>• інформаційні коди елементарних частинок, а також атомів та молекул (носії властивостей речовини й енергії);</li> <li>• програми саморегуляції неживої природи</li> </ul> |
| 2. Вторинні інформаційні сутності, що виникли в результаті саморегуляції природи                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Генетичні програми (генетичний код, геном), що визначають самоорганізацію живих організмів і біологічних видів;</li> <li>• закріплені зв'язки, що визначають функціонування біологічних співтовариств (біоценозів) та екосистем</li> </ul>  |
| 3. Інформаційні сутності вищого рівня, що виникли в результаті розвитку живої природи                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Інформаційний код мозку людини;</li> <li>• нервові відчуття живих організмів;</li> <li>• інтелект (мисляча і чуттєва сутність) людини та вищих тварин (душа, думка, дух, особистість, соціо);</li> <li>• громадські сутності (економічні та соціальні відносини)</li> </ul>   |

Продовження табл. 10.1

| 1   | 2   |
|---|---|
| 4. Інформаційні продукти інтелекту і суспільства          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Знання;</li> <li>• емоції;</li> </ul> види комунікаційної взаємодії (мови, повідомлення, зображення та ін.); <ul style="list-style-type: none"> <li>• види мотиваційного впливу (залякування, стимулювання, натхнення);</li> <li>• чуттєві образи реальної картини матеріального світу;</li> <li>• плани дій;</li> <li>• навички виконання фізичної та розумової роботи;</li> <li>• засади (закони, правила, традиції, цінності, стандарти, інструкції, заборони, засади);</li> <li>• штучно виведені породи тварин і сорти рослин;</li> <li>• технології (включаючи управлінські);</li> <li>• результати діяльності в секторах культури, мистецтва, спорту;</li> <li>• комп'ютерні програми, програми для роботів і штучний інтелект;</li> <li>• інформаційні зміни, що вносяться людиною в ландшафти, біоценози, екосистеми</li> </ul> |
| 5. Вторинні інформаційні продукти інтелекту і суспільства | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Результуюча генетична інформація від виведених людиною біологічних видів;</li> <li>• інформаційна продукція, вироблена за допомогою комп'ютерних програм;</li> <li>• результати дії комп'ютерних «вірусів»;</li> <li>• штучні системи, що самоорганізуються</li> </ul>   |
| 6. Продукти діяльності систем, що самоорганізуються       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Нові покоління самовідтворюваних генетично модифікованих організмів;</li> <li>• самовідтворювані комп'ютерні програми;</li> <li>• результати самовідтворення технічних систем</li> </ul>   |

Інформаційна реальність, маючи в своїй основі єдину сутнісну природу, розвинулася в масштабах нашої планети в складний різноманітний світ, де основним виконавцем є людина, що діє в рамках суспільства.

На основі звичних понять та аналогій матеріального світу на рис. 10.2 систематизовано основні функції інформаційної реальності.

Людина отримує можливості абстрактного мислення (рефлексії). Отже, вона здатна формувати інформаційні образи, відірвані від реальної дійсності, тобто створювати «віртуальну реальність». Віднайдені нею інформаційні образи виконують соціальні та економічні функції і відрізняються великим різноманіттям.

|           |   |  |
|-----------|---|--|
| Шостий    | Продукти систем, що самоорганізуються<br> |  |
| П'ятий    | комп'ютерні продукти<br>                   | продукти штучного інтелекту<br>$F(x) = \ln x^2 + 23x$<br>$\cos \arctg \psi$                                  |
| Четвертий | знання<br>                                 | комп'ютер та ін.<br>       |
| Третій    | особистість<br>                            | громадські об'єднання<br> |
| Другий    | біологічні види<br>                      | екосистеми<br>           |
| Перший    | закони природи<br>                      | причинно-наслідкові зв'язки та ін.   |

Рисунок 10.1 – Рівні інформаційної реальності

Назвемо лише деякі з них:

- емоції;
- знання;
- художні образи;
- ідеї;
- конструктивні принципи;
- технологічні рішення;
- прийняті рішення;
- команди до дії.

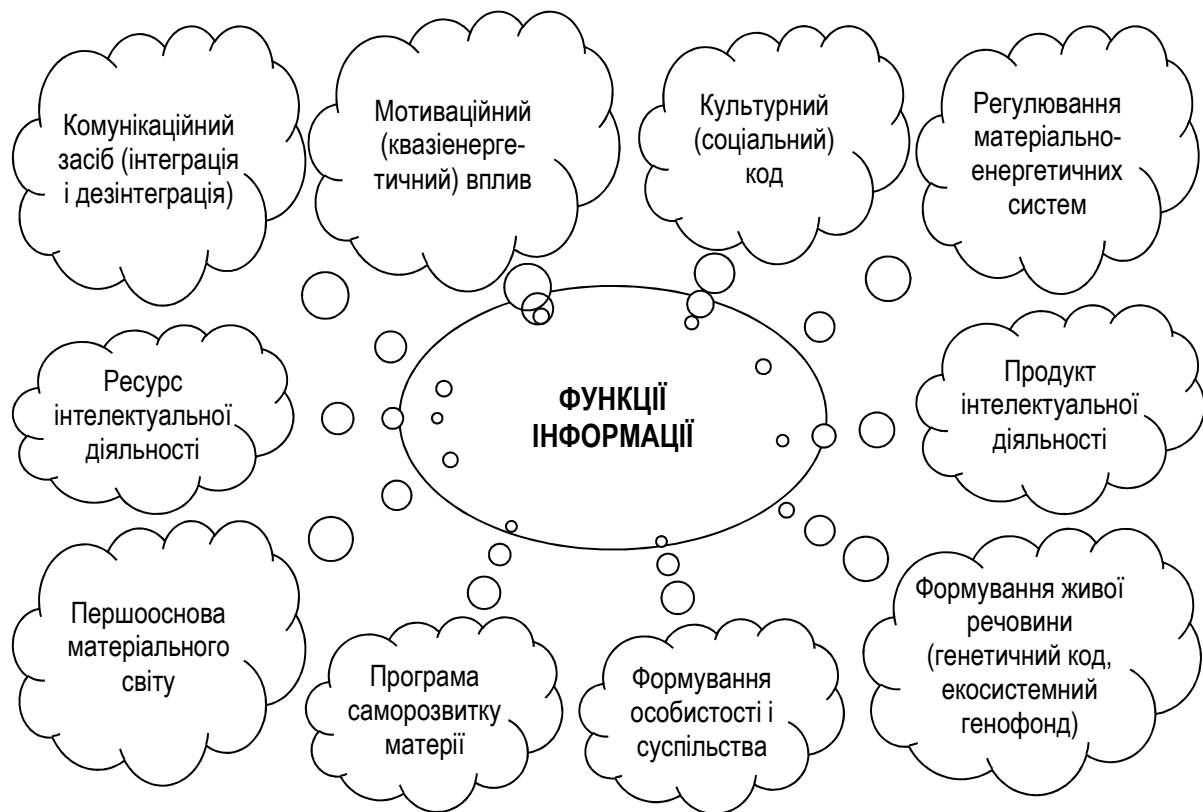


Рисунок 10.2 – Природні та соціально-економічні функції інформації

Таким чином, використовуючи термінологію матеріального виробництва, можна зазначити, що інформаційна продукція може виступати в формі: *заготовок* (наприклад, зібраних і проаналізованих фактів), *напів-фабрикатів* (ідей), *готових виробів* (інформаційних послуг, наприклад, консультацій) або «*інформаційних вузлів*» (художніх зразків) і *складних систем* (технологічних рішень).

І інформаційні ресурси, і інформаційні продукти можуть розглядатися як самостійні функції інформаційного начала. У деяких джерелах (Белл, 1999; Иноземцев, 1999) ці дві інформаційні сутності поділяються термінологічно: перша називається *інформацією*, друга – *знаннями*.

Згадані вище програми (включаючи плани розробок і комп'ютерні програми) є також одним із різновидів інформаційної продукції. У розвинутих економічних системах будь-який продукт стає об'єктом купівлі-продажу. Інформаційна продукція не є винятком.

У XXI столітті програмний продукт перетворився на один із найбільш вигідних товарів, приносячи виробникам мільярдні прибутки. Споживачі платять ці гроші, розуміючи, що, тільки освоївши найбільш прогресивні види і засоби виробництва, вони зможуть різко підвищити ефективність. Це, у свою чергу, економічно надзвичайно вигідно.

### 10.3 Кількісне та якісне оцінювання інформації в економічних системах

**Підходи до кількісного оцінювання інформації.** Перші спроби кількісного оцінювання інформації базуються на її трактуванні як повідомлення. Не випадково, що критерій кількісного оцінювання взята ймовірність. Це зроблено з тих міркувань, що чим менш ймовірнісна подія, про яку передається в повідомленні, тим більше інформації закладено в останньому (хоча залежність і не має лінійного характеру).

**Оцінювання інформації при рівноймовірному результаті подій.** У 1929 році американський учений Р. Хартлі запропонував як міру кількості інформації брати логарифм числа можливих результатів або станів системи ( $P$ ) за умови їх однакової ймовірності (відносної частоти):

$$I = \log P \text{ (біт)}. \quad (10.1)$$

Кількість інформації один біт отримується, якщо повідомлення передає один з двох рівноймовірних взаємовиключних результатів (0 і 1). Зокрема, це відбувається при випаданні одного з боків монети: «орла» чи «решки» ( $P = 2$ ). При киданні гральної шестигранної кісточки кількість можливих результатів дорівнює 6 ( $P = 6$ ).

При киданні двох кісток відразу ми отримуємо вдвічі більше інформації, ніж при киданні однієї кісточки. Показники інформації, таким чином, складаються, а значення рівноймовірних можливостей перемножуються. Для кидання двох кісток або для двох кидань однієї кістки отримаємо

$$P = P_1 \cdot P_2 = 6 \cdot 6 = 36, \quad (10.2)$$

$$\text{а: } I = \log P_1 + \log P_2. \quad (10.3)$$

При нерівноймовірному результаті подій кількість інформації визначається за більш складною формулою Шеннона, що враховує ймовірність кожної з можливих подій (Шеннон, 1963).

$$I = - \sum_{i=1}^N P_i \log_2 P_i, \quad (10.4)$$

де  $I$  – кількість інформації (цей показник отримав назву «ентропія Шеннона»);  
 $N$  – кількість можливих подій;  
 $P_i$  – ймовірність (відносна частка)  $i$ -ї події.

Знак мінус у формулі Шеннона не означає, що кількість інформації в повідомленні – від'ємна величина. Пояснюється це тим, що ймовірність  $P$  згідно з визначенням менша від одиниці, але більша від нуля. Через те, що логарифм числа, меншого за одиницю, – величина від'ємна, добуток ймовірності на логарифм числа буде додатним.



Не важко помітити, що при рівній ймовірності подій формула Шеннона перетворюється на формулу Хартлі.

**Оцінювання якості інформації.** Щоб системи функціонували і розвивалися, повинен здійснюватися не лише матеріальний (тобто речовинно-енергетичний), але й інформаційний метаболізм систем. Іншими словами, повинен відбуватися обмін інформацією (який отримав назву комунікації) між системою і зовнішнім середовищем, а також між окремими частинами в самій системі. Це означає, що інформація повинна чимось (або кимось) передаватися і чимось (кимось) прийматися. Зазначене обумовлює наявність як мінімум трьох сфер:

- джерела (передавача) інформації (об'єкта або суб'єкта);
- приймача інформації (об'єкта або суб'єкта);
- каналу передачі інформації від передавача до приймача (каналу зв'язку).

Іншим важливим моментом є те, що інформація повинна бути не просто передана від передавача до приймача, а сприйнята останнім адекватно. Зазначене формує певні вимоги до якості процесів передачі та сприйняття інформації. Вона визначається особливостями зазначених трьох взаємозв'язаних груп факторів (передавача, приймача, каналу зв'язку), а також самої інформації.

Під якістю інформації розуміють сукупність властивостей інформації, що забезпечують її придатність для виконання функцій існування і розвитку системи. Якість інформації характеризується рядом показників та критеріїв. Авторська інтерпретація їх систематизована в таблиці 10.2 на основі аналізу літературних джерел (Демин, 2007; Корогодін і др., 2000; Першиков і др., 1999; Чернавський, 2004).

*Таблиця 10.2. – Показники, що характеризують якість інформації*

| Назва         | Зміст  |
|---------------|--|
| 1             | 2  |
| Достовірність | 1) Властивості інформації, що визначають ступінь об'єктивного, точного відображення явищ, подій, фактів, що відбулися, відбуваються або можуть відбутися;<br>2) об'єктивність інструменту збирання, передачі або прийняття інформації, що не допускає значних відхилень одержаного від реальних значень і гарантує можливість отримання таких самих або близьких результатів оцінювання при повторному збирання інформації |
| Адекватність  | Рівень відповідності образу реального об'єкта, процесу, явища, що створюються за допомогою інформації  |

## Продовження табл. 10.2

| 1                             | 2  |
|-------------------------------|--|
| Істинність                    | Ступінь відповідності уявлення суб'єкта про об'єкт спостереження, зробленого на підставі інтерпретації первинної інформації, дійсному (істинному) стану або поведінці системи  |
| Повнота                       | Характеристика, що визначає кількість інформації, необхідної для прийняття рішення   |
| Релевантність                 | 1) Ступінь відповідності кількості і якості інформації (повідомлення) потребам, зумовленим необхідністю вирішення конкретного завдання;<br>2) (у техн. системах): змістовна відповідність між запитом, введеним у документальну інформаційно-пошукову систему, і виданою нею інформацією |
| Упорядкованість (системність) | Ступінь систематизації інформації за будь-якою ознакою, що полегшує її пошук, зберігання та обробку  |
| Своєчасність                  | Здатність інформації проявляти свої властивості, зокрема, релевантності, цінності, адекватності, достовірності, корисності в конкретний момент часу  |
| Корисність                    | Ступінь придатності інформації бути використаною для тих чи інших цілей  |
| Цінність                      | Міра здатності інформації наблизити досягнення тієї мети, для якої інформація використовується   |
| Доступність                   | Ступінь залежності інформації від технічних, економічних, правових, соціальних та ін. умов, що обмежують можливість її отримання   |
| Складність                    | 1) Ступінь різноманітності явища чи об'єкта, що характеризує ця інформація, за складом його частин, їх відмінністю і взаємними зв'язками між ними;<br>2) рівень складності інструментальної бази для оцінювання, кодування, передачі, прийняття, декодування і сприйняття інформації     |
| Адаптивність                  | Ступінь пристосованості інформації для виконання нею певних функцій, включаючи можливість її передачі каналами зв'язку, кодування і декодування, прийняття та інтерпретації споживачем тощо  |

Підвищення якості інформації, що використовується в економічних системах, дозволяє підвищити і якість самих економічних процесів. При цьому підвищується ефективність функціонування економічних систем і прискорюються темпи їх розвитку.

Весь процес еволюції природи є не чим іншим, як збільшенням кількісного інформаційного змісту систем і підвищенням якісних характеристик інформації, якою оперують системи. При цьому будь-яка з систем од-

ночасно виконує функції одного з трьох суб'єктів: джерела (передавача), приймача і ретранслятора інформації.

Для економічних систем кількість та якість одержаної, виробленої і переданої інформації є одним із ключових факторів їх функціонування і розвитку. Будь-яка економічна система або її окремі елементи: від транскордонних корпорацій і макроекономічних систем до окремих підприємств, їх виконавців, приватних домогосподарств та індивідуальних споживачів – повинні постійно приймати, переробляти і відтворювати значні обсяги інформації. Її кількість та якість обумовлюють успіхи чи неуспіхи в діяльності систем.

Логіка розвитку економічних систем свідчить про те, що в процесах їх функціонування роль інформаційної складової (порівняно з матеріально-енергетичною) постійно зростає. Зокрема, частка витрат праці, матеріалів та енергії на виробництво і споживання інформації у структурі витрат на реалізацію економічних процесів постійно зростає. В самій же інформаційній компоненті все більшого значення набувають не кількісні, а якісні характеристики: достовірність, адекватність, повнота, релевантність, упорядкованість, своєчасність, цінність, адаптивність та ін.

#### 10.4 Роль пам'яті в економічних системах

**Поняття пам'яті.** Для реалізації механізмів розвитку система повинна мати надзвичайно важливий блок – підсистему інформаційного управління. Основу цього блоку становить пам'ять.

*Пам'ять* – це фіксація і відтворення минулого досвіду, що виражається у здатності *накопичувати, зберігати і відтворювати* інформацію про події зовнішнього світу і реакції самої системи (рис. 10.3).

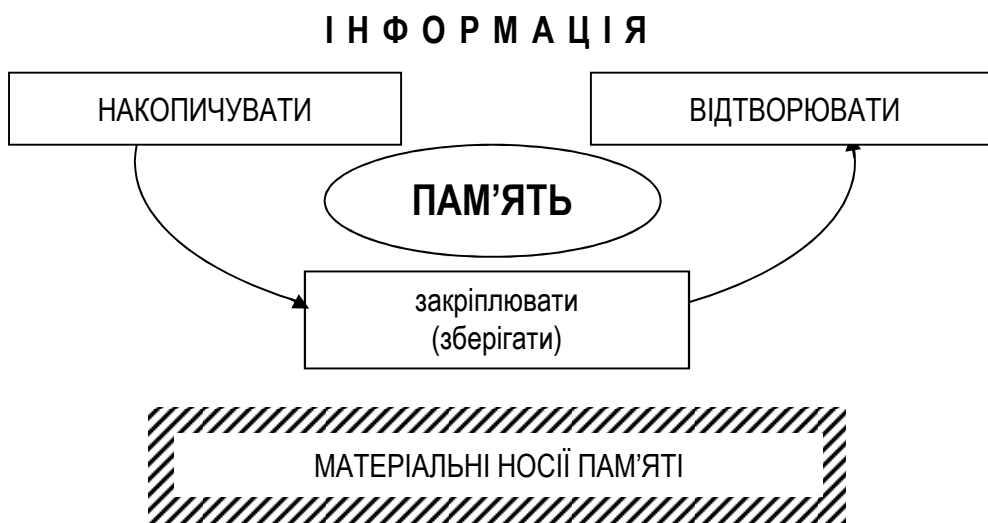


Рисунок 10.3 – Функціональні властивості пам'яті

**Роль пам'яті у функціонуванні підприємства.** Очевидна роль пам'яті в реалізації різних видів діяльності підприємства. Узгоджена поведінка різних його підрозділів, а також зовнішньосистемна діяльність неможливі без певних нормативних документів і різних видів стандартів (конструкційних, технологічних, адміністративних, фінансових). Економічні системи повинні «пам'ятати» їх і за необхідності швидко відтворювати. Крім того, система повинна «пам'ятати» зв'язки, що з'єднують її з іншими суб'єктами (зокрема, з постачальниками, споживачами, конкурентами), включаючи особливості кожного з них.

Підприємство повинно також «пам'ятати» параметри свого гомеостазу (обсяги виробництва, номенклатуру продукції, асортимент, склад та структуру необхідних ресурсів, фінансові показники тощо). Усі ці характеристики повинні підтримуватися оперативною діяльністю підприємства (наприклад, коригуванням нормативів оборотних коштів, зміною рекламної діяльності та ін.). Саме так підприємство реалізує механізми зворотного зв'язку.

За необхідності підприємство повинно «забути» параметри старого гомеостазу і «запам'ятати» характеристики нового, переходячи на випуск нових видів продукції (або змінюючи обсяги виробництва старої продукції). Одночасно підприємство «запам'ятовує» нові технології, нових постачальників сировини і споживачів вироблених товарів.

І нарешті, пам'яттю підприємства фіксується безпосередньо виробничий метаболізм, тобто організований у просторі і часі процес виготовлення продукції: технологічний регламент, виробничі операції, стандарти, правила експлуатації обладнання та ін.

**Вплив пам'яті на період і темпи розвитку.** Наведений приклад дозволяє зробити як мінімум два важливі висновки:

- по-перше, період часу, упродовж якого система здатна розвиватися, відповідає ємності її пам'яті; для нескінченного розвитку система повинна мати нескінченні ресурси пам'яті;
- по-друге, темпи розвитку системи залежать від швидкодії пам'яті системи, тобто швидкості процесів накопичення, закріплення і відтворення інформації.

Зазначені залежності схематично показані на рис. 10.4.

**Соціальною пам'яттю** можна вважати систему інформаційних механізмів успадкування і закріплення соціальних змін, що забезпечують відтворення організаційних основ, суспільних відносин, процесів регламентації і навчання в суспільних структурах.

**Соціальна пам'ять** (що включає також і індивідуальні потенціали пам'яті окремих членів суспільства) має на озброєнні сучасні матеріальні носії інформації. Це вже потужна інформаційна система, що має колосальний потенціал і значно впливає на соціально-економічний розвиток.



Рисунок 10.4 – Вплив пам'яті на період і темпи розвитку

Одна з найважливіших функцій соціальної пам'яті спрямована на відтворення інформаційних програм поведінки суспільних систем. Управління – це передусім процес впливу на соціальну структуру з метою підтримання стійкості даної системи або зміни у заданому напрямку її стану. При цьому соціальна система може змінюватися лише за тими траєкторіями, за якими в її пам'яті існує достатній інформаційний ресурс. Це означає, що серед можливих сценаріїв поведінки системи можуть виявитися лише ті, які дозволяє запозичити або сконструювати її пам'ять.

Чим багатшим є арсенал віртуальних продовжень стану системи і вищою аналітична майстерність, застосована при прийнятті рішень, тим успішнішим буде вибір.

На підставі всього вищезазначеного можна зробити висновок, що серед основних факторів, які формують *пам'ять* соціальної системи, можуть розглядатися:

- досвід системи, збережений у знаннях, навичках, традиціях, звичках, матеріальних об'єктах, культурних цінностях, етичних засадах;
- можливість придбання і освоєння нової інформації (зокрема про досвід суміжних спільнот, а також, конкурентів), включаючи наявність технічних засобів;
- можливість критичного осмислення і творчого використання минулого досвіду і нової інформації. Це, у свою чергу, залежить від інтелектуального потенціалу суспільства, його творчої енергії, свободи волевиявлення та ін.;
- діюча в суспільстві формальна і неформальна правові основи, що забороняють, обмежують або заохочують ті чи інші дії;
- система мотивації;
- етичні засади суспільства;

- умови виникнення синергетичних ефектів, за яких інтелектуальний потенціал суспільства виявляється більше від суми інтелектуальних потенціалів його окремих членів;

- лідерський потенціал еліти суспільства, що забезпечує синергетичний ефект колективної поведінки членів суспільства, що об'єднує згадані вище чинники для досягнення єдиної мети.

Усі зазначені фактори є надзвичайно важливими для формування систем соціальної пам'яті на будь-якому з рівнів суспільних структур, включаючи економічні системи. Реалізації будь-якого з рішень повинна передувати ретельна підготовка відповідних блоків пам'яті для сприйняття поставлених цілей та адекватної реакції на їх досягнення.

### 10.5 Роль інформації в економіці та бізнесі

**Економічні функції інформації.** Інформація все більше починає виконувати функції тих ключових компонентів економічної системи, які раніше виконували матеріальні активи. Серед них можна назвати:

- сировину;
- засіб праці;
- предмет праці;
- готову продукцію;
- засіб споживання;
- капітал (джерело отримання прибутку);
- товар (об'єкт купівлі-продажу);
- об'єкт власності;
- засіб захисту.

Причому роль інформаційних форм економічної системи продовжує неухильно збільшуватися. Цьому сприяє ряд обставин.

Можна виділити кілька груп чинників, що обумовлюють підвищення значення інформації в сучасній економіці.

Одним із найважливіших є прискорення темпів розвитку та зміни економічної кон'юнктури. Зокрема, у другій половині XIX ст. середній період зміни технологій становив 50 років, у першій половині XX ст. – 15–30 років, у другій половині XX ст. – 5–10 років, на початку XXI ст. – 1–2 роки, а у ряді галузей – кілька місяців (Галица, 2009).

Але будь-які якісні економічні перетворення змушують по-новому відповідати на три ключові економічні питання: «Що робити?», «Як робити?», «Для кого виробляти?». Відповіді на них можна, лише зібравши і обробивши нові масиви економічної, соціальної і технічної інформації – своєрідної інформаційної «сировини».

Не менш важливим моментом є значне розширення технічних можливостей, які відкриває для виробництва підвищення інформаційного рівня технологій. Це до-

зволяє залучати у виробництво звичайні (а головне дешеві) матеріали в новій якості, в якій вони раніше не використовувалися (наприклад, кремній як вихідний матеріал використовується для виробництва комп'ютерів або оптичних волокон). Це дає можливість орієнтуватися не на ресурс (матеріальний фактор), а на його властивості і функції (інформаційні характеристики).

Ще однією обставиною є об'єктивна необхідність підвищення вимог саме до інформаційних характеристик (точності, надійності, довговічності тощо). Це відбувається через максимальну швидкість та режим роботи технічних систем.

**Інформація як предмет праці.** *Інформація* стає основним предметом праці, тобто тим, до чого людина докладає свої зусилля в ході виробництва продукції. Власне, вона ним була завжди. Адже і форма, і властивості предметів праці, які під час виробництва змінює людина, є передусім інформаційними характеристиками. Цього не розуміли люди до того часу, поки розміри оцінювалися в міліметрах і сантиметрах, основними формами були прямокутник і циліндр, а виробленим виробам була властива лише одна функція – використання.

Те, що зазначені інформаційні характеристики (зокрема форма, властивості, функції) стають основними предметами праці, людство почало усвідомлювати, коли вагому роль почали відігравати: в розмірах – частинки мікрона; у формах – конфігурації складної геометрії; у властивостях – здатність працювати в позамежних фізичних умовах, у споживчих характеристиках – багатофункціональність... Саме тоді товаром почали ставати не матеріальні ресурси і вироби (цегла, цемент, сталь, автомобіль), а фізичні властивості і функції: точність, міцність, швидкодія, швидкість, надійність, якість, дизайн, ергономічність, – що забезпечуються цими товарами (рис. 10.5). Саме тоді в побут увійшло ще недавно незвичне, а тепер зрозуміле всім сполучення: «співвідношення ціни та якості».

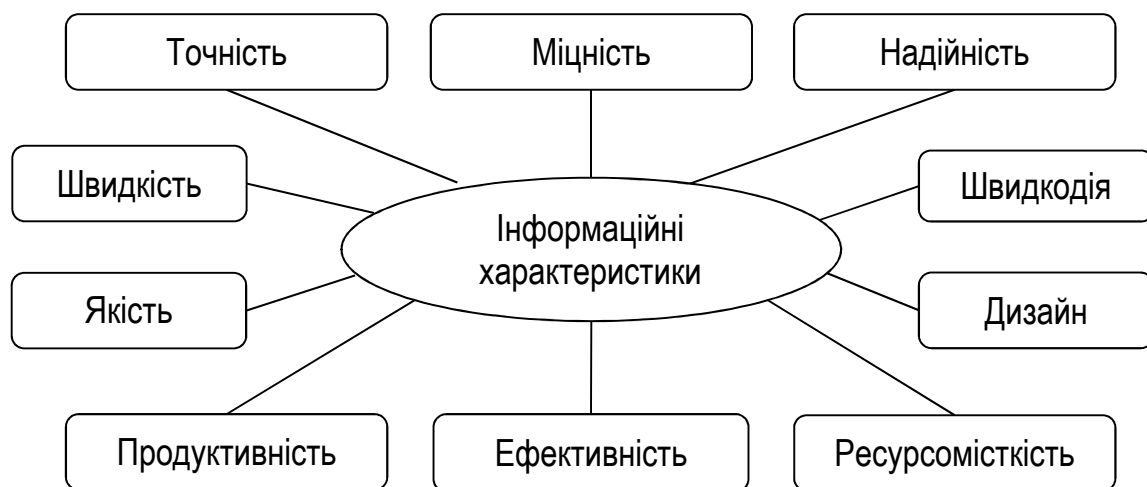


Рисунок 10.5. – Інформаційні характеристики продукції

**Інформація як знаряддя праці.** Інформація все більше перетворюється на знаряддя праці. Сьогодні інформаційні системи є невід’ємною частиною практично всіх основних фондів. Те, що інформація є ключовим компонентом обчислювальних машин та вимірювальних приладів, – очевидно і не вимагає додаткових коментарів. Але інформація виконує надзвичайно важливу (а часом і провідну) роль у функціонуванні інших елементів основних фондів: машин, обладнання, інструментів, пристроїв, транспорту, передавальних пристроїв. Навіть в утриманні будівель і споруд роль інформації стає все більш відчутною.

Інформаційні системи все повніше забезпечують необхідний режим їх функціонування (вологість, температуру, склад повітря та інші фізичні характеристики). У сучасних засобах праці провідне значення інформації обумовлено двома причинами: по-перше, тим, що вона відіграє першорядну роль у виконанні виробничих функцій; по-друге, переважною часткою її вартості в загальній ціні виробу, яка досягає іноді 80–90%. Зокрема, на маленький електронний блок, що керує операційними режимами, припадає близько 70% ціни сучасної пральної машини-автомата.

Ще більше в засобах виробництва зростає роль інформації при формуванні «розумних» виробничих систем, «Інтернету речей» і безпілотних транспортних засобів.

У 2019 р. кількість промислових роботів у світі зросла до 2,5 мільйона штук. У середньому за рік їх кількість збільшується на 15%. А в найближчі п’ять років це число щороку зростатиме на 16%. У цілому обсяг світового ринку промислових роботів оцінюється в 2020 році на рівні близько 45 млрд доларів США (Бойко, 2020).

За функціями роботів поділяють на різні групи: фрезерні, різальні, обробні, фарбувальні, роздаткові (розливні), складальні, розбірні, паяльні, зварювальні та інші.

За кількістю роботів на 10 000 працівників із великим відривом лідирують дві азіатські країни: Південна Корея і Сінгапур. У першій цей показник перевищує 700, а в другій наближається до цієї цифри. З показником понад 300 роботів на 10 000 працівників лідирують США, Тайвань і ряд європейських країн (Швеція, Данія, Бельгія, Нідерланди, Австрія, Іспанія, Словенія). У межах 100–150 мають показник Фінляндія, Франція, Швейцарія, Республіка Чехія, а також Китай. Відзначається, що більшість країн лідирує зі значним випередженням (у ряді випадків – у рази) раніше зроблених прогнозів (Бойко, 2019; Митрофанов, 2019; Сальник, 2020).

**Інформація як товар.** Товари є сполучними ланками між виробниками і споживачами. Із синергетичної точки зору саме за допомогою інформації підприємства обмінюються із зовнішнім середовищем (постачальниками і споживачами) речовиною, енергією та інформацією, здійснюючи виробничий метаболізм.



Для соціально-економічної системи товари є також носіями інформаційних сигналів, за допомогою яких приводяться в рух трансформаційні процеси в суспільстві – виникають одні галузі, сфери діяльності, професії, соціальні групи, і починають відмирати інші. Після цього відбувається зміна способу життя людей. Змінюються умови їх життя, пересування, зв'язку, види занять та розваг, галузі знань, навички, інше. Як правило, спостерігаючи за зміною пріоритетних видів товарів, можна оцінити і загальний характер прийдешніх трансформаційних процесів суспільного життя в цілому.

Якщо на початку ХХ століття в економіці США домінували підприємства, які виробляли або транспортували матеріальні вироби, то на початку ХХІ ст. більше половини успішних підприємств виробляють інформаційний продукт. Треба зазначити, що основу багатства всіх десяти найбільш заможних людей планети становлять саме інформаційні види бізнесу (табл. 10.3).

*Таблиця 10.3 – Перша десятка найбагатших людей планети і основа їх бізнесу (Топ-10, 2020).*

| Ім'я             | Основа бізнесу  |
|------------------|---|
| 1 Джефф Безос    | Інтернет-компанія, аерокосмічна компанія, видавництво   |
| 2 Бернас Арно    | Архітектура, модельний бізнес, спорт, парфумерія, напої   |
| 3 Білл Гейтс     | Програмний продукт; серверне обладнання; співзасновник компанії Microsoft   |
| 4 Уоррен Баффетт | Програмний продукт; серверне обладнання; співзасновник компанії Microsoft   |
| 5 Марк Цукерберг | Інтернет-технології, створення соціальної мережі, засновник Facebook  |
| 6 Анас Ортега    | Торговельний і фінансовий бізнес, готельний і туристичний бізнес, модельний бізнес, спорт                         |
| 7 Ларрі Еллісон  | Програмний продукт; серверне обладнання   |
| 8 Карлос Слім    | Інфраструктурні проекти, інформаційно-комунікаційні технології, енергетика  |
| 9 Ларрі Пейдж    | Інтернет-технології, співрозробник і співзасновник пошукової системи Google                                       |
| 10 Сергій Брін   | Обчислювальна техніка, інформаційні технології, економіка, співрозробник і співзасновник пошукової системи Google |

### Цифри і факти

Можна навести й інші дані, що показують роль інформаційного бізнесу в розвитку світової економіки. У 2019 році обсяг експорту послуг, що надаються з використанням цифрових технологій, досяг майже 3 трлн дол. США. Це становить 50% світо-

вого експорту послуг. З 2005 р. експорт зазначених послуг інформаційного бізнесу зріс більше ніж у 3 рази (Доклад, 2019).

Цифрові платформи, на яких будується бізнес, відіграють все більш вагомую роль у роботі підприємств. У 2018 році обсяг ринкової капіталізації компаній, основу роботи яких складають цифрові платформи, перевищив 7 трлн дол. США. При цьому треба зазначити колосальний прогрес у їх розвитку. Лише за два останні роки зазначений показник зріс на 67% (Доклад, 2019).

За рівнем капіталізації у 2020 році до першої сімки корпорацій-лідерів входять компанії, бізнес яких заснований на використанні інформаційних технологій: Microsoft, Apple, Amazon, Alphabet, Berkshire Hathaway, Facebook, Alibaba. Зокрема, вартість акцій кожної з перших двох компаній перевищила 1 трлн доларів США, а вартість акцій Amazon наблизилася до цього показника (Бондаренко, 2019; Капіталізація, 2019).

Значний прогрес зробив ІТ-сектор в Україні.

- ІТ займає третє місце за обсягом експорту послуг із часткою 20% усього українського сервісного експорту;
- щорічно ІТ-сфера зростає на 25%;
- на ринку працює близько 1600 сервісних ІТ-компаній;
- кількість ІТ-фахівців у 2019 році досягла 200 тисяч;
- доходи в ІТ-сфері за оцінками експертів у 2019 році склали 5 млрд доларів США;
- дві українські ІТ-компанії перевалили за позначку 7 000 фахівців;
- відразу 18 ІТ-компаній з офісами в Україні потрапили в Топ-100 кращих аутсорсерів світу (Яровая, 2019).

Більшість ІТ-фахівців працюють у Києві (68 500), Харкові (23 500), Львові (20 000), Дніпрі (12 000), Одесі (10 000). Українські ІТ-компанії почали також працювати за кордоном: в Малайзії, Берліні, Варшаві, Кракові, Торонто, Турині, Лондоні, Бухаресті, Ейндховені, Чикаго та інших містах (Яровая, 2019).

Понад 60% усіх зазначених фахівців працевлаштовані в аутсорсингових ІТ-компаніях. Українські аутсорсери співпрацюють переважно з компаніями із США (81% усіх клієнтів). Серед основних замовників українських аутсорсерів – компанії: Cisco, IBM, Atlassian, Travelport, OpenText, Fluke Corporation та ін. (Яровая, 2019).

ІТ-сектор є одним із найбільш швидкозростаючих. За останні п'ять років (на початок 2020 року) частка галузі у ВВП країни зросла із 0,5 до 4,5%. Сума сплачуваних сектором податків щорічно збільшується на 27% (Григоренко, 2019). Країна входить до Топ-25 найбільших експортерів інтелектуального продукту. 70% експорту становить розроблення програмного продукту на замовлення (Ищенко, 2019).

Однією з найбільш динамічних форм інтелектуальної сфери є фрилансерство. Під фрилансерством розуміють регулярне професійне виконання

працівником тих чи інших робіт без зарахування до штату якоїсь компанії і без створення власної фірми.

У 2019 р. кількість фрилансерів в Україні оцінювалася в таких показниках: адміністрування (2 511), аудіо/відео (6 954), консалтинг (3 576), дизайн/арт (32 443), мобільні додатки (1 338), переклади (11 470), програмування (24 525), промоушен (7 436), різні послуги (27 801), роботи з текстами. В середньому фрилансери заробляють від 5 до 22 доларів США за годину (Ткачук, 2019).

Опитування показують, що в 2018 році в США кількість фрилансерів досягла 36% від працездатного населення країни. Аналогічна картина відзначається в ряді європейських країн (Вовчук, 2020). За кількістю фрилансерів на душу населення Україна займає в світі провідні позиції.

## 10.6 Особливості та зміст інформаційних товарів

Загальною ознакою будь-яких товарів є те, що вони створюються з метою продажу та отримання прибутку. Не є винятком і інформаційні товари. Специфіка ж подібних товарів полягає в тому, що при їх виробництві та використанні (споживанні) основну роль відіграє інформація.

Природа, зміст та форми реалізації продукції під умовною назвою «інформаційні товари» настільки різноманітні, що важко навіть перелічити всі їх можливі прояви. Будь-які підходи до ідентифікації та оцінювання подібних товарів мають дуже умовний характер. Пам'ятаючи про це, спробуємо охарактеризувати фактори, що визначають зміст інформаційних товарів, і схематично класифікувати їх за можливими ознаками.

*За формою сутнісної природи* їх формування інформаційні товари можуть поділятися на дві групи: матеріальні (матеріалізовані) і нематеріальні.

*Матеріальні продукти* реалізуються в матеріальній формі. Їх «інформаційність» обумовлена пріоритетною роллю інформації при виробництві або використанні продукції.

Наприклад, інформація може бути основним фактором у виробництві, відіграючи роль «сировини» та/або провідного виробничого фактору (наприклад, праці вечних). До подібних товарів належать наукоємні вироби, продукти генної інженерії тощо. Іншою формою матеріалізованих товарів є продукція, призначена для збирання, зберігання, перероблення і тиражування інформації. Прикладами можуть бути: комп'ютерна техніка з усім різноманітним допоміжним обладнанням та комплектуючих частин, що включають у себе пристрої, прилади, аналізатори, датчики, розмножувальна техніка та багато іншого.

*Нематеріальні товари* реалізуються в нематеріальній формі, природно, за допомогою матеріальних носіїв інформації (паперу, магнітних носіїв тощо). Прикладами можуть бути різні права на продукцію інтелектуальної або художньої діяльності (зокрема, науки, культури, освіти, мистецтва), зокрема – комп'ютерні програми, технології, художні твори.

*За функціями*, що виконують в економічній системі, інформаційні товари, поділяються на дві групи: *засоби виробництва* і *предмети споживання*.

*Засоби виробництва*, у свою чергу, можуть відрізнятися функціями, які виконуються у виробничому циклі. Зокрема, інформаційні товари можуть виконувати роль:

- сировини (бази даних, статистична та аналітична інформація, експертні оцінки та ін.);
- засобів праці (комп'ютерні програми, технологічні рішення, управлінські технології та ін.); зокрема, інформація може виконувати роль навіть «робочого тіла» при впливі на матеріальні об'єкти (такими, наприклад, є засоби захисту: зокрема, антивірусні комп'ютерні програми, засоби відлякування комах та ін.);
- предметів праці або напівфабрикатів (генетична інформація, рукописи і варіанти художніх творів);
- продуктів праці (поради, рекомендації, інформаційні послуги посередників та ін.);
- комунікаційних засобів (наприклад, засобів зв'язку);
- трудових факторів (знань, навичок, світогляду, переконань, умінь працювати в команді тощо).

*Предмети споживання* можуть розрізнятися за призначенням використання в суспільстві. За сферами можливого застосування можна виділити такі групи товарів:

- виробничого призначення (наприклад, довідники для ведення підсобного господарства, допоміжні матеріали для самопідготовки);
- побутового призначення (наприклад, системи регулювання вологості або температури);
- екологічного призначення (моніторингові системи);
- засоби відтворення стану людини як біологічного організму (рекреаційні послуги та інвентар);
- засоби задоволення соціальних потреб людини (культурні і мистецькі твори, туристичні, культурні та спортивні послуги, видовища та ін.);
- засоби формування особистісних властивостей людини (освіта, тренінг та ін.);
- засоби виконання суспільно обумовлених функцій (законодавство, державне і територіальне управління, соціальний захист тощо.).

*За об'єктами впливу*, тобто об'єктами, на які впливають інформаційні продукти, останні поділяються на групи товарів, що здійснюють:

- вплив на людину (освітні технології, послуги, твори мистецтва та ін.);
- вплив на живу матерію поза людиною (генна інженерія, технології сільського та лісового господарства, ін.);
- вплив на неживу матерію (наукоємні засоби виробництва);
- вплив на нематеріальну реальність (комп'ютерні програми, технології збирання та обробки даних тощо).

*За ступенем закінченості циклу розвитку* інформаційні продукти можуть бути диференційовані на дві групи:

- товари закінченого циклу розвитку (комп'ютери, обладнання, прилади, друкована продукція, монументальні твори та ін.);
- товари, здатні до саморозвитку без безпосередньої участі людей, які їх створили (виведені людиною біологічні сутності: породи тварин, сорти рослин, штами мікроорганізмів; деякі види комп'ютерних програм, наприклад, комп'ютерні віруси; в перспективі – діючі моделі штучного інтелекту, роботи, що саморозвиваються).

*По відношенню до інформаційної реальності* товари умовно можна розділити на такі групи:

- товари, що матеріалізують інформацію (наукоємні вироби і послуги);
- товари, призначені для впливу на інформацію (комп'ютери, запам'ятовувальні пристрої);
- товари, що використовують інформацію у виробництві як «робоче тіло» (генна інженерія, освітні технології);
- товари, що використовують інформацію як предмет споживання (туризм, парфумерія);
- товари, що самі є інформацією (комп'ютерні програми, віртуальні послуги).

Специфіка інформаційних товарів стає зрозумілішою при детальнішому ознайомленні з деякими видами інформаційної продукції.

**Види інформаційних товарів.** У 2000 році людство перейшло не лише рубіж між двома тисячоліттями. Це стало віховою подією також і в економіці. Обсяг продажів інтелектуального продукту в світовій торгівлі зрівнявся з вартістю матеріальної товарної маси. Наразі частка інформаційних товарів ще вища, адже роль інформації навіть у виготовленні товарів, що мають матеріальну форму, підвищується з кожним роком. За деякими даними, витрати на інформацію ще на рубежі тисячоліть становили три чверті від доданої вартості виготовленої продукції (Дятлов и др., 2008; Социально-экономические, 2010). У новій економіці все більше продають і

купують не речовини і енергію, а інформацію, сконцентровану знанням і працею людини у виробках і послугах.

Повний список подібних товарів, мабуть, зайняв би сотні сторінок. До нього увійшли б наукоємні промислові вироби (авіаційно-космічна техніка, прилади, хімічні реактиви, будівельні матеріали, зразки одягу, елементи інтер'єру, фармацевтичні препарати, парфумерна продукція, засоби обробки інформації та зв'язку, твори культури і мистецтва, освітні технології та багато іншого). На рис. 10.6 показані лише деякі зі значного спектру інформаційних товарів.



Рисунок 10.6 – Деякі види інформаційних товарів

Наведені види виробів є своєрідними лідерами на ринках інформаційних товарів в останнє десятиліття і своєю самобутністю відрізняються від звичних для людини виробів і послуг індустріальної епохи. Наведений список можна істотно доповнити інформаційними продуктами, які існували протягом практично всієї соціальної історії людства, але лише в наші дні стрімко набувають властивості товарів. Вони активно продаються і купуються, маючи свої ринкові ніші і налагоджену систему ціноутворення. Їх виробництво і реалізація супроводжуються жорсткою (часом дуже жорсткою) конкурентною боротьбою з її неминучими перемогами і поразками. До подібних видів продукції можна віднести послуги:

- освіти;
- медицини;

- мистецтва;
- культури;
- шоу-бізнесу;
- туризму;
- спорту;
- рекреації;
- архітектури;
- адвокатури;
- політики і багато іншого.

Із видів обслуговуючої діяльності у виробництві і розподілі матеріальних благ ці види послуг стають основними групами найбільш споживаних товарів. Це знакове явище. В людині-споживачеві пальма першості переходить від матеріальної сутності «біо» до інформаційної (особистісної) людини «соціо».

**Вплив властивостей інформації на соціально-економічні відносини.** Процес освоєння нового інформаційного простору не обмежується сферою виробництва і споживання продукції. Це надзвичайно складне явище суспільного життя, що зачіпає і змінює весь комплекс суспільних зв'язків, виробничих відносин, базових засад, поведінкових принципів, стилю життя людей. Перехід до інформаційних товарів і послуг змушує докорінно трансформуватися і соціально-економічні відносини, які є основою формування суспільства.

Властивості інформації в цілому змінюють усі усталені уявлення про соціально-економічні інститути, які століттями трималися на матеріальності засобів виробництва. Відома з часів Ломоносова колекція афоризмів з цього приводу: «Якщо щось десь зменшиться, то в іншому місці обов'язково збільшиться», «Ніщо нізвідки не береться і нікуди не зникає» і таке інше – доповнена вже в ХХ столітті Б. Коммонером, – «Все повинно десь подітися» (Коммонер, 1974).

Нормальними прикладними наслідками закону про збереження матерії для економіки завжди були: «за все треба платити», «кожна вироблена одиниця продукції потребує витрат матеріалів та енергії», «при продажу будь-якого товару він відчужується від продавця і передається покупцеві». Однак згаданий закон перестає діяти щодо товарів, основу яких складає інформація, внаслідок їх нематеріальності.

**Властивості інформаційних активів.** Інформаційні засоби порівняно з їх матеріальними аналогами мають безпрецедентні властивості.

✓ Будь-якою комп'ютерною програмою, конструкторською ідеєю або технологічним «ноу-хау» одночасно можуть скористатися всі мешканці Землі.

✓ Поява кожної з тиражованих програм не означає зникнення «десь чогось» (у розумінні матеріально-енергетичної субстанції); копії програм виникають неначе з нічого легким натисканням кнопки.

✓ Скільки не продавай програмну або відеопродукцію, її у продавця не зменшиться.

✓ Покупець, ледь придбавши інформаційний товар, у той самий час отримує технічну можливість самому тиражувати його, а отже, і продавати.

✓ Інформаційні продукти (на відміну від матеріальних товарів) не споживаються, а використовуються, адже їх не можна «спожити» (у розумінні використати без залишку); скільки їх не використовуй, менше не стає.

✓ Інформаційні продукти фізично не зношуються (на відміну від їхніх матеріальних носіїв; вони можуть зношуватися лише морально, зокрема застарівати).

Розвиток будь-якої відкритої стаціонарної системи відбувається в процесі взаємозв'язку і вирішення протиріч між двома процесами, що відбуваються в системі, це – зменшення рівня її упорядкування (виробництва ентропії) і підвищення її впорядкування (відведення ентропії). Провідна роль у цій безперервній гонці творення і руйнування належить інформації. Виграють системи, здатні краще накопичувати та закріплювати інформацію. Власне, прогрес і є збільшенням ступеня інформативності систем.

Наведені приклади переконливо підтверджують той факт, що в сучасному світі інформаційні фактори стають основою суспільного виробництва, займаючи провідні позиції в усіх ключових компонентах економічної системи та бізнесу.

*Інформація* стає основою засобів виробництва, обумовлюючи хід виробничих процесів, контролюючи основні його етапи та компоненти, забезпечуючи життя і діяльність самої людини на виробництві і в побуті. Інформація все більше займає місце предметів праці, бо в провідних країнах частка витрат, пов'язаних з інформаційними факторами, становить більше половини загальних виробничих витрат. І нарешті, згадана продукція все більше набирає форми товару, який продається і купується.

## Література

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / пер. с англ. Москва: Academia, 1999. 956 с.
2. Бойко А. Какие страны в действительности лидируют в роботизации? *RoboTrends*. 12.03.2019. URL: <http://robotrends.ru/pub/1911/kakie-strany-v-dyaystvitelnosti-lidiruyut-v-robotizacii> (дата обращения: 25.01.2020).



3. Бойко А. Прогнозы, статистика в области промышленных роботов. *RoboTrends*. URL: <http://robotrends.ru/robopedia/novosti-prognozy-statistika-v-oblasti-promyshlennyh-robotov> (дата обращения: 25.01.2020).
4. Бондаренко М. Капитализация 100 крупнейших компаний мира достигла рекордных \$21 трлн. *РБК. Бизнес*. 16.08.2019. URL: <https://www.rbc.ru/business/16/08/2019/5d5605839a7947e7cd21723b> (дата обращения: 20.01.2020).
5. Бриллюэн Л. Наука и теория информации / пер. с англ. Москва: Государственное издательство физико-математической литературы, 1960. 320 с.
6. Винер Н. Кибернетика и общество / пер. с англ. Москва: ИИЛ, 1958. 200 с.
7. Вовчук О. Гид по международному рынку фриланса. *Bigtime Club. Блог. Лента*. URL: <http://shevchenko.co/blog/?go=all/gid-po-mezhdunarodnomu-rynku-frilansa/> (дата обращения: 20.01.2020).
8. Галица И. А. «Экономические стрессы»: природа и последствия. *Вестник Белорусского государственного экономического университета*. 2009. № 3 (74). С. 17–22.
9. Григоренко Ю. Хорошие зарплаты и стабильный рост: Что из себя представляет украинская IT-отрасль. *112.ua*. 04.03.2019. URL: <https://112.ua/statji/horoshie-zarplaty-i-stabilnyu-rost-cto-iz-sebya-predstavlyaet-ukrainskaya-it-otrasl-482651.html> (дата обращения: 20.01.2020).
10. Демин А. И. Информационная теория экономики. Макромодель. Москва: КомКнига, 2007. 352 с.
11. Доклад о цифровой экономике 2019. Создание стоимости и получение выгод: последствия для развивающихся стран. *Организация Объединенных Наций*. 2019. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019\\_overview\\_ru.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_ru.pdf) (дата обращения: 20.01.2020).
12. Дятлов С. А., Марьяненко В. П., Селищева Т. А. Информационно-сетевая экономика: структура, динамика, регулирование. Санкт-Петербург.: Астерион, 2008. 416 с.
13. Иноземцев В. Л. Перспективы постиндустриальной теории в меняющемся мире. *Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология* / под ред. В. Л. Иноземцева. Москва: Academia, 1999. С. 3–67.
14. Ищенко А. Названы главные успехи IT-отрасли в Украине за 2018 год. *Сегодня*. 5.01.2019. URL: <https://www.segodnya.ua/ukraine/nazvany-glavnye-uspehi-it-otrasli-v-ukraine-za-2018-god-1203441.html> (дата обращения: 20.01.2020).
15. Капитализация Microsoft впервые превысила \$1 трлн. *Интерфакс. ЭКОНОМИКА*. 25.04.2019 URL: <https://www.interfax.ru/business/659352> (дата обращения: 20.01.2020).
16. Коммонер Б. Замыкающийся круг / пер. с англ. Ленинград: Гидрометеиздат, 1974. 280 с.
17. Корогодина В. И., Корогодина В. Л. Информация как основа жизни. Дубна: Издательский центр «Феникс», 2000. 208 с.
18. Митрофанов А. Роботизация промышленности: угроза безработицы или основа экономики будущего? *Военное обозрение. Аналитика*. 28.09.2019. URL: <https://topwar.ru/162843-robotizacija-promyshlennosti-ugroza-bezraboticy-ili-osnova-jekonomiki-budushego.html> (дата обращения: 25.01.2020).
19. Першиков В. И. Русско-английский толковый словарь по информатике / Першиков В. И., Марков А. С., Савинков В. М. Москва: Финансы и статистика, 1999. 368 с.
20. Реймерс Н. Ф. Природопользование: словарь-справочник. Москва: Мысль, 1990. 637 с.

21. Сальник В. Роботизация в цифрах и фактах. *Business Zavarник*. URL: <http://zavarnik.biz/robotizaciya-v-cifrax-i-faktaх> (дата обращения: 25.01.2020).
22. Социально-экономические проблемы информационного общества: монография / под ред. Л. Г. Мельника, М. В. Брюханова. Выпуск 5. Сумы: Университетская книга, 2010. 896 с.
23. Ткачук Я. Фрилансеры-2019: где, за что и сколько платят. *24 канал*. 15.09.2019. URL: [https://24tv.ua/ru/frilanser\\_чto\\_jeto\\_gde\\_rabotat\\_zarplata\\_sPECIALnosti\\_n1192440](https://24tv.ua/ru/frilanser_чto_jeto_gde_rabotat_zarplata_sPECIALnosti_n1192440) (дата обращения: 20.01.2020).
24. Топ-10 богатейших людей мира по версии Forbes. *Вести Экономика*. 22.01.2020. URL: <https://www.vestifinance.ru/articles/131583> (дата обращения: 25.01.2020).
25. Урсул А. Д. Информация. Москва: Наука, 1971. 296 с.
26. Чернавский Д. С. Синергетика и информация (динамическая теория информации). Москва: Едиториал УРСС, 2004. 288 с.
27. Шеннон К., Бандвагон Е. Работы по теории информации и кибернетике / пер. с англ. Москва: ИЛ, 1963. 690 с.
28. Эшби У. Р. Введение в кибернетику / пер. с англ. Москва: Либроком, 2009. 432 с.
29. Яровая М. IT-рынок Украины 2019-2020: индустрия на \$5 млрд и 200 000 специалистов. *Ain*. 29.08.2019. URL: <https://ain.ua/2019/08/29/it-obzor-nix/> (дата обращения: 20.01.2020).

### Питання до теми

1. Які функціональні ознаки має інформація?
2. Сформулюйте і поясніть визначення інформації.
3. В яких формах може застосовуватися інформація?
4. Охарактеризуйте рівні інформації щодо людства.
5. Які функції може виконувати інформація?
6. В якій формі може застосовуватися інформаційна продукція?
7. Що покладено в основу кількісного оцінювання інформації?
8. Охарактеризуйте сфери, покладені в основу якісного оцінювання інформації.
9. Які показники використовують для якісного оцінювання інформації?
10. Як якість інформації впливає на ефективність функціонування економічних систем?
11. Дайте визначення пам'яті.
12. Охарактеризуйте роль пам'яті у функціонуванні економічних систем.
13. Як пам'ять впливає на період і темпи розвитку систем?
14. Як можна охарактеризувати соціальну пам'ять?
15. Які фактори впливають на формування соціальної пам'яті?
16. Функції яких ключових компонентів економічної системи може виконувати інформація?
17. Які чинники обумовлюють підвищення значення інформації в сучасній економіці?
18. Охарактеризуйте інформацію як предмет праці.

19. Охарактеризуйте інформацію як знаряддя праці.
20. Охарактеризуйте інформацію як товар.
21. Які зміни відбуваються в сучасному бізнесі щодо інформаційних продуктів?
22. Як можна диференціювати інформаційні товари за їх сутнісною природою?
23. Як можна диференціювати інформаційні товари за функціями?
24. Як можна диференціювати інформаційні товари за об'єктами впливу і щодо інформаційної реальності?
25. Охарактеризуйте види інформаційних продуктів.
26. Які відмітні особливості мають інформаційні товари?

## Кейс до розділу Інформація та її роль при прийнятті рішень

Сучасні умови функціонування ринкової економіки вимагають оперативного та своєчасного прийняття відповідних рішень. Помилки при прийнятті рішення можуть призвести до незворотних наслідків. У світовій практиці інвестори використовують інформацію про зміну фондових індексів для прийняття відповідних інвестиційних рішень. Якщо вони отримають необ'єктивну інформацію, то їх інвестиції будуть неприбутковими. Викривлена інформація про майбутніх інвесторів та кредиторів може призвести до зриву ділових переговорів. Недостовірна інформація про фінансові результати діяльності компанії може привести до її банкрутства. Покупець при ухваленні рішення щодо придбання товару для задоволення власних потреб передусім оцінює інформацію, якою він володіє. Відповідно наявність необ'єктивної і недостовірної інформації про даний продукт призведе до недовіри споживача до певного бренду. Також неправильні результати аналізу хворого і відповідно помилковий діагноз можуть спровокувати смерть пацієнта. Неточний прогноз погоди призведе до помилкового планування сільськогосподарських робіт, що, у свою чергу, спровокує низьку врожайність і збитковість сільгосп підприємств тощо. Тобто якість інформації є одним із найважливіших параметрів, що впливає на прийняття тих чи інших рішень.

Традиційно під якістю інформації розуміють сукупність властивостей, що відображають ступінь придатності конкретної інформації про об'єкти та їх взаємозв'язки для досягнення цілей, що поставлені перед користувачем даної інформації (Финансовый, 2019).

При цьому якість інформації визначається такими основними параметрами:

- *репрезентативність* – коректність відбору інформації з метою адекватного відображення джерела інформації;
- *достатність* – мінімальний, але достатній обсяг інформації для досягнення цілей, які ставить споживач інформації;
- *доступність* – міра можливості отримати ту чи іншу інформацію;
- *актуальність* – ступінь збереження цінності інформації для управління в момент її використання. Залежить від динаміки зміни її характеристик і від інтервалу часу, що настав з моменту виникнення цієї інформації;
- *своєчасність* – надходження інформації не пізніше заздалегідь визначеного часу, узгодженого з періодом вирішення поставленого завдання;
- *точність* – ступінь реальності одержуваної інформації про поточний стан об'єкта, процесу, явища;
- *адекватність* – це певний рівень відповідності, що створюється за допомогою отриманої інформації про образ реального об'єкта, процесу, явища;
- *стійкість* – здатність інформації реагувати на зміни вихідних даних без порушення необхідної точності та ін.

Виходячи з основних параметрів якості інформації, можна виділити ряд інших факторів, що впливають на процес прийняття рішень, а саме: рівень інформаційних розривів; доступність інформації; стереотипне мислення; асиметрія інформації (Формы, 2019).

Наявність інформаційних розривів призведе до того, що ухвалені рішення можуть стати неактуальними. Тобто поки прийняте рішення дійде до учасників прийняття рішення, ситуація може кардинально змінитися, і це рішення виявиться нераціональним. При цьому

інформаційні розриви найчастіше спостерігаються при отриманні інформації в таких сферах, як частка ринку і її питома вага, корисність для клієнта і вартість бренду, розроблення та вдосконалення продуктів, підвищення якості управління. Також інформаційні розриви найчастіше виникають за відсутності відповідних компетенцій (експертизи) у споживача цієї інформації. Так, менеджмент компанії не може адекватно оцінити інформацію про інноваційні технології виробництва продукції. У свою чергу, співробітники компанії, які мають можливість адекватно оцінити ефективність інноваційної технології (співвідносити реальні витрати і вигоди), ізольовані від менеджменту компанії декількома рівнями її управлінської структури. Наслідком цього є той факт, що менеджмент компанії приймає рішення про фінансування інноваційної технології виробництва продукції на основі первинних результатів оцінювання проєктів без урахування, як правило, великого обсягу додаткових витрат, які будуть необхідні до того, як нова продукція або технологія почне генерувати дохід.

Наступним важливим фактором при прийнятті рішень є доступність інформації. Для прийняття виваженого рішення необхідним є доступ до релевантної інформації. Інвестори, кредитори та інші зацікавлені особи в діяльності компанії не здатні оцінити ефективність діяльності компанії без доступу до відповідної інформації про її діяльність. При цьому виникає проблема відкритості інформації. Існує інформація, яку компанії зобов'язані (згідно із законодавством) розкривати. При цьому розкриття є добровільним (Костюк, 2008).

22 червня 2010 Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку України було затверджено «Положення про розкриття інформації емітентами акцій та облігацій підприємств, які знаходяться у лістингу організатора торгівлі». Це положення регулює склад, порядок і строки розкриття регулярної та особливої інформації в електронній системі комплексного розкриття інформації (ЕСКРІН) емітентами акцій та облігацій підприємств, які знаходяться у лістингу організатора торгівлі.

ЕСКРІН є частиною інформаційного ресурсу загальнодоступної інформаційної бази даних Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку України про ринок цінних паперів. Єдиний інформаційний масив даних про емітентів цінних паперів розміщений на інтернет-порталі [www.smida.gov.ua](http://www.smida.gov.ua) (Гуриєв і др., 2017).

Аналіз оприлюдненої інформації українськими компаніями щодо своєї діяльності свідчить, що майже всі розкривають кількість і номінальну вартість акцій, річну фінансову звітність, детальну характеристику продукції, що випускається. Компанії рідше розкривають інформацію: щодо структури власності (зокрема, детальну інформацію про всіх акціонерів, яким належить понад 10% акцій); дані про послуги аудиторів; детальну характеристику та принципи винагороди членів правління; про екологічні аспекти діяльності акціонерного товариства (екологічну політику, обсяги викидів / скидів забруднювальних речовин у навколишнє природне середовище, результати поточних екологічних аудитів). Рівень розкриття інформації компаніями поданий у таблиці 1.

Дефіцит часу обумовлює прийняття рішень, керуючись стереотипним мисленням. Уже на першому етапі прийняття рішень, використовуючи стереотипне мислення, створюється первинна уява про об'єкт. Однак стереотипи можуть сформулювати неправильне уявлення про об'єкт, оскільки вони не заглиблюються в деталі, а висвітлюють лише найголовніше.

Таблиця 1 – Рівень розкриття інформації компаніями (Гуриєв и др., 2017; Костюк, 2008; Пімоненко, 2012)

| Високий рівень розкриття інформації   | Низький рівень розкриття інформації   |
|---|---|
| <i>Структура власності компанії</i>   |   |
| Кількість і номінальна вартість випущених звичайних та інших видів акцій.<br>Інформація про лістинг.<br>Кількість і номінальна вартість дозволених до випуску, але не випущених акцій | Кількість та імена акціонерів, які володіють пакетами акцій більше 10%.<br>Дані про бенефіціарів акціонерів, які мають 75% акцій.<br>Структура власності афілійованих і дочірніх компаній   |
| <i>Права акціонерів</i>   |   |
| Докладні прес-релізи, що відображають останні корпоративні події.<br>Огляд останніх загальних зборів акціонерів   | Кодекс корпоративної культури або ділової поведінки та етики. Календар важливих для акціонерів подій.<br>Формалізована дивідендна політика  |
| <i>Інформація про фінансову діяльність компанії</i>   |   |
| Річна фінансова звітність.<br>Назва компанії, що здійснювала фінансовий аудит.<br>Методи оцінювання активів, зокрема нарахування амортизації  | Прогнозні значення доходу компанії.<br>Винагорода аудитора  |
| <i>Операційна інформація</i>  |   |
| Перелік основних видів діяльності.<br>Детальна характеристика продукції і послуг.<br>Випуск у натуральному значенні   | Соціальна звітність.<br>Детальна інформація про інвестиційні плани на перспективний рік.<br>Рівень кредитного та екологічного рейтингів   |
| <i>Інформація про органи управління компанії</i>  |   |
| Список членів наглядової ради, ревізійної комісії та правління.<br>Форма винагороди органів управління підприємства   | Умови договору з головою правління.<br>Огляд нарад правління підприємства.<br>Інформація про винагороди правління залежно від результатів діяльності підприємства   |
| <i>Інформація про екологічні аспекти діяльності компанії</i>  |   |
| Назва компанії, що здійснювала екологічний аудит  | Затверджена загальними зборами акціонерів екологічна політика підприємства.<br>Обсяги викидів / скидів забруднювальних речовин.<br>Кількість небезпечних відходів, умови їх зберігання.<br>Результати поточного екологічного аудиту |

Наприклад, при залученні нового інвестора як у менеджменту компанії по відношенню до майбутнього інвестора, так і у майбутнього інвестора до компанії складаються певні стереотипи, а саме: про можливу поведінку інвестора / представників менеджменту компанії; про надійність інвестора / менеджменту компанії; про імідж інвестора / компанії; фінансова стійкість компанії тощо.

Як правило, стереотипи формуються на основі аналізу та оцінювання поверхневої інформації, яка може бути отримана навіть із неперевірених джерел. Тому стереотипи формують поверхневе уявлення і, як наслідок, викривлення інформації при прийнятті рішень.

**Приклад**

Під час переговорів менеджменту компанії і майбутніх інвесторів стереотипне мислення формує хибне уявлення компанії про інвестора, а у інвесторів – про компанію. І при безпосередній співбесіді, керуючись даними стереотипами, вони не виправдовують уявлення один про одного. Як наслідок, інвестор приймає рішення не інвестувати кошти, а менеджмент підприємства відмовляється від співпраці з цим інвестором (What, 2019).

Необхідно зазначити, що стереотипне мислення в багатьох випадках лише заважає поглянути на ситуацію з іншого боку. Таким чином, у сучасних умовах прийняття відповідних рішень повинно ґрунтуватися не на стереотипному мисленні, а на достовірному та об'єктивному оцінюванні існуючої інформації.

Функціонування ринкової економіки вимагає оперативного і своєчасного прийняття відповідних рішень від керівництва компанії щодо її діяльності. Однак для корпоративного сектору економіки характерним є відділення власності від управління. У зв'язку з цим необхідним є передача власниками функцій щоденного, оперативного та своєчасного прийняття рішень – менеджерам (правлінню) підприємства. Тому ключовою проблемою є врегулювання взаємовідносин акціонерів (власників) та менеджерів компанії.

Результатом наявності можливості у менеджерів діяти не в інтересах акціонерів є асиметричність інформації в корпоративних відносинах. Теорії, що займаються розглядом асиметричності інформації, ставлять перед собою мету пояснити: як менеджери можуть використовувати інформацію в своїх інтересах при прийнятті рішень.

*Асиметричність інформації* передбачає, що одна група суб'єктів завжди володіє більш повною інформацією, ніж інша (Формы, 2019).

У корпоративних відносин асиметричність інформації полягає в тому, що менеджери, перебуваючи ближче до виробництва, мають більше інформації щодо функціонування компанії, тому можуть спотворювати інформацію перед власниками компанії. Крім того, інформаційна асиметрія може бути викликана:

- різним ступенем надійності інформації (за умови низького рівня довіри до інформаційного джерела акціонер не в змозі прийняти адекватне рішення);
- розміром витрат на отримання інформації;
- різним сприйняттям акціонерами отриманої інформації (не всі акціонери можуть адекватно (однаково) сприймати отриману інформацію) та ін.

Асиметрія інформації значно погіршує взаєморозуміння між акціонерами і менеджментом в процесі аналізу ефективності їх роботи. У такій ситуації акціонери схильні недооцінювати результати діяльності менеджерів компанії, що негативно відіб'ється на розмірі заробітної плати останніх і ще більше погіршить взаємовідносини між ними, що призведе до загострення конфліктних ситуацій.

### Література

1. Гуриев С., Бремзен А. Конспекты лекций по теории контрактов. URL: [http://fir.nes.ru/~sguriev/teaching/lec\\_contracts.pdf](http://fir.nes.ru/~sguriev/teaching/lec_contracts.pdf). (дата обращения: 18.07.2019).
2. Костюк О. М. Корпоративне управління у банку: монографія. Суми: ДВНЗ "УАБС НБУ", 2008. 332 с.
3. Пімоненко Т. В. Організаційно-економічні засади екологічного аудиту в корпоративному секторі економіки: дисертація на здобуття наукового ступеня к.е.н. Суми: СумДУ, 2012. 247 с.
4. Финансовый словарь. *Академик*. URL: [http://dic.academic.ru/contents.nsf/fin\\_enc/](http://dic.academic.ru/contents.nsf/fin_enc/) (дата обращения: 18.07.2019).
5. Формы, свойства, показатели качества информации. Меры информации. URL: [http://edu.tltsu.ru/sites/sites\\_content/site216/html/media67426/tm1.pdf](http://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site216/html/media67426/tm1.pdf) (дата обращения: 18.07.2019).
6. What does "good" career information look like? *Oregon Career Information System*. URL: <https://oregoncis.uoregon.edu/home/tabid/196/Default.aspx> (accessed on 18.07.2019).



# РОЗДІЛ 11

## НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ ТА РИЗИК

### У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

- Суть понять невизначеності і ризику
- Способи вимірювання ризику
- Види ризиків
- Способи зниження ризиків

#### 11.1 Суть понять невизначеності і ризику

*Невизначеність* – невід’ємна ознака складних, відкритих і динамічних систем, що існують у часі. Термін «невизначеність» використовується в таких різних галузях знання, як філософія, фізика, статистика, економічна теорія, фінанси, страхування, психологія, соціологія, інформатика та ін. У цілому під невизначеністю розуміють обмеженість знання, тобто нестачу або повну відсутність інформації, що є необхідною для опису існуючого або майбутнього стану деякого процесу або системи.

З поняттям невизначеності безпосередньо пов’язане поняття ризику. У найбільш загальному розумінні ризик – це стан невизначеності, результатом якого можуть бути небажані ефекти або значні втрати. В економічній теорії невизначеність пов’язують із такими подіями, які не піддаються кількісному оцінюванню. Відповідно до цього підходу ризик – це оцінена (обчислена) будь-яким способом імовірність кожної з можливих подій (Риск-менеджмент, 2015). Якщо йдеться про господарську діяльність підприємства, то говорять про бізнес-ризик, під яким розуміють насамперед імовірність (загрозу) виникнення фінансових втрат і, таким чином, або збитковості, або отримання підприємством прибутку нижче від очікуваного рівня.

*Невизначеність за Найтом (Knightian uncertainty)*. Розмежування понять «невизначеність» і «ризик», що ґрунтуються на визначенні ризику як невизначеності, яку можна виміряти, бере початок із теорії американського вченого Френка Найта (Knight), що була викладена в його фундаментальній праці «Ризик, невизначеність і прибуток», вперше опублікованій в 1921 році. Зокрема, Ф. Найт писав: «Як правило слово «ризик» вживають дуже вільно: так називають невизначеність будь-якого виду, пов’язану з непередбаченими обставинами несприятливого спрямування; подібним чином термін «невизначеність» передбачає й успішний результат. Ми говоримо про ризик збитків і про невизначеність виграшу. Але в такому вживанні термінів закладена згубна двозначність, якої необхідно позбутися». «Практична відмінність між категоріями ризику і невизначеності

полягає в тому, що коли мова йде про ризик, розподіл наслідків у групі подій відомий завдяки апріорним розрахункам або зі статистичних даних минулого досвіду, тоді як в умовах невизначеності це не так з тієї причини, що ситуація, з якою доводиться мати справу, дуже унікальна і немає можливості сформулювати будь-яку групу подій» (Найт, 2003).

## 11.2 Способи вимірювання ризику

Методи визначення ступеня ризику передусім базуються на розробках теорії ймовірностей і математичної статистики. Так, щоб кількісно охарактеризувати ризик, необхідно знати всі можливі наслідки (якої-небудь події) та їх ймовірності (Пиндайк и др., 2001).

### **Наприклад**

Якщо ми підкидаємо монетку, можливі два основні наслідки: монетка випаде або гербом, або цифрою. Якщо ми вкладаємо гроші в нове підприємство, в найпростішому випадку ми також можемо говорити про два ймовірних наслідки: підприємство виявиться прибутковим (перший наслідок) або, навпаки, збитковим (другий наслідок). У реальному житті ми, зрозуміло, мали б справу з більшою кількістю випадків, оскільки сама ситуація беззбитковості може включати безліч варіантів, що відповідають різним рівням прибутковості, як, наприклад, нульова прибутковість, рівень прибутковості від 1 до 10%, від 11 до 20%, від 21 до 30% і т.д.

**Ймовірність** показує, наскільки правдоподібним є настання певного наслідку (події). При цьому розрізняють об'єктивну та суб'єктивну інтерпретації ймовірності. Об'єктивна інтерпретація ймовірності базується на розрахунку частоти, з якою відбуваються події. Кількісною базою для розрахунку об'єктивної ймовірності може бути накопичений досвід про схожі події в минулому.

### **Наприклад**

Досвід конкретного підприємства може свідчити, що в середньому з 1 000 вироблених на ньому одиниць продукції 10 виявляються бракованими. Займаючись сільським господарством і будуючи плани про майбутній урожай, фермер може врахувати статистичні дані про те, яка частина врожаю (певної культури), як правило, гине в результаті несприятливих погодних умов.

**Суб'єктивна ймовірність** – це числове вираження впевненості конкретної особи в тому, що дана подія дійсно настане. Припущення, що даний наслідок буде мати місце, базується на судженні або особистому досвіді того, хто оцінює, а не обов'язково на частоті, яку цей наслідок демонстрував у минулому. Суб'єктивні ймовірності, що оцінюються різними

людьми, можуть значно відрізнятись для одних і тих самих подій. Це може бути пов'язано з різним обсягом і якістю інформації, якою володіють різні суб'єкти, а також різними можливостями цих суб'єктів оперувати однією й тією самою інформацією. Крім того, на величину суб'єктивної ймовірності впливають і особистісні характеристики самих людей, які здійснюють подібне оцінювання. Це можуть бути не лише вміння раціонально і математично точно обробляти наявну інформацію, але також інтуїція, оптимізм, емоційність, жадібність та інше.

### Наприклад

За наявності однакової інформації про деяку подію оптимістична і схильна до ризику людина оцінить імовірність позитивного наслідку цієї події вище, ніж схильний до довгих вагань у прийнятті рішень песиміст-іпохондрик. Крім того, люди намагаються оцінювати майбутнє, виходячи з одиничних подій, тобто вбачають закономірність там, де її немає. На цю властивість людського мислення вперше звернули увагу Деніел Канеман і Амос Тверські й назвали її **законом малих чисел** (Канеман, 2017).

Важливими характеристиками, використовуваними для опису і порівняння варіантів вибору в умовах ризику, є математичне сподівання, дисперсія (варіабельність, англ. *variance*) появи можливих подій, а також функція щільності розподілу ймовірностей.

**Математичне сподівання** (середнє очікуване значення), пов'язане з невизначеною ситуацією, є середньозваженим усіх значень, що відповідають можливим наслідкам, де ймовірність кожного наслідку (результату) використовується як вага відповідного значення. В україномовній літературі позначається як  $M[X]$ , а в англомовній – як  $E[X]$  (від англ. *expected value* – очікувана цінність), визначаючись за формулою

$$M[X] = p_1X_1 + p_2X_2 + \dots + p_nX_n, \quad (11.1)$$

де  $n$  – кількість можливих наслідків;  
 $p_i$  – ймовірність наслідку  $i$ ;  
 $X_i$  – сума (цінність) наслідку  $i$ .

### Наприклад

Уявімо, що такий собі Іваненко Сидір Петрович розмірковує над тим, чи змінити роботу шкільного вчителя математики з місячним окладом 2 600 на нову роботу, пов'язану з торгівлею кімнатними капцями, але де заробітна плата повністю залежить від комісійних: при гарному розпродажу капців на нього очікує місячний дохід 4 000 грн, але при поганому – лише 1 200. За умови, що результати – хороший і поганий розпродаж – рівноймовірні (сумарна ймовірність дорівнює 1), математичне сподівання, тобто середній очікуваний дохід Сидора Петровича становитиме:

$$M[X] = 0,5 (4\ 000 \text{ грн}) + 0,5 (1\ 200 \text{ грн}) = 2\ 600 \text{ грн.}$$

**Дисперсія**, або варіабельність можливих результатів (наслідків) певної події (дисперсія випадкової величини) – це міра розсіювання можливого результату (даної випадкової величини), тобто його відхилення від математичного сподівання.

Дисперсія є своєрідною мірою ризику. На рис. 11.1 зображені дві безперервні функції щільності розподілу ймовірностей для відповідно двох альтернативних інвестиційних проєктів, які характеризуються однаковою середньозваженою очікуваною дохідністю (математичним сподіванням). Але при цьому функція для проєкту I має більш загострену форму і демонструє меншу варіабельність очікуваної прибутковості, ніж крива для проєкту II. Чим більш загострену форму має крива безперервного розподілу ймовірності (щільніший розподіл), тим більша ймовірність, що фактична прибутковість буде ближчою до очікуваного значення і тим нижчий ризик прийнятого рішення.

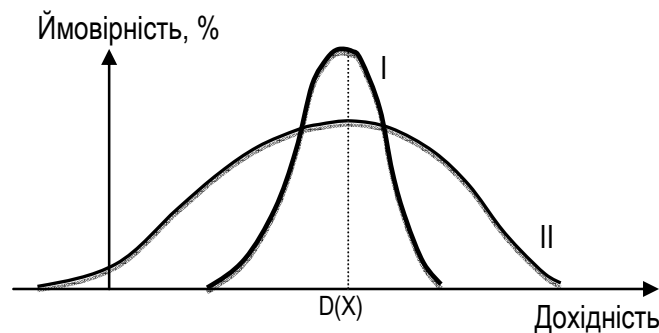


Рисунок 11.1. – Безперервний розподіл ймовірностей очікуваної прибутковості для проєктів I і II

Дисперсія позначається як  $D(X)$  в україномовній літературі і  $Var(X)$  (від англ. *variance*) – в англомовній. У математичній статистиці часто позначається як  $\sigma^2$ . Квадратний корінь з дисперсії, що дорівнює  $\sigma$ , називається середньоквадратичним відхиленням, або стандартним розкидом. Чим більше стандартне відхилення, тим більший ризик. Однією з формул розрахунку дисперсії є така:

$$D[X] = M[X^2] - (M[X])^2. \quad (11.2)$$

Крім дисперсії  $D(X)$  і середньоквадратичного відхилення  $\sigma$ , для оцінювання ризику (майбутньої події) використовують також показник **коефіцієнт варіації**  $cv$ , який на відміну від середнього квадратичного відхилення вимірює не абсолютну, а відносну міру розкиду значень ознаки у статистичній сукупності. Коефіцієнт варіації обчислюється у відсотках і розраховується як відношення стандартного відхилення  $\sigma$  до очікуваного значення результату (математичного сподівання)  $M(X)$ :  $cv = \sigma / M(X)$ . Вважається, що між декількома альтернативними подіями (наприклад, інвестиційними проєктами) більш ризикованою є та з них, що характеризується більшим коефіцієнтом варіації можливих результатів.

### 11.3 Види ризиків

Чим більш закритою, простішою і статичною є система, тим простіша сукупність ризиків, які її характеризують. Звичайно, що Робінзон Крузо, проживаючи на безлюдному острові і займаючись збором кокосових горіхів, полюванням на папуг та ловлею риби, може з тривогою поглядати на грозове небо і боятися погіршення погодних умов. Але плоди його економічної діяльності не постраждають унаслідок кон'юнктурної кризи, обвалу на фондовому ринку, інфляції або девальвації, кредитного колапсу, зміни уряду та змін у законодавчій базі, тому що усіх цих феноменів у його замкненому натуральному господарстві просто не існує. Однак чим складніша і динамічніша економічна система, тим складніші невизначеність і структура ризиків, з якими стикаються суб'єкти господарювання цієї системи.

Сучасна ринкова економіка являє собою дуже складну, відкриту, багаторівневу і динамічну систему. Відповідно її суб'єкти – домашні господарства, комерційні фірми, органи державного управління та ін. – мають справу з цілою ієрархією ризиків, що відображають складність того середовища (простору), в якому вони функціонують. Наприклад, у теорії менеджменту розрізняють внутрішнє середовище і зовнішнє середовище підприємства (фірми). Відповідно виділяють *внутрішні* і *зовнішні ризики*. Прикладом *внутрішніх ризиків* можуть бути організаційний, виробничий, операційний та ін. Вони виникають у межах конкретної фірми і безпосередньо пов'язані з діяльністю її менеджерів і рядових працівників.

Зовнішнє середовище підприємства є більш складним і значно менш контрольованим з боку підприємства. Воно охоплює мікроекономічне середовище (постачальників, споживачів, конкурентів та ін.), а також макросередовище, яке формується не лише елементами макроекономічної системи, а й елементами систем неекономічного характеру – природної, техногенної, демографічної, культурної та ін. Таким чином, у зовнішньому середовищі підприємства стикаються зі значно більшою кількістю ризиків, серед яких розрізняють мікроекономічні і макроекономічні, соціально-політичні, природно-екологічні, техногенні, законодавчі, регіональні, міжнародні та багато інших видів ризиків.

У цілому в економічній літературі виділяється велика кількість ризиків, а також критеріїв для їх класифікації. Як зазначають дослідники, на сьогодні налічується понад 40 різних критеріїв ризиків і більше 220 видів ризиків, проте чітка й узгоджена (універсальна) класифікація ризиків фактично відсутня (Кузнецова, 2004). Деякі з існуючих класифікацій ризиків наведені на рис. 11.2.

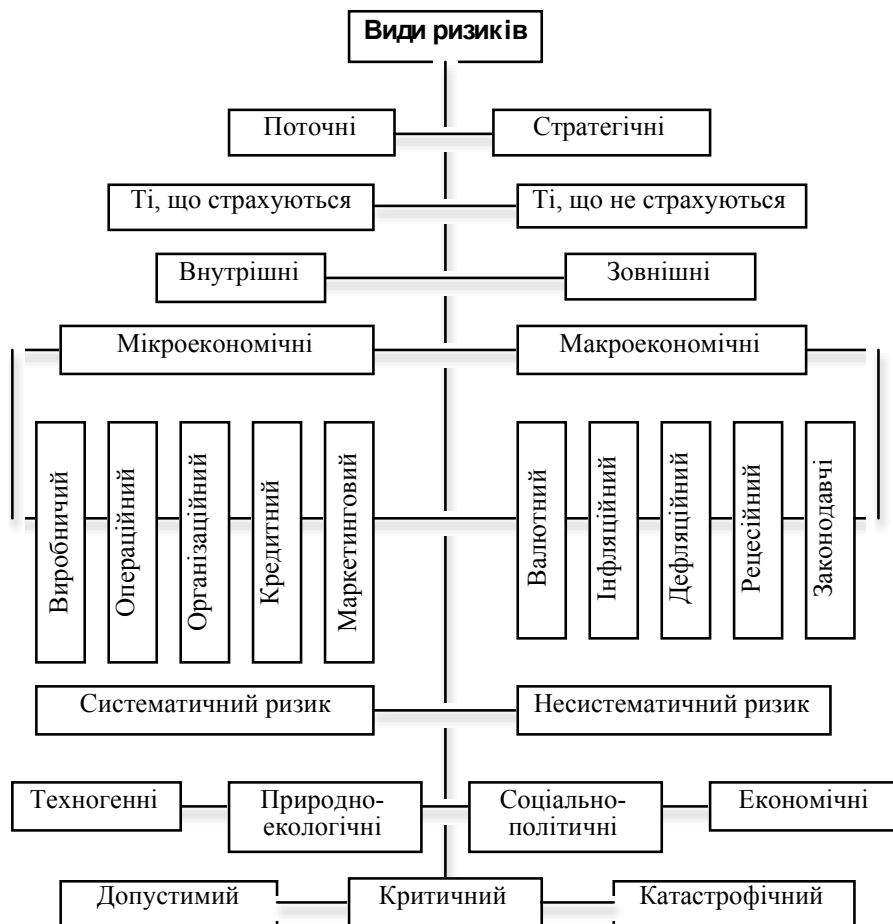


Рисунок 11.2 – Види ризиків в економічній діяльності фірми

Згідно зі щорічними дослідженнями «Барометр ризиків Allianz 2020», проведеним міжнародною страховою компанією Allianz, ТОП-10 світових бізнес-ризиків у 2020 р. склали: 1) кібер-загрози; 2) перерви у виробництві, збої в ланцюзі постачань; 3) зміни в законодавстві та регулюванні; 4) природні катастрофи; 5) стагнація або падіння ринку; 6) пожежі, вибухи; 7) зміна клімату; 8) втрата репутації або цінності бренду; 9) вплив нових технологій; 10) макроекономічні зміни. У дослідженні, зокрема, підкреслюється, що кіберзлочинність і перерви у виробництві сьогодні турбують бізнес більше, ніж будь-коли раніше. Перерви у виробництві є одним з найважливіших глобальних ризиків восьмий рік поспіль. А ось кіберзлочинність здійснила найбільший стрибок у рейтингу, піднявшись за сім років із 15-го на 1-ше місце. Зокрема, бізнес стикається з низкою таких проблем, як більш масштабні і дорогі витрати даних, зростання кількості здірників і зростаюча ймовірність судових процесів. Як і стихійне лихо, кібератака може потенційно вплинути на сотні компаній, а останнім часом подібні інциденти загострилися (Барометр, 2020).

Списки найбільших загроз для бізнесу в різних країнах мають свої особливості. Наприклад, у ряді країн до ТОП-10 ризиків входять такі, як: нестача кваліфікованої робочої сили (США, Великобританія, Польща, Угорщина, Канада, Південна Корея); крадіжки, шахрайство і корупція (Франція, Греція, Болгарія, Хорватія, Росія, Укра-

їна, Туреччина, Бразилія, Колумбія), а також політичні ризики, пов'язані з геополітичними конфліктами, війнами, тероризмом та громадянськими заворушеннями (Франція, Росія) (Allianz, 2020). Згідно із Fitch Solutions data, особливо високий рівень політичних ризиків демонструють більшість країн Африки (серед них – Судан, Південний Судан, Сомалі, Нігерія), цілий ряд країн Близького Сходу (наприклад, Сирія, Ірак, Іран), деякі країни Латинської Америки (Болівія, Венесуела). При цьому Україна, а також Боснія-Герцеговина демонструють найвищі політичні ризики серед країн Європи. У той самий час Норвегія, Швеція і Канада – серед країн із найнижчими політичними ризиками (вони є і найбільш політично стабільними): (Political, 2019).

Інше дослідження, проведене банком JPMorgan, визначило такі основні ризики світової економіки: 1) уповільнення економічного зростання значно нижче за свій потенціал для більшої частини країн, що розвиваються; 2) зростання геополітичної напруженості і посилення торгового протекціонізму; 3) уповільнення темпів зростання китайської економіки; 4) прискорення інфляції; 5) слабкий приплив капіталу в інвестиційні фонди на ринках, що розвиваються, та ін. (JPMorgan, 2015; Moody's, 2019).

## 11.4 Способи зниження ризиків

Серед методів, що сприяють уникненню або зниженню невизначеності та ризиків, а також пом'якшенню негативних наслідків ризикованих подій в економічній діяльності бізнесу називають передусім усе страхування, диверсифікацію і володіння додатковою інформацією (Пиндайк и др., 2001). Крім того, існують й інші способи та механізми зниження ризиків, деякі з яких зазначені нижче.

1. **Страховання.** Економічна сутність страхування полягає у створенні резервного (страхового) фонду, відрахування в який для окремого страхувальника встановлюються на рівні, значно меншому за суму очікуваного збитку і, як наслідок, страхового відшкодування. Таким чином, страхування – це, по суті, передача певних ризиків від страхувальника до страховика (страхової компанії). Для страхування підходять масові види ризику, до яких схильні численні організації і ймовірності появи яких відомі з високим ступенем точності (Кузнецова, 2004). До основних видів страхування бізнесу належать: страхування майна (страхування від вогню, страхування транспортних засобів, страхування вантажів та ін.); страхування відповідальності (наприклад, професійної відповідальності, відповідальності за нанесення шкоди навколишньому середовищу та ін.); страхування фінансових і специфічних ризиків (наприклад, збитків, зазнаних унаслідок невиконання зобов'язань контрагентом); особисте страхування (наприклад, медичне страхування персоналу від нещасних випадків на виробництві).

2. **Диверсифікація** (різноманітність) видів діяльності, джерел (постачальників) ресурсів, інвестиційного портфеля та ін. З можливостями диверсифікації (насамперед інвестиційного портфеля) пов'язують поняття несистематичного ризику. **Несистематичний ризик** характерний для конкретної галузі або компанії; він не залежить від економічних, політичних та інших факторів, що здійснюють систематичний вплив на всі цінні папери. **Систематичний ризик**, навпаки, обумовлений факторами, що впливають на весь ринок у цілому. Це можуть бути зміни в макроекономічній політиці держави, інфляція, циклічні рецесії та ін. Систематичні ризики не можна подолати диверсифікацією.

3. **Збір та аналіз інформації**, що знижує невизначеність; управління ризиками (ризик-менеджмент), тобто процес, пов'язаний із прийняттям і виконанням управлінських рішень, який включає: 1) виявлення ризику і оцінювання ймовірності його реалізації, визначення максимально можливого збитку; 2) вибір методів та інструментів управління виявленим ризиком; 3) розроблення ризик-стратегії з метою зниження ймовірності реалізації ризику та мінімізації можливих негативних наслідків; 4) реалізацію ризик-стратегії; 5) оцінювання досягнутих результатів та коригування ризик-стратегії.

4. **Гнучкість внутрішньофірмового управління**, що дозволяє швидко і адекватно реагувати на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища організації.

5. **Зростання організації (підприємства)**, зокрема за рахунок вертикальної інтеграції. Вертикальна інтеграція полягає в тому, що фірма об'єднує кілька послідовних стадій при виробництві продукту. Наприклад, це може бути об'єднання металургійного підприємства (виробництво сталі) і підприємства важкого машинобудування (вагонобудування). В результаті такого об'єднання підприємство, що випускає вагони, знижує (усуває) ризики збоїв у забезпеченні сталлю, а виробник сталі знижує невизначеність, пов'язану зі збутом своєї продукції.

6. **«Консервативне фінансування»**. На думку деяких дослідників, серед компаній-довгожителів переважають ті, які «не беруть у борг» або беруть порівняно мало (Де Гиус, 2004). Підвищення рівня фінансового леве-риджу (відношення позикового капіталу до власного) призводить до зниження фінансової стійкості компанії і підвищення ризику банкрутства.

Конкретно використовувані методи уникнення (зниження) ризиків можуть відрізнятися залежно від виду діяльності підприємства, обраної підприємством ділової стратегії (переслідуваних довгострокових цілей), специфіки ризику, з яким доводиться мати справу, й інше. Стратегія одних підприємств може бути спрямована на відмову від надмірно ризикованої діяльності, тоді як інші фірми, навпаки, можуть вибирати такі види діяльності, які безпосередньо пов'язані з ризиками. Наприклад, діяльність вен-



*чурних фірм* (від англ. *venture* – ризикувати, авантюра) пов'язана з ризиком різного роду інновацій (нововведень): у сфері наукових досліджень, технології, створення нових продуктів, організації виробництва, маркетингу. Як правило, венчурні фірми належать до малого і середнього інноваційного бізнесу і функціонують у галузях, де життєвий цикл продукту невеликий (наприклад, мікроелектронна промисловість).

#### **Притча про чилійську картоплю**

Цікавий приклад того, як диверсифікація сприяє виживанню системи в умовах невизначеності в довгостроковому періоді, наводить Арі де Гіус (Arie de Geus) у своїй книзі «Жива компанія» (Де Гіус, 2004). Автор розповідає про те, як з метою допомогти Чилі з рішенням продовольчої проблеми США відправили туди групу агрономів для вивчення ситуації. Прибувши в Анди, американські агрономи, вивчаючи місцеві картопляні поля, виявили в межах кожного поля десять і більше різновидів вирощуваної картоплі. Це їм вдалося жакливо неефективним. Більше того, під час збирання врожаю чилійські селяни збирали не всю картоплю, а значну кількість рослин дивно розпланованих полів пропускали і залишали рости по закутках. Команда агрономів провела розрахунки, які показували, що більш ретельна селекція насінневої картоплі, перехід до високоврожайних сортів і більш систематичне прополювання та збирання врожаю збільшили б щорічний урожай щонайменше на 15%. Але ця порада була неправильною! Чилійські селяни, проводячи все життя в горах, знали, що їх картоплі загрожувало безліч непередбачених чинників. Тому в періоди масової загибелі врожаю селяни вишукували усюди – по закутках, за валунами і серед бур'янів кущі картоплі, що вижили. Завдяки цим збереженням бульб селяни, хоч і голодуючи, могли вижити, а також мали насінневу картоплю на наступний рік. Таким чином, хоча такий спосіб господарювання часом і був неефективним, але забезпечував різноманітність, яка допомагала людям боротися з непередбаченими нещастям.

Арі де Гіус зазначає провали монокультурного підходу, який гарантує набагато більший урожай у найближчому майбутньому, але в довгостроковій перспективі виснажує ґрунт і зменшує різноманітність у системі. Подібним чином і «корпоративні системи, які ставлять собі за мету максимізацію короткострокового прибутку і створюють перешкоди або відсікають ті види діяльності, які ведуться на узбіччі «поля» компанії, є діловим еквівалентом монокультурності. У довгостроковому плані притча про чилійську картоплю означає, що ці компанії значно зменшують свої шанси на виживання» (Де Гіус, 2004).

**Невизначеність та інституції.** Ускладнення економічного життя не лише ускладнює саму невизначеність і збільшує число ризиків, з якими стикаються суб'єкти господарювання, а й супроводжується створенням нових і вдосконаленням існуючих механізмів уникнення або зниження ризиків. Прикладом такої паралельної еволюції може бути принцип обмеженої відповідальності, що характеризує, зокрема, акціонерні товариства (АТ). Учасники АТ (акціонери) не відповідають за зобов'язаннями това-

риства, а зазнають ризику збитків, пов'язаних із діяльністю товариства, лише в межах вартості акцій, що їм належать. Без залучення принципу обмеженої відповідальності не було б можливим існування сучасних ринків капіталу. Цей приклад також демонструє ту важливу роль, яку виконують в умовах невизначеності соціальні, економічні, правові та політичні інституції.

Класики сучасного інституціоналізму безпосередньо вказують на властивість інституцій (інститутів) зменшувати невизначеність. Зокрема, лауреат Нобелівської премії з економіки американський економіст Дуглас Норт зазначає, що інститути зменшують невизначеність за допомогою структурування повсякденного життя; вони є своєрідними дороговказами для людської взаємодії, тому що коли ми хочемо привітатися з друзями на вулиці, керувати автомобілем, позичити у когось гроші, то знаємо (або легко можемо дізнатися), як це здійснити; у світі повної інформації інституції не потрібні (Норт, 2000). У свою чергу, британський дослідник Джеффри Ходжсон пише про те, що інститути реально створюють і в певному сенсі поширюють додаткову інформацію вже самим фактом свого існування (Ходжсон, 2003).

## Література

1. Барометр ризиків Allianz 2020. *Allinsurance.kz. Казахстанский портал о страховании*. 20.01.2020. URL: <https://allinsurance.kz/articles/analytical/13665-barometr-riskov-allianz-2020> (дата обращения: 25.01.2020).
2. Де Гиус А. Живая компания: рост, научение и долгожительство в деловой среде / пер. с англ. Санкт-Петербург: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. 221 с.
3. Канеман Д. Мыслення швидко й повільно / Пер. з англ. – Київ: Наш формат, 2017. 480 с.
4. Кузнецова Н. В. Управление рисками. Владивосток: Издательство Дальневосточного университета, 2004. 168 с.
5. Найт Ф. Х. Риск, неопределенность и прибыль / пер. с англ. Москва: Дело, 2003. 360 с.
6. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / пер. з англ. Київ: Основи, 2000. 198 с.
7. Пиндайк Р. С., Рубинфельд Д. Л. Микроэкономика / Пер. с англ. – Москва: Дело, 2001. 808 с.
8. Риск-менеджмент: учебник / В. Н. Вяткин, В. А. Гамза, Ф. В. Маевский. Москва: Издательство Юрайт, 2015. 353 с.
9. Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты: манифест современной институциональной экономической теории / пер. с англ. Москва: Дело, 2003. 464 с.
10. Allianz Risk Barometer 2020. *Allianz. News & Insights. Reports*. 2020. URL: <https://www.agcs.allianz.com/news-and-insights/reports/allianz-risk-barometer.html#summary> (accessed on 01.02.2020).

11. JPMorgan: 10 рисков развивающихся рынков в 2016 году. *Вести. Экономика*. 02.12.2015. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/65031> (дата обращения: 01.03.2018).

12. Moody's изменило прогноз по развивающимся рынкам на «негативный». *Вести. Экономика* 21.11.2019. URL: <https://www.vestifinance.ru/articles/128639> (дата обращения: 30.12.2019).

13. Political risks map 2019. Rising Geopolitical Tensions. *MARSH*. 2019. URL: <https://www.marsh.com/nz/campaigns/political-risk-map-2019.html> (accessed on 01.02.2020).

### **Питання до теми**

1. У чому полягає сутність понять «невизначеність» та «ризик»? Що спільного та відмінного між цими поняттями?

2. Чим відрізняються об'єктивна та суб'єктивна ймовірності? Наведіть приклади.

3. Які існують критерії для класифікації ризиків? Назвіть приклади таких критеріїв і види ризиків, які відповідають цим критеріям.

4. Наведіть приклад ризику, що не страхується. Спробуйте пояснити, чому він не страхується.

5. Які, на вашу думку, найбільші макроекономічні ризики в сучасних умовах загрожують діловим підприємствам України?

6. Як ви думаєте, чи можлива повна відсутність бізнес-ризиків в умовах ринкової економіки? Чи хотіли б ви займатися власним бізнесом в умовах повної визначеності і відсутності ризиків?

7. Чи можете ви пояснити, чому важливою складовою енергетичної безпеки України є диверсифікація джерел імпорту нафти і газу? Чи варто на сьогодні розглядати енергетичну залежність України від Росії як ризику для ділових підприємств України? Якщо так, то до якого виду ризиків ви б віднесли цей фактор?

## **РОЗДІЛ 12**

### **БІЗНЕС-ІНТЕРЕСИ ФІРМ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ**

- Міжнародний поділ праці
- Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності
- Методи торгівлі. Зовнішньоторговельні посередники
- Методи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності
- Зовнішньоторговельний контракт
- Структура і зміст зовнішньоторговельного контракту купівлі-продажу
- Основні підходи до встановлення ціни в зовнішньоторговельному контракті

#### **12.1 Міжнародний поділ праці**

Підприємницьку діяльність економічного суб'єкта прийнято вважати бізнесом, якщо вона відповідає трьом основним параметрам: по-перше, результатом такої діяльності є реальний *прибуток*, а не дохід (принаймні у довгостроковій перспективі) або наміри (суб'єктивна переконаність) його отримання; 2) отримання прибутку має бути стабільним, оскільки бізнес необхідно розглядати як тривалу в часі діяльність, а не одноразову угоду; 3) підприємницьку діяльність суб'єкт повинен здійснювати в межах чинних законів (як національних, так і міжнародних): незаконне отримання будь-якої економічної вигоди (доходу) не може вважатися бізнесом. Також важливо, щоб підприємницька діяльність давала користь суспільству і/або окремим його суб'єктам.

Треба зазначити, що основна ідея бізнесу базується на створенні доданої вартості, тобто формуванні певної додаткової цінності для споживача, за яку він готовий і буде платити. Виходячи з цього, можемо визначити такі основні види економічної діяльності, здатні за відповідних умов і можливостей давати прибуток економічному суб'єкту:

1) виробництво як процес створення доданої вартості. Виробництво товарів ґрунтується на переробленні ресурсів у якісно новий стан (товар/продукт, напівфабрикат тощо); воно може бути *матеріальним* (продовольство, автомобілі та ін.) або *нематеріальним* (освітні послуги, комп'ютерні програми та ін.);

2) торгівля як процес обміну товарами (послугами) між економічними суб'єктами або їх об'єднаннями (групами). У торгівлі додана вартість створюється за рахунок підвищення зручності придбання і споживання, при цьому сам товар (продукт) не зазнає змін;

3) надання послуг – створення доданої вартості відбувається за рахунок проведення робіт, що задовольняють певні запити споживача.

Бізнес-середовище характеризується значною турбулентністю (значними ризиками та невизначеністю), унаслідок чого економічна результативність підприємницької діяльності значною мірою залежить від багатьох

внутрішніх та зовнішніх факторів. Вплив їх посилюється, коли компанія у своїй бізнес-діяльності виходить за межі країни походження (національного ринку) і починає освоювати закордонні ринки, тобто здійснювати зовнішньоекономічну діяльність (ЗЕД). У таких випадках у компанії виникають особливого роду бізнес-інтереси та чинники міжнародного бізнесу: глобальні (або інтернаціональні) особливості економічних відносин; відмінності культурного середовища країн, в яких фірма планує здійснювати свою діяльність; аспекти регулювання бізнес-відносин; характер політичної обстановки та ін.

Закономірним підсумком розвитку суспільного поділу праці є поділ праці між країнами, обумовлений неоднаковою забезпеченістю країн природними багатствами, різними кліматичними умовами та географічним положенням, різними кількісними і якісними характеристиками трудових ресурсів, соціальними та історичними умовами, іншими факторами.

Міжнародний поділ праці (МПП) як процес характеризується обміном товарами (послугами) та іншими результатами суспільно корисної діяльності між країнами в певних кількісних та якісних пропорціях. МПП проявляється в двох основних формах: міжнародна спеціалізація і міжнародне кооперування.

**Міжнародна спеціалізація виробництва** – це концентрація однорідного виробництва на основі диференціації національних виробництв і виготовлення однорідних товарів (послуг) у більшому обсязі, ніж вимагає внутрішній ринок, для здійснення міжнародного обміну.

**Міжнародне кооперування виробництва** – це спільна координація виробничо-господарської діяльності підприємств різних країн з метою збільшення обсягів вироблених матеріальних благ при більш високій продуктивності праці. Міжнародне кооперування може набирати різних форм, до основних необхідно віднести такі:

- спільне коопероване виробництво;
- створення спільних підприємств;
- продаж комплектуючих;
- передача (купівля-продаж) ліцензій на використання прав промислової та інтелектуальної власності (франчайзинг, міжнародний лізинг та ін.) (Основы, 1993).

## **12.2 Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності**

Міжнародний поділ праці і форми його прояву визначаються насамперед соціально-економічними й політичними умовами економічних систем. Переважно саме ці умови формують механізм управління ЗЕД.

Зовнішньоекономічна діяльність – діяльність суб’єктів господарської діяльності України та іноземних суб’єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами (Про зовнішньоекономічну, 1991).

*Форми ЗЕД і механізм регулювання ЗЕД.* Вибір форм ЗЕД (рис. 12.1) залежить від конкретних сфер і напрямів виробничо-господарської діяльності підприємства, його форми власності і фінансового стану, особливостей державного регулювання та органів управління ЗЕД.



Рисунок 12.1 – Класифікація зовнішньоекономічних зв'язків

Переважає більшість держав різними методами й засобами здійснюють регулювання ЗЕД суб’єктів господарювання. Треба зазначити, що принципова структура державних інститутів, що регулюють ЗЕД, і в економічно розвинених, і в країнах, що розвиваються, подібні. Як правило, вона включає Кабінет Міністрів України, Міністерство зовнішньоекономічних зв'язків або зовнішньої торгівлі, Центральний банк, Центральне статистичне управління (міністерство), Експортно-імпорتنний банк, Міністерство закордонних справ і митні органи (Кириченко, 2002). Механізм

регулювання ЗЕД в Україні (станом на початок 2020 р.) поданий на рис. 12.2.

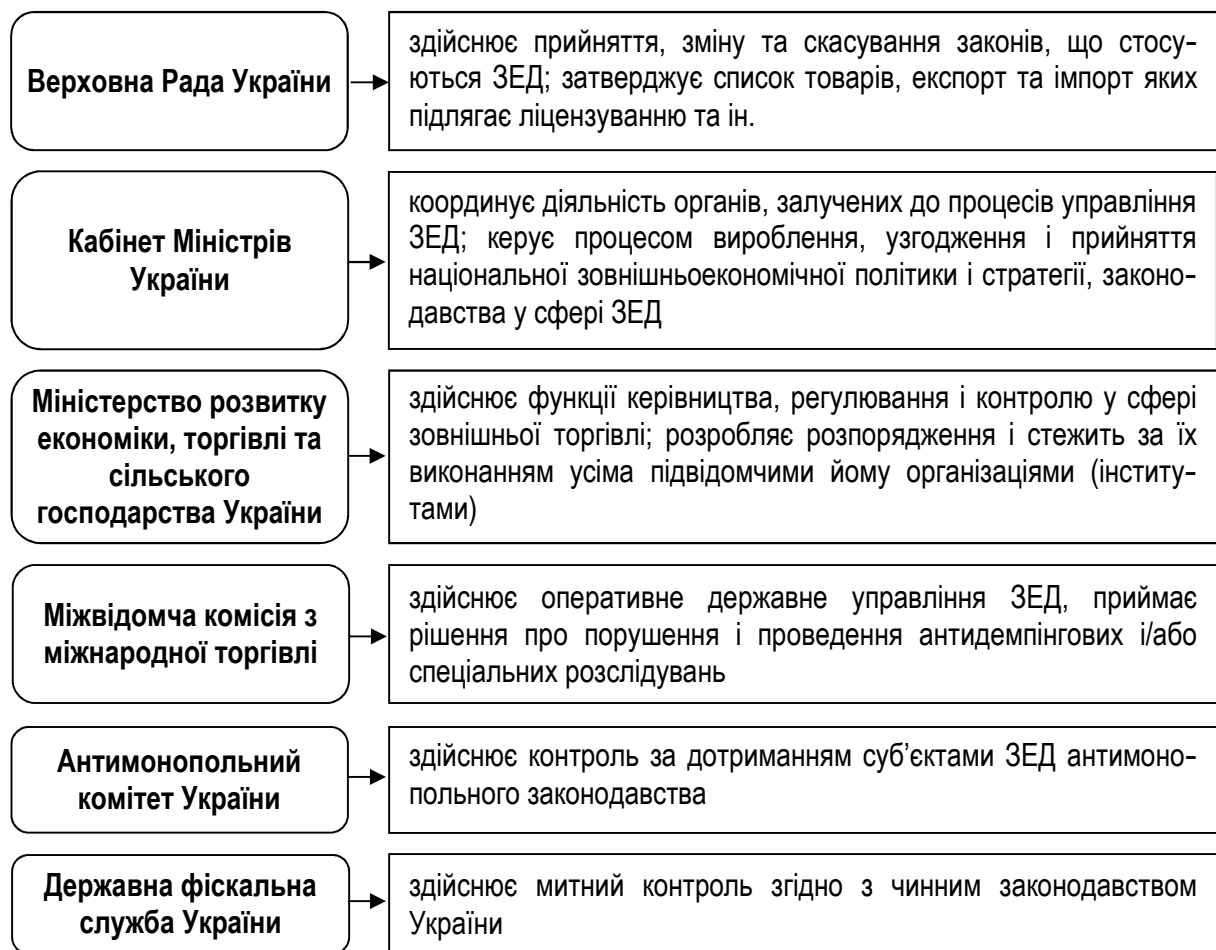


Рисунок 12.2 – Механізм регулювання ЗЕД в Україні

Центральний банк країни відіграє важливу роль в управлінні ЗЕД за допомогою валютно-фінансових інструментів, насамперед регулюванням курсу національної грошової одиниці, який безпосередньо впливає на ефективність експортно-імпортних операцій.

Центральне статистичне управління проводить статистичний облік зовнішньоторговельних операцій, здійснюваних компаніями країни.

Експортно-імпортний банк здійснює розрахункові і кредитні операції від імені уряду.

Міністерство закордонних справ сприяє визначенню зовнішньополітичних орієнтирів і дотримання зовнішньоекономічних інтересів національних експортерів та імпортерів на зовнішніх ринках.

*Принципи зовнішньоекономічної діяльності.* ЗЕД національних компаній та іноземних бізнес-суб'єктів здійснюється на основі таких принципів (Саллі та ін., 2005).

*Принцип суверенітету народу України у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності*, що полягає у:

- винятковому праві народу України самостійно та незалежно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на території України, керуючись законами, що діють на території України;
- обов'язку України неухильно виконувати всі договори і зобов'язання України в галузі міжнародних економічних відносин.

*Принцип свободи зовнішньоекономічного підприємництва*, що полягає у:

- праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності добровільно вступати у зовнішньоекономічні зв'язки;
- праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності здійснювати її в будь-яких формах, які прямо не заборонені чинними законами України;
- обов'язку додержуватися при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності порядку, встановленого законами України;
- винятковому праві власності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на всі одержані ними результати зовнішньоекономічної діяльності.

*Принцип юридичної рівності і недискримінації*, що полягає у:

- рівності перед законом усіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, зокрема держави, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;
- забороні будь-яких, крім передбачених Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність», дій держави, результатом яких є обмеження прав і дискримінація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності за формами власності, місцем розташування та іншими ознаками;
- неприпустимості обмежувальної діяльності з боку будь-яких її суб'єктів, крім випадків, передбачених Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність».

*Принцип верховенства закону*, що полягає у:

- регулюванні зовнішньоекономічної діяльності лише законами України;
- забороні застосування підзаконних актів та актів управління місцевих органів, що у будь-який спосіб створюють для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності умови, менш сприятливі, ніж ті, що встановлені законами України.

*Принцип захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності*, який полягає у тому, що Україна як держава:

- забезпечує рівний захист інтересів усіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та іноземних суб'єктів господарської діяльності на її території згідно з законами України;



- здійснює рівний захист усіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України згідно з нормами міжнародного права;
- здійснює захист державних інтересів України як на її території, так і за її межами лише відповідно до законів України, умов, підписаних нею міжнародних договорів та норм міжнародного права.

*Принцип еквівалентності обміну, неприпустимості демпінгу при ввезенні та вивезенні товарів* (Про зовнішньоекономічну, 1991).

Регулювання ЗЕД в Україні здійснюється з метою:

- забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку України;
- стимулювання прогресивних структурних змін в економіці, зокрема зовнішньоекономічних зв'язків суб'єктів ЗЕД України;
- створення найбільш сприятливих умов для входження економіки України в систему МПП і її наближення до ринкових структур економічно розвинених країн (Про зовнішньоекономічну, 1991).

### **12.3 Методи торгівлі. Зовнішньоторговельні посередники**

Під *методом торгівлі* розуміють спосіб здійснення торговельного обміну (торговельної операції).

У міжнародній торговельній практиці застосовуються два основні методи торгівлі:

- *прямий* метод (проведення операції безпосередньо між виробником і споживачем);
- *непрямий* метод (здійснення операції через посередника).

*Прямий метод торгівлі.* Використовуючи такий метод, сторони угоди можуть мати певну фінансову вигоду, оскільки скорочуються витрати на суму комісійної винагороди посереднику, знижуються ризики і залежність результатів комерційної діяльності від можливої несумлінності або недостатньої компетенції посередника. Метод також дозволяє компанії постійно знаходитися на ринку, відстежувати його зміни й тенденції та своєчасно на них реагувати. Разом із тим використання прямого методу торгівлі передбачає наявність у виробника (продавця) комерційної кваліфікації і торгового досвіду, в іншому разі фінансові витрати не лише не скоротяться, але можуть значно зрости. Крім того, міжнародна торгівля порівняно із внутрішньою є більш ризикованою, що обумовлено економічними, політичними, правовими й соціальними умовами, що відрізняються за країнами, їх традиціями і звичаями, а також географічною віддаленістю торговельних партнерів. З означених та інших причин часто більш до-

цільно, а іноді просто необхідно використовувати посередників для здійснення міжнародних торговельних операцій.

*Непрямий метод торгівлі.* Більша частина міжнародного товарного обміну здійснюється за сприяння торговельних посередників, тобто незалежних від виробників і споживачів товарів фірм (організацій, осіб).

Під торговельно-посередницькими операціями розуміють операції, пов'язані з купівлею-продажем товарів (послуг), що виконуються за дорученням виробників і споживачів товарів (послуг) незалежним від них торговельним посередником на основі угоди чи окремого доручення, що укладається між ними (Тарасевич, 2006).

Торговельне посередництво в економічному розумінні – досить широке поняття, що включає в себе значне коло послуг, зокрема, з пошуку закордонного контрагента, підготовки й проведення угоди, кредитування сторін і надання гарантій оплати товару покупцем, здійснення транспортно-експедиторських операцій і страхування товарів при транспортуванні, виконання митних формальностей, проведення рекламних та інших заходів із просування товарів (послуг) на зовнішні ринки, здійснення технічного обслуговування та проведення інших операцій.

Посередницькі операції регулюються нормами торговельного і цивільного права, наприклад, Цивільним кодексом України передбачено два види представництва – повноваження однієї особи вчиняти певні юридичні дії замість іншої особи – *доручення*, яке оформлюється договором доручення (гл. 68, ст. 1000–1010), і *комісію*, яка оформлюється договором комісії (гл. 69, ст. 1011–1028) (Цивільний, 2003).

*Договір доручення* – цивільно-правовий договір, згідно з яким одна сторона (повірений) зобов'язується вчинити від імені та за рахунок іншої сторони (довірителя/поручителя) певні юридичні дії.

*Договір комісії* – цивільно-правовий договір, згідно з яким одна сторона (комісіонер) зобов'язується за дорученням іншої сторони (комітента) за винагороду вчинити один або кілька правочинів від свого імені, але за рахунок комітента.

Відносини українських компаній з українськими посередниками регулюються договорами доручення або комісії. При зверненні до закордонного посередника українські компанії керуються тим, що відповідні норми іноземного права згідно з умовами контрактів чи норм міжнародного приватного права можуть бути застосовані до експортно-імпортних операцій українських компаній. Крім того, Господарський кодекс України визначає комерційне посередництво (агентські відносини) у господарській сфері як підприємницьку діяльність, що полягає в наданні комерційним агентом послуг суб'єктам господарювання при здійсненні ними господарської діяльності через посередництво від імені, в інтересах, під контролем і за рахунок економічного суб'єкта, якого він представляє (Господарський, 2003).

Відносини посередників із підприємцями регулюються такими видами цивільних договорів:

- у країнах дії романо-германської системи права (Франція, Німеччина, Японія, Італія, Бельгія, Нідерланди, Швейцарія, Скандинавські, Латиноамериканські та ін. країни) – договором доручення і договором комісії;
- у країнах дії англо-американської системи права (Велика Британія, США, країни Британської співдружності націй, зокрема, Канада, Індія, Пакистан, Австралія та ін.) – *агентським договором*;
- у решті країн – *договорами про розміщення товарів або послуг* (про надання виняткових прав продажу і про винятковий імпорт, про франшизу та ін.) і *договором факторингу*.

У світовій практиці посередників, що діють і за договорами доручення, і за договорами комісії, прийнято називати «агентами», а угоди, що укладаються із посередниками, – «агентськими угодами».

Також досить широке застосування в договірній практиці мають розроблені окремими фірмами й міжнародними урядовими та неурядовими організаціями проформи агентських угод (договорів).

*Види торгових посередників.* Посередників у зовнішній торгівлі можна класифікувати залежно від обсягу їх повноважень та від їх місця на ринку.

Права і обов'язки посередників визначаються договорами з їх довірителями/поручителями. При цьому основною умовою таких договорів є: чи має право посередник укладати угоди з третіми особами, за чий рахунок і від чийого імені він може це робити? Відповідно посередників можна розділити на чотири групи:

- *посередники, які не мають права укладати угоди з третіми особами* (агенти-представники, брокери);
- *посередники, що укладають угоди з третіми особами від свого імені, але за рахунок довірителя* (комісіонери, консигнатори);
- *посередники, що укладають угоди від імені і за рахунок довірителя* (агенти-повірені, торговельні агенти);
- *посередники, що укладають угоди з третіми особами від свого імені і за свій рахунок* (дистриб'ютори, дилери) (Шевчук, 2008).

За місцем на ринку посередників поділяють на простих агентів, агентів із правом «першої руки» і монопольних (або ексклюзивних) агентів.

*Прості агенти.* Угода про просте агентство надає право посереднику збувати на обумовленій (в угоді) території певну номенклатуру товарів принципала і отримувати від нього винагороду. Така угода не обмежує прав принципала, який може самостійно або через інших агентів виходити з цими самими товарами на той самий ринок без виплати простому агенту будь-якої винагороди або компенсації. В агентській угоді фіксується також зобов'язання принципала не продавати самостійно або через інших посе-

редників товари на цьому ринку на більш сприятливих комерційних умовах, ніж ті, які запропоновані простому агенту. Тому прості агентські угоди укладаються, як правило, на короткий термін (до одного року) при виході фірм-експортерів на нові ринки й часто навіть із декількома агентами для того, щоб оцінити їх професійні здібності й можливості для вибору у подальшому найбільш перспективних агентів.

*Агентство з правом «першої руки»* є різновидом простого агентства. Відповідно до угоди про агентство з правом «першої руки» принципал зобов'язаний спочатку запропонувати товар агенту і лише після його письмової відмови продавати товар на цьому ринку самостійно або через інших посередників без виплати винагороди агенту. Причиною відмови можуть бути технічні характеристики товару, терміни його поставки, ціна, якість, інші умови, які, на думку агента, не сприятимуть просуванню товару на ринку.

*Монопольні* (ексклюзивні) агенти. Угода про надання агенту монопольного права означає, що лише він може продавати товари принципала певної номенклатури на обумовленій території протягом встановленого часу і отримувати за це винагороду, а сам принципал позбавляється права й можливості виходити на цей ринок з товарами визначеної в угоді номенклатури самостійно або через інших агентів. Якщо принципал продає на визначеній в угоді території товари сам або через інших агентів, він зобов'язаний виплатити монопольному агенту встановлену в угоді винагороду. Тому, укладаючи таку угоду, принципал має чітко визначити випадки, в яких він може самостійно реалізовувати товар на ринку монопольного агента (Волкова та ін., 2011).

Такий тип угоди вигідний і принципалу, і агенту: агенту він додає впевненості у стабільному становищі на певному ринку та спонукає його до розбудови збутової мережі, а це гарантує принципалу активну збутову діяльність агента. Однак якщо монопольний агент виявиться незацікавленим у збуті товарів принципала – наприклад, через їх низьку конкурентоспроможність чи замалу винагороду, кон'юнктуру ринку, що змінилася, або з інших причин, – тоді ринок виявиться закритим для принципала на увесь термін дії угоди. Також необхідно враховувати, що фірми-конкуренти, як із країни агента, так і з-за кордону можуть підкупити агента, щоб він уклав монопольну агентську угоду і, не вживаючи ніяких кроків для збуту товарів принципала, тим самим закрити для нього цей ринок і забезпечив «зелене світло» товарам конкурентів принципала. Щоб уникнути подібної ситуації, принципал може внести в угоду зобов'язання агента реалізувати на ринку певну кількість товарів за певний період (наприклад, за один рік). Однак треба пам'ятати, що завищуючи свої вимоги до агента, принципал ризикує наштовхнутися на завищені вимоги агента, що стосуються в основному збільшення розміру винагороди.

## 12.4 Методи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності

Характерною особливістю державного регулювання ЗЕД є застосування у взаємодії двох типів зовнішньоторговельної політики – протекціонізму і лібералізації. Метою політики протекціонізму є створення сприятливих умов для роботи на внутрішньому ринку національних виробників товарів (послуг) і обмеження іноземної конкуренції (проте проведення країною такої політики може викликати відповідну реакцію з боку країн-зовнішньоторговельних партнерів). Відмова від політики протекціонізму означає лібералізацію ЗЕД на ринкових засадах, відкритість ринків.

*Методи регулювання ЗЕД.* Механізм регулювання ЗЕД розробляється на законодавчому рівні. Інструменти зовнішньоторговельної політики поділяються на: тарифні (митні тарифи) і нетарифні (квотування (або контингентування)), добровільні експортні обмеження, експортні субсидії та ін.).

*Тарифні методи* спрямовані на регулювання експортно-імпортних операцій для захисту внутрішнього ринку і стимулювання структурних змін національної економіки. Традиційним і в той самий час найбільш активно застосовуваним інструментом тарифного регулювання є *мито* (митний тариф), який являє собою свого роду податок на ввезені/вивезені в/з країни товари. Застосування мита збільшує вартість товару, і експортер (імпортер) змушені компенсувати додаткові витрати, пов'язані зі сплатою мита, підвищуючи ціну товару (Волкова та ін., 2011).

*Митний тариф* як інструмент регулювання ЗЕД виконує такі функції:

- *фіскальну*, тобто забезпечує поповнення дохідної частини бюджету країни;
- *захисну*, тобто захищає національну економіку (національних товаровиробників) від іноземної конкуренції;
- *регулювальну*, тобто впливає на формування структури виробництва, стимулюючи розвиток одних галузей (секторів економіки) і стримуючи розвиток інших.

Митні збори поділяються на імпортні, експортні і транзитні (Про Митний, 2013).

*Імпортні мита* найчастіше застосовуються у світовій практиці торгівлі та поділяються на фіскальні і протекціоністські. Фіскальні мита застосовуються до товарів, які не виробляються всередині країни. Протекціоністські мита спрямовані на захист національних виробників від іноземної конкуренції. Через високі ставки імпортного мита іноземні товари можуть бути неконкурентоспроможними на внутрішньому ринку країни.

*Експортні мита* в міжнародній торгівлі застосовуються рідше: їх використання має наслідком здорожчання товарів на світовому ринку. Вони застосовуються в разі, якщо країна прагне обмежити вивезення (експорт)

певного товару. Економічно розвиненими країнами експортні мита практично не використовуються як інструмент регулювання ЗЕД.

*Транзитні мита* стягуються з товарів, які перетинають територію країни транзитом: їх використання призводить до таких небажаних наслідків, як порушення ефективного функціонування міжнародних зв'язків, глобальних ланцюгів поставок, стримування торгових потоків. На сьогодні такі мита країнами майже не застосовуються (Тюріна та ін., 2013).

За способом нарахування виділяють три види мита: специфічні, адвалорні й комбіновані (змішані) (рис. 12.3).



Рисунок 12.3 – Класифікація ставок митних зборів

*Специфічне мито* розраховується як фіксована сума з одиниці виміру (ваги, площі, об'єму тощо). Внутрішня ціна імпортного товару ( $P_D$ ) після оподаткування специфічним митом дорівнюватиме

$$P_D = P_{IM} + T_S, \quad (12.1)$$

де  $P_{IM}$  – ціна, за якою товар імпортується (митна вартість товару);  
 $T_S$  – ставка мита.

*Адвалорне мито* встановлюється як відсоток від митної вартості товару. При застосуванні адвалорного тарифу внутрішня ціна імпортного товару становитиме:

$$P_D = P_{IM} \cdot (1 + T_{AV}), \quad (12.2)$$

де  $T_{AV}$  – ставка адвалорного тарифу.

Діє також проміжна методика, яка полягає в тому, що митні органи держави отримують право самостійно обирати між специфічним і адвалорним митами залежно від того, яке з них вище – таке мито називається *комбінованим* (або *змішаним*).

Митний тариф за розмірами ставок поділяється на такі види:

- *преференційні* (пільгові) ставки, нижчі від мінімальних, часто дорівнюють нулю. Право використання таких мит отримують країни, що є членами економічних інтеграційних союзів (об'єднань): зони вільної тор-

гівлі, митні та економічні союзи тощо. Такі ставки застосовуються до товарів, що походять із країн, які разом з Україною входять до митних союзів або утворюють спеціальні зони, або яким надано спеціальний режим відповідно до міжнародних договорів, а також тим, що походять із країн, що розвиваються (Гуріна та ін., 2007);

- *договірні* (мінімальні) ставки застосовуються до товарів, що походять із країн, з якими Україна уклала договір про режим найбільшого сприяння (РНБ). За умовами такого договору країни беруть на себе зобов'язання не стягувати з товарів, що імпортуються, мита, що перевищують за розмірами величину мит, що стягуються з товарів будь-яких третіх країн (такий стан називається режимом недискримінації);

- *генеральні* (автономні) ставки – максимальні за розміром мита – у два-три рази перевищують усі інші; їх застосування фактично дискримінує товари, що ввозяться з конкретної країни (території);

- *повні* ставки застосовуються до всіх інших товарів.

Порядок формування мит і застосування тарифних методів при ввезенні на митну територію України та вивезенні за її межі товарів та інших предметів регулюється Законом України «Про Єдиний митний тариф».

*Нетарифні методи регулювання.* Вплив держав на міжнародну торгівлю за останні роки значно зріс унаслідок істотного розширення форм і методів нетарифних торговельних обмежень. Нетарифні методи регулювання ЗЕД (рис. 12.4), тобто різні адміністративні, фінансові, комерційні, техніко-технологічні, а також заходи з охорони навколишнього середовища і здоров'я людей, захисту національної безпеки, використовуються тією чи іншою мірою переважною більшістю країн.



Рисунок 12.4 – Загальна класифікація нетарифних методів регулювання ЗЕД (Шевчук, 2008)

Сьогодні існує близько п'ятдесяти різних форм нетарифного регулювання ЗЕД. Найактивніше нетарифні методи регулювання торгівлі використовують промислово розвинені країни. До середини 90-х років ХХ ст. у середньому 14 % товарів, що ім-

портуються країнами Європейського Союзу (ЄС), США та Японією, підпадали під основні нетарифні обмеження: імпорتنі квоти, добровільне обмеження експорту та антидемпінгові заходи. Будучи менш «відкритими», ніж мито, нетарифні бар'єри надають більше можливостей для довільних дій урядів і створюють значну невідзначеність у міжнародній торгівлі. Тому одним з найважливіших завдань Світової організації торгівлі (СОТ) є наразі поступове скасування таких заходів і перехід до регулювання ЗЕД винятково тарифними методами (так звана тарифікація – заміна кількісних обмежень на тарифи, які б забезпечували еквівалентний рівень захисту) (Тарасевич, 2006).

Досить часто країни використовують нетарифні обмеження для збереження суворого контролю за платежами за зовнішньоторговельними операціями або виходу зі стану загальної економічної кризи, хоча деякі з методів спрямовані на торговельну дискримінацію певних країн через заохочення імпорту з інших. Із застосовуваних видів нетарифних бар'єрів найбільшого поширення набули кількісні обмеження, такі як квотування (контингентування) і ліцензування.

*Квотування* (контингентування) – обмеження в кількісному або вартісному вираженні обсягу продукції, дозволеної до ввезення в країну (імпортна квота) або вивезення з країни (експортна квота) за певний період. Як правило, квотування зовнішньої торгівлі здійснюється шляхом її ліцензування, коли держава через уповноважені органи видає ліцензії на імпорт або експорт обмеженого обсягу продукції і одночасно забороняє неліцензовану торгівлю. *Ліцензія* – офіційний дозвіл, що надається компетентними державними органами економічним суб'єктам на імпорт або експорт будь-якого товару (послуги). Ліцензії можуть набирати різних форм:

- *генеральна* ліцензія надає право будь-якому економічному суб'єкту здійснювати імпорتنі (експортні) операції з певними товарами (послугами) протягом усього терміну дії режиму ліцензування;

- *індивідуальна* ліцензія надається, як правило, зазвичай конкретній компанії із зазначенням обсягу, терміну і найменування товару (-ів), дозволеного (-них) до ввезення (вивезення). При *автоматичному* ліцензуванні держава постійно контролює закупівлі, враховує їх обсяг і має можливість за необхідності швидко обмежити імпорт (експорт).

*Державна монополія* встановлюється на торгівлю продукцією, використання якої потребує спеціального дозволу: озброєння, боєприпаси, товари подвійного призначення (уран, отрута, наркотичні засоби, рентгеновіське обладнання та ін.), дорогоцінні метали і каміння, результати наукових досліджень у галузі озброєнь. Ліцензію на торгівлю товарами цієї групи видає відповідний державний орган.

*Контроль за якістю товарів*, що ввозяться на територію України: якість товару повинна відповідати технічним, санітарним, ветеринарним,



фітосанітарним, фармакологічним та екологічним стандартам і вимогам, прийнятим в Україні.

*Заборони та обмеження експорту та/або імпорту* можуть застосовуватися як захисні заходи, пов'язані з необхідністю уникнути економічних потрясінь. Такий захід вводиться, наприклад, у випадку, якщо обсяги імпорту, що різко зросли, загрожують національному виробництву певних товарів (послуг).

Квоти та ліцензії обмежують економічну самостійність підприємств (фірм) щодо вибору ринків та обсягів торгівлі, проте саме ці методи залишаються найпоширенішими.

До нетарифних методів зовнішньоторговельного регулювання відносять також добровільні експортні обмеження (ДЕО), експортні субсидії і демпінг.

*Добровільне експортне обмеження.* Із настанням 70-х років ХХ ст. поширення набула особлива форма кількісного обмеження імпорту – добровільні експортні обмеження, коли не країна-імпортер встановлює квоту, а країни-експортери самі беруть на себе зобов'язання з обмеження експорту в дану країну.

Прикладом є угоди, що обмежують експорт автомобілів, сталі, телевізорів, текстильних виробів та ін. здебільшого з Японії і нових індустріальних країн до США та країн ЄС. Часто такі експортні обмеження є не добровільними, а вимушеними: вони є наслідком або політичного тиску країни-імпортера, або застережень застосування більш жорстких протекціоністських заходів (наприклад, ініціювати антидемпінгове розслідування).

Формально ДЕО є тією самою квотою, але вони вводяться не країною-імпортером, а країною-експортером. Однак треба зазначити, що наслідки такого обмеження зовнішньої торгівлі для економіки країни-імпортера можуть мати (і часто саме так) більш негативний характер, ніж при використанні тарифу або імпоротної квоти. Основна причина використання ДЕО насамперед полягає в тому, що, будучи досить дієвим інструментом кількісного обмеження імпорту і захисту внутрішнього ринку, вони раніше формально не заборонялися положеннями СОТ. Наразі в рамках СОТ задекларована поступова відмова від використання ДЕО.

*Експортні субсидії.* Для захисту національних виробників держава може не лише обмежувати імпорт, але і заохочувати експорт. Однією з форм стимулювання вітчизняних експортних галузей є експортні субсидії, тобто пільги фінансового характеру (безвідплатні дотації, експортні премії тощо), що надаються державою-експортером для розширення експорту. Завдяки субсидіям експортери отримують можливість продавати товар на зовнішніх ринках за дещо нижчою ціною, ніж на внутрішньому, маючи

певні конкурентні переваги. Експортні субсидії можуть бути прямими (виплата дотацій виробнику, коли він виходить на зовнішній ринок) і непрямыми (шляхом пільгового оподаткування, кредитування, страхування та ін.).

*Демпінг.* Держава може також вживати заходів щодо припинення недобросовісної конкуренції при веденні економічними суб'єктами ЗЕД, зокрема, у випадках демпінгу. Демпінг є поширеною формою конкурентної боротьби на світовому ринку. Демпінг може бути, по-перше, наслідком державної зовнішньоторговельної політики, коли експортер отримує субсидію (цей випадок розглянутий вище); по-друге, демпінг може стати результатом типово монополістичної практики цінової дискримінації. Так, коли фірма-експортер, яка займає монопольне становище на внутрішньому ринку, при нееластичним попиті максимізує дохід, підвищуючи ціни, тоді як на конкурентному іноземному ринку при досить еластичному попиті вона досягає максимізації доходу шляхом зниження ціни і збільшення обсягів продажу.

Відповідно до правил СОТ з метою захисту від демпінгу держава-імпортер може запроваджувати *антидемпінгові мита*, чому має передувати спеціальне антидемпінгове розслідування, метою якого є встановлення самого факту демпінгу та шкоди від нього. Однак часто фірми, що виробляють імпортозаміщувальну продукцію, ініціюють антидемпінгові розслідування у випадках, коли демпінгу як такого немає, а низькі ціни імпортованих товарів пояснюються нижчим рівнем витрат у іноземних конкурентів. У такому випадку існує небезпека зловживання антидемпінговим законодавством і перетворення його на протекціоністський інструмент, що може призвести до штучного збільшення ціни імпортованих товарів і обмеження конкуренції на внутрішньому ринку (Тарасевич, 2006).

Запровадження антидемпінгового мита, як і звичайного мита, призводить до підвищення внутрішніх цін на товар. Крім антидемпінгових, можуть застосовуватися також і компенсаційні мита, що запроваджуються у разі встановлення факту, що експортер під час виробництва товару користувався державними субсидіями, що й дозволило йому знизити ціну на товар.

Використання розглянутих методів нетарифного регулювання ЗЕД регулюється Законами України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (1991 р.) і «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну» (1999 р.) (Про зовнішньоекономічну, 1991; Про застосування, 1998).

Держава має можливість регулювати ЗЕД не лише за допомогою тарифних і нетарифних бар'єрів, але також і шляхом укладення різних торговельних договорів та угод, якими визначаються принципи торговельно-економічних взаємин з іноземними державами. Найбільш значущим з них є договір про уникнення подвійного оподаткування – Україна ратифіку-

вала такі договори з США, Німеччиною, Республікою Фінляндія, Республікою Білорусь та ін. країнами.

Необхідно зазначити про істотну роль, яку відіграють міжнародні торговельні угоди. Вони певним чином трансформують національне законодавство країн, визначаючи, на яких ринках і за яких умов (яким чином) можуть торгувати компанії. Незалежно від сфери економічної діяльності міжнародні торговельні угоди в рамках СОТ мають переважне значення. Саме тому держави-члени СОТ (зокрема й Україна) прагнуть удосконалити національні торговельні правила з урахуванням глобальних практик.

Компанії з країн, що розвиваються, поки не є активними акторами у глобальних торговельних перемовинах, як наслідок, часто результати таких перемовин їх не задовольняють. У низці випадків уряди приймають торговельні правила й умови, що певним чином обмежують можливості національних фірм та їх бізнес-інтереси: ключові експортні товари не завжди потрапляють на зовнішні ринки, в той час як внутрішні ринки відкриті для конкурентної боротьби, до якої національні компанії можуть бути й не готові. Тому учасникам торговельних переговорів необхідно детально ознайомитися із їх предметом і представляти позиції та інтереси широкого кола компаній, зацікавлених у реалізації своїх бізнес-інтересів на зовнішніх ринках. Це вимагає тісної та ефективної співпраці урядів і компаній, оскільки бізнес-середовище характеризується багатоваріантністю економічних рішень, складністю їх оцінювання, наявністю бар'єрів у доступі на ринки та ін. У таких складних і швидкозмінних умовах компанії та уряди країн, що розвиваються, повинні навчитися працювати спільно, консолідовано з метою покращання умов і розширення можливостей доступу на ринки.

Рекомендованими рішеннями можуть бути:

1) партнерство приватного сектору і держави – якщо позиції й можливості уряду та бізнес-інтереси приватного бізнесу збігаються або є дотичними, виникають передумови до ефективної взаємодії. Успіх міжнародних торговельних переговорів значною мірою залежить від якості співпраці представників держави та лідерів бізнесу;

2) консолідація позицій секторів економіки – якщо великі приватні корпорації можуть просувати свої інтереси самостійно або через великих лобістів, то більшість середніх та малих фірм цього робити не можуть або робити їм це дуже складно й витратно. Тому представникам малого бізнесу доцільно заздалегідь декларувати свої позиції й можливості, інформуючи уряд про прийнятні норми і правила, за якими вони можуть ефективно працювати на зовнішніх ринках;

3) навчання керівників та інформування бізнес-спільноти – представники компаній повинні чітко усвідомлювати, які саме проблеми є предметом переговорів і як вони можуть вплинути на їх результати. Значна кількість діючих двосторонніх/багатосторонніх угод і регіональних програм вимагають значної кількості ресурсів для їх аналізу й моніторингу, що ускладнює процедури прийняття бізнес-рішень. За таких умов доречними будуть приклади ефективних практик прийняття рішень і адекватні економічні моделі, які б дозволили б фірмам ефективно просувати свій бізнес на зовнішніх ринках.

Структура органів та механізм управління ЗЕД дозволяють підприємству (фірмі) оцінити свої можливості при виході на зовнішній ринок. Однак для реальних кроків доцільно також провести ґрунтовні маркетингові дослідження ринку; чітко визначити свої конкурентні переваги і слабкі сторони/позиції; критично оцінити можливість залучення іноземних інвестицій, розміщення виробництва у вільній економічній або на території з певними пільговими умовами; провести комплексний ресурсний і проектний аналіз.

## 12.5 Зовнішньоторговельний контракт

Бізнес-діяльність економічного суб'єкта кінцевою метою має реалізацію товару (послуги), що передбачає активний пошук потенційних контрагентів (зокрема і зарубіжних) для укладання угоди. Результатом таких пошуків і подальших переговорів є укладений між двома або кількома сторонами контракт.

За міжнародним правом під зовнішньоторговельним контрактом розуміють угоду між двома або кількома сторонами, що знаходяться в різних країнах, на поставку встановленої кількості товарних одиниць і/або надання послуг відповідно до узгоджених сторонами умов.

У міжнародній торговельній практиці поширене застосування типових контрактів. Типовий контракт – це приблизний договір або низка уніфікованих умов, викладених у письмовій формі, сформульованих заздалегідь з урахуванням торговельної практики або звичаїв. Такі контракти застосовуються в основному при укладанні угод на поставку промислової сировини на довгостроковій основі, а також при укладанні угод на біржах. Типові контракти розробляються зацікавленими міжнародними організаціями, спілками (об'єднаннями, асоціаціями, федераціями) підприємців, біржами, торговельними палатами, великими фірмами (Шевчук, 2008).

*Зовнішньоторговельний контракт купівлі-продажу.* У міжнародній торговельній практиці використовуються найрізноманітніші види контрактів, зміст яких залежить від типу й умов здійснюваної операції. Як приклад розглянемо контракт купівлі-продажу.

*Зовнішньоторговельний контракт купівлі-продажу* – угода на поставку товару і, якщо необхідно, надання супутніх послуг, узгоджений і підписаний імпортером і експортером. Неодмінною умовою договору купівлі-продажу як комерційного документа, є перехід права власності на товар від продавця до покупця. Саме це положення відрізняє контракт купівлі-продажу від інших видів контрактів (орендного, страхового, ліцензійного, франчайзингового та ін.) (Словник, 1997).

Укладенню контракту передують значна робота з узгодження усіх його умов: процедурно одна сторона розробляє проєкт контракту, інша – його вивчає і, якщо необхідно, доповнює і змінює. Після узгодження всіх спірних моментів сторони укладають контракт, і з цього моменту виникають усі права й обов'язки сторін за контрактом.

При укладанні зовнішньоторговельної угоди сторони повинні визначитися, право якої країни буде застосовуватися до контракту. Це пов'язано з тим, що національні закони, які регулюють відносини сторін у міжнародних торговельних угодах, можуть істотно відрізнятися і містити з одних і тих же питань (процедур) різні або протилежні трактування й приписи.

Правовою базою для укладення й реалізації міжнародних договорів купівлі-продажу товарів є Конвенція ООН «Про договори міжнародної купівлі-продажу товарів».

Згідно з українським законодавством права й обов'язки сторін за зовнішньоторговельним контрактом визначаються правом країни, яка обрана сторонами при укладенні контракту або в результаті подальшого погодження. Якщо така домовленість між сторонами відсутня, до контракту застосовується право тієї країни, де заснована, має своє місце розташування або основне місце діяльності сторона, яка є:

- продавцем – у договорі купівлі-продажу;
- комітентом (консигнантом) – у договорі комісії (консигнації);
- довірительом – у договорі доручення;
- перевізником – у договорі перевезення (Про зовнішньоекономічну, 1991, ст. 6).

## **12.6 Структура і зміст зовнішньоторговельного контракту купівлі-продажу**

*Класифікація умов зовнішньоторговельного контракту.* Контракт вважається укладеним, якщо досягнуто згоди сторін з усіх істотних його умов. Контракти, що застосовуються в зовнішній торгівлі, містять різні умови, що визначають комерційні й організаційні особливості угоди. Усі умови контракту можна класифікувати:

- з точки зору їх обов'язковості для продавця й покупця;
- з точки зору їх універсальності.

З точки зору обов'язковості умови контракту поділяються на обов'язкові (істотні) і додаткові (неістотні).

До обов'язкових умов, як правило, відносять:

- найменування сторін-учасників угоди;
- предмет контракту;
- якість і кількість товару;

- базисні умови поставки;
- термін поставки;
- ціну;
- умови платежу;
- санкції і рекламації;
- юридичні адреси та підписи сторін.

Якщо одна зі сторін контракту не виконує цих умов, інша сторона має право вимагати розірвання договору та відшкодування збитків, тому ці умови називаються обов'язковими (або істотними; англ. «conditions»).

До додаткових умов, як правило, відносять:

- здачу-приймання товару;
- страхування;
- документи на відвантаження;
- гарантії;
- пакування і маркування;
- форс-мажорні обставини;
- арбітраж;
- інші умови.

При порушенні однією зі сторін додаткових умов (англ. «warranty») інша сторона не має права розірвання угоди, а може вимагати виконання контрактних зобов'язань і стягнути штраф (якщо це передбачено умовами контракту).

Які з умов контракту будуть обов'язковими, а які – додатковими, у кожному конкретному випадку вирішують самі сторони контракту (Тюріна та ін., 2013).

З точки зору універсальності умови контракту поділяються на індивідуальні й універсальні. До індивідуальних, тобто властивих лише одному конкретному контракту, належать:

- найменування сторін контракту;
- предмет контракту;
- якість і кількість товару;
- ціна;
- термін поставки;
- юридичні адреси й підписи сторін.

До універсальних умов належать:

- здача-приймання товару;
- базисні умови поставки;
- умови платежу;
- пакування і маркування;
- гарантії;

- санкції і рекламації;
- форс-мажорні обставини;
- арбітраж.

*Зміст зовнішньоторговельного контракту купівлі-продажу.* Пропонуємо коротко розглянути зміст умов зовнішньоторговельного контракту.

*Преамбула* (з неї починається контракт) передує основному тексту контракту і починається словом «Контракт» посередині сторінки, після якого йде номер контракту. Нижче, праворуч, зазначається дата, зліва – місце укладання контракту. Далі чітко зазначаються фірмові найменування сторін, що іменуються як «Продавець» і «Покупець» («Замовник» і «Постачальник»), а також найменування документів, якими керуються контрагенти при укладенні контракту (статут підприємства, установчий договір та ін.).

*Предмет контракту* містить точне найменування, характеристику, модель (тип), сорт (вид) товару. Якщо товар потребує більш детальної характеристики чи асортимент товару широкий за найменуваннями і кількістю, це може зазначатися у додатку(-ах) до контракту.

*Кількість.* Зазначається одиниця вимірювання і визначається порядок встановлення кількості товару (фіксована кількість або її межі; можливість закупівлі додаткової кількості та ін.).

*Якість.* Встановлюється сукупність властивостей, що визначають придатність товару для використання його за призначенням. Залежно від виду товару й усталеної торговельної практики застосовуються різні способи визначення якості (за стандартом, за специфікацією, за технічними умовами (ТУ), за виходом готового продукту, за вмістом окремих речовин у товарі (переважно для сировинної продукції), за описом, за попереднім оглядом, за зразком та ін.).

*Термін поставки.* Зазначається термін поставки, тобто момент, коли продавець зобов'язується передати товар у власність покупцеві або за його дорученням особі, що діє від його (покупця) імені. У міжнародній торговельній практиці застосовують різні способи встановлення терміну поставки у контрактах:

- «негайно» – продавець зобов'язується поставити товар у будь-який день протягом не більше двох тижнів (так звані «термінові» контракти);
- встановлення календарного дня поставки;
- визначення *періоду* поставки (найбільш поширений спосіб): місяць, квартал, рік, час місяця або кварталу (початок, кінець). У цих випадках додають терміни «протягом», «не пізніше» тощо, а при періодичних поставках – «щомісячно», «щоквартально»;
- зазначення *кількості днів, тижнів або місяців із моменту настання певної події (дії)*, наприклад, «Протягом 9 місяців із дня отримання

продавцем повідомлення покупця про затвердження ним проектної документації».

*Базисні умови поставки.* Базисними умовами в зовнішньоторговельному контракті купівлі-продажу називають спеціальні умови, якими визначаються обов'язки продавця і покупця з доставки товару. Ці умови встановлюють момент виконання продавцем своїх обов'язків з поставки товару і переходу ризиків випадкової втрати (повністю або частково) і/або пошкодження товару з продавця на покупця, а також втрат, що можуть виникнути через такі події. Базисні умови поставки засновані на міжнародній торговельній практиці і торговельних звичаях. Міжнародні правила тлумачення найбільш широко використовуваних торговельних термінів у сфері зовнішньої торгівлі розроблені Міжнародною торговою палатою і називаються INCOTERMS (Правила тлумачення міжнародних торгових термінів – **IN**ternational **CO**mmercial **TERMS**). У редакції 2010 р. (яка є актуальною і сьогодні) INCOTERMS-2010 включає 11 базисних умов поставок (базисів поставок), поділених на чотири групи – E, F, C і D.

*Ціна і загальна вартість контракту.* Зазначається одиниця виміру, за яку встановлюється ціна, валюта ціни, спосіб фіксації і рівень ціни, а також знижки (якщо такі передбачені умовами контракту).

*Умови платежу.* При їх визначенні у контракті встановлюються:

- валюта платежу, валюта ціни, курс перерахунку;
- застереження щодо зменшення та/або усунення валютного ризику;
- спосіб платежу (готівка, аванс, кредит);
- форма розрахунків (банківський переказ, акредитив, інкасо та ін.).

*Пакування та маркування* визначаються видом товару, його якісними й кількісними характеристиками, а також базисними умовами поставки. Умова описує вимоги до зовнішньої і внутрішньої упаковки товару, а також визначає, чи переходить упаковка у власність покупця товару і чи включається її вартість у ціну товару.

Маркування вантажу повинно містити обов'язкові для експортерів реквізити:

- товаросупровідну інформацію про імпортера, номер контракту, ваговогабаритні характеристики місць, номер місця і число місць у партії;
- вимоги/застереження до транспортних фірм про правила й умови поводження з вантажем;
- попередження про небезпеку в результаті необережного поводження з вантажем.

*Штрафні санкції та рекламації* передбачають матеріальну відповідальність сторін за невиконання або неналежне виконання контрактних зобов'язань як у вигляді сплати штрафів, так і відшкодування збитків/втрат (пошкодження або втрата майна, упущена вигода та ін.): обумовлюються



порядок і терміни висунення рекламаций, права й обов'язки сторін у зв'язку з їх висуненням, способи врегулювання спорів.

*Гарантії.* У цьому розділі зазначаються обсяг гарантій, їх термін, обов'язки продавця і випадки, на які гарантія не поширюється. Більшість контрактів містить комерційні гарантії якості, які є зобов'язаннями продавця поставити покупцеві товар із визначеними властивостями і якістю, які будуть зберігатися протягом встановленого гарантійного періоду. У разі невідповідності товару технічним та якісним вимогам контракту кінцеві споживачі товару протягом гарантійного періоду мають право висунути продавцеві товару претензії.

*Страховання.* Встановлюються предмет страхування, перелік ризиків, страхувальник, а також особа, на користь якої проводиться страхування. У міжнародних торговельних угодах, як правило, страхуються товари від ризику пошкодження або втрати при транспортуванні. Обов'язки продавця і покупця зі страхування товару, як правило, визначаються базисними умовами поставки.

*Форс-мажорні обставини* (обставини непереборної сили) – положення контракту, що передбачають відтермінування його виконання або повне звільнення сторін від зобов'язань за контрактом у зв'язку з настанням обставин, які не залежать від сторін контракту і роблять його виконання неможливим. Вони можуть бути тривалими (війна, заборони експорту або імпорту, ембарго та ін.) або короткочасними (страйки, пожежі, повені, закриття навігації та ін.). Настання форс-мажорних обставин має бути засвідчено незалежною (від експортера й імпортера) організацією (установою). Перелік таких обставин визначається контрактом з урахуванням конкретних умов.

*Арбітраж* передбачає встановлення порядку і строків урегулювання спорів. Сторони можуть зазначити в контракті, що суперечки розглядатимуться в арбітражі країни-відповідача відповідно до чинного законодавства або, що значно рідше, в арбітражі країни-продавця. У цьому розділі контракту, як правило, зазначається, що рішення арбітражу є остаточним, обов'язковим для виконання усіма його сторонами і не підлягає оскарженню в судовому порядку.

Інші умови контракту, наприклад, можуть обумовлюватися зобов'язанням щодо повідомлення про відвантаження, порядок, місце і термін здачі-приймання товару, спеціальні умови випробувань та ін.

Залежно від предмета контракту сторони можуть включати й інші розділи (наприклад, технічні умови, умови випробувань, вимоги до технічної документації, умови відрядження фахівців для здійснення монтажних робіт), які можуть бути в основному тексті контракту або виносяться в додатки, які є невід'ємною частиною контракту (Зовнішньоекономічна, 2013).

## 12.7 Основні підходи до встановлення ціни в зовнішньоторговельному контракті

Основними проблемами, які необхідно вирішити при встановленні ціни на товар, є такі:

- на які ціни орієнтуватися експортеру при встановленні ціни пропозиції і імпортеру – при визначенні доцільності закупівлі (*рівень ціни*);
- як співвідноситься ціна товару з витратами на доставку товару покупцеві (*базис ціни*);
- як (яким способом) розрахувати ціну на товар;
- як зафіксувати ціну в контракті;
- у якій валюті встановити ціну товару і в якій здійснювати платежі;
- як уникнути валютних ризиків.

У контракті ціна встановлюється за певну одиницю вимірювання:

- за кількісну одиницю товару, наприклад, за одиницю маси (г, кг, т та ін.), площі (м<sup>2</sup>), об'єму (м<sup>3</sup>), за штуку, комплект та ін.;
- за рахункову одиницю, наприклад, за десяток, сотню, дюжину та ін.;
- за вагову одиницю, враховуючи базисний вміст основної речовини в товарі, сторонніх домішок.

Важливим моментом ціноутворення у ЗЕД є визначення рівня ціни. При цьому орієнтуються на такі види цін.

1. *Світова ціна* – ціна, за якою укладаються великі комерційні експортно-імпортні операції в основних центрах світової торгівлі, наприклад, на пшеницю й алюміній світовими є експортні ціни Канади; на пиломатеріали – експортні ціни Швеції; на каучук – ціни Сингапурської біржі; на хутро – ціни Лондонського аукціону; на чай – ціни аукціонів у Калькутті, Коломбо й Лондоні.

2. *Індикативна ціна* – ціна, що склалася або складається на певний товар на ринку експорту/імпорту на момент здійснення зовнішньоторговельних операцій з урахуванням умов поставки та умов проведення розрахунків.

3. *Довідкові ціни* – ціни у внутрішній оптовій (гуртовій) або зовнішній торгівлі різних країн, що публікуються у друкованих або електронних джерелах.

4. *Біржові котирування* – ціни товарів, які є об'єктом біржової торгівлі; відображають в основному фактичні угоди.

5. *Ціни аукціонів* близькі до котирувань бірж, оскільки характеризують, як правило, реальні угоди.

6. *Середні експортні й імпортні ціни*, розраховані на основі даних зовнішньоторговельної статистики.

7. *Ціни попередніх угод* використовуються в умовах відносної стабільності цін і встановлюються насамперед на промислову сировину, а також на машини і стандартне обладнання/устаткування.

8. *Ціни фактичних угод*, як правило, регулярно не публікуються, а з'являються в різних джерелах епізодично лише за окремими операціями.

9. *Ціни пропозицій* великих фірм, як правило, завищуються в початкових пропозиціях (у межах 10–15 %).

*Базисом ціни* є та цінова основа, щодо якої відбувається розподіл витрат, пов'язаних з доставкою товару, між продавцем і покупцем (такі витрати становлять іноді 40–50 % у ціні товару). Базис ціни визначається базисними умовами поставки і в контракті позначається відповідним терміном (EXW, FOB, FCA, CIF, CPT та ін.) із обов'язковим зазначенням назви географічного пункту, до якого буде здійснена доставка товару. Наприклад, у контракті зазначено: «Ціна товару становить 10 500 дол. США FOB, порт Одеса країни-продавця».

При встановленні ціни необхідно розуміти важливий момент: незалежно від того, яка базисна умова поставки обирається у контракті, у підсумку всі витрати, пов'язані з доставкою товару від продавця до покупця, сплачує кінцевий споживач. Але від умов поставки залежить і те, на який термін продавець і покупець вилучають з обігу кошти (Зовнішньоекономічна, 2013).

Важливим моментом встановлення ціни в контрактах є *спосіб її фіксації*, яким визначається, коли буде зафіксована ціна в контракті: в момент його укладення, протягом терміну його дії чи в момент його виконання. Виходячи з цього, розрізняють такі види цін:

- *тверда ціна* (fixed price) встановлюється в момент підписання контракту і протягом терміну його дії зміні не підлягає. Тверда ціна застосовується в основному при строках поставки від 1 до 14 днів, рідше – при більш тривалих термінах. За твердими цінами здійснюється продаж стандартного обладнання зі складу або товарів з короткими термінами поставки (наприклад, автомобілів, електродвигунів та ін.). Відповідно у контракті робиться застереження типу: «ціна тверда, зміні не підлягає»;

- *ціна з подальшою фіксацією* (price to be fixed) застосовується при поставці товарів, що вимагають тривалих термінів виготовлення, і товарів, вартість яких залежить від їх якості (в основному, при продажу металів або хімікатів з певною часткою домішок або корисних речовин), а також товарів, ціна яких здатна до значних кон'юнктурних коливань і встановлюється в процесі виконання контракту (Внешнеэкономическая, 2011).

У контракті зазначається, що протягом виконання контракту ціна товару може змінитися і додається, на підставі чого буде встановлена ціна і які фактори будуть враховуватися при її фіксації. Такими факторами можуть бути:

- зміна фактичних витрат продавця на виготовлення товару внаслідок підвищення цін на сировину і комплектуючі, зміни законів, що регулюють розмір оплати праці, податків та ін.;
- зміна ринкової вартості товару внаслідок зміни кон'юнктури ринку (зниження/зростання попиту на товар, а отже, і цін на нього);
- зміна вмісту корисних речовин або домішок у товарі порівняно з обумовленими в контракті параметрами.

Як правило, покупцеві надається право вибору моменту фіксації ціни протягом терміну виконання угоди із застереженням, якими джерелами інформації про зміну ринкових цін йому необхідно користуватися для визначення рівня ціни (такими можуть бути біржові котирування, ціни, що публікуються в різних довідниках, каталогах, журналах тощо);

- *рухома ціна* – зафіксована при укладенні контракту ціна, яка може бути переглянута у подальшому (до моменту його поставки) під впливом зміни ринкової ціни даного товару. Якщо в контракті ціна залежить від цього фактору, то в тексті це характеризується одним із таких застережень:

- застереження «*hausse*» (підвищення) означає, що будь-яке підвищення ринкової ціни призводить до підвищення контрактної ціни;
- застереження «*baisse*» (зниження) означає, що будь-яке зниження ринкової ціни призводить до зниження контрактної ціни, а будь-яке підвищення ринкової ціни залишається поза увагою;
- застереження «*hausse-baisse*» ставить зміну контрактної ціни в залежність від відповідної зміни ринкової ціни.

У контракті обумовлюється допустима величина відхилення ринкової ціни від контрактної (як правило, 2–6%), у межах якої зафіксована ціна не переглядається. При встановленні рухомої ціни обов'язково повинно бути передбачене джерело інформації про зміну ринкових цін. Рухомі ціни найчастіше встановлюються на промислові сировинні й продовольчі товари, що постачаються за довгостроковими контрактами (Внешнеэкономическая, 2011).

*Ковзна ціна* (sliding price) – ціна, розрахована шляхом перегляду догвірної ціни з урахуванням змін у витратах виробництва, що відбулися в період виконання контракту; застосовується в контрактах на поставку товарів, які потребують тривалого терміну виготовлення (велике промислове обладнання, морські/річкові судна, будівельні об'єкти тощо).

Спочатку в контракті встановлюється обумовлена сторонами структура вихідної ціни ( $P_{ВИХ}$ ): визначається частка (у відсотках) в ній постійних витрат (прибуток, накладні витрати, амортизаційні відрахування та ін.) і змінних витрат на сировину, матеріали, оплату праці. Останні й визначають «ковзання» ціни, оскільки зі змінами цін на сировину, податкової політики держави, рівня оплати праці в галузі будуть пов'язані додаткові витрати на виконання даного контракту.

Структура вихідної ціни має такий вигляд:

$$P_{ВИХ} = K_G + K_3 + K_M, \quad (12.3)$$

- де  $P_{ВИХ}$  – вихідна ціна;  
 $K_G$  – коефіцієнт гальмування, тобто частка в ціні постійних витрат;  
 $K_3$  – частка в ціні витрат на заробітну плату;  
 $K_M$  – частка в ціні витрат на придбання сировини й матеріалів.

Остаточна ціна за такого способу фіксації розраховується за формулою

$$P = P_{ВИХ} : 100 \cdot (K_G + K_3 \cdot I_3 + K_M \cdot I_M), \quad (12.4)$$

- де  $I_3$  – індекс зміни заробітної плати (дорівнює відношенню зарплати на момент поставки до зарплати на момент підписання контракту);  
 $I_M$  – індекс зміни вартості сировини й матеріалів (дорівнює відношенню вартості сировини й матеріалів на момент поставки товару до вартості сировини й матеріалів на момент підписання контракту).

Необхідно враховувати, що індекси зміни заробітної плати і вартості сировини й матеріалів визначаються, як правило, в ті періоди, коли виробник фактично мав витрати на придбання матеріалів (сировини) (це перша половина терміну виготовлення товару) і на оплату робочої сили (найбільш інтенсивно використовується робоча сила при виготовленні товару в останні дві третини терміну контракту).

Припустимо, що коефіцієнт гальмування ( $K_G$ ) дорівнює 35 %, частка витрат на заробітну плату ( $K_3$ ) становить 20 %, частка витрат на сировину й матеріали ( $K_M$ ) становить 45 %. Вихідна ціна (за контрактом) технологічної лінії (замовлення на виготовлення й продаж) – 250 тис. дол. США; індекс зміни зарплати ( $I_3$ ) становить 1,12, а індекс зміни вартості матеріалів ( $I_M$ ) дорівнює 1,43. Отже, остаточна ціна контракту становитиме:

$$P = 250\,000 / 100 \cdot (35 + 20 \cdot 1,12 + 45 \cdot 1,43) = 304\,375 \text{ дол. США,}$$

тобто ціна зросте на 21,75 %.

У контракті зазначається лише загальний порядок фіксації ціни, наприклад, наводяться такі застереження: «Якщо до моменту поставки товару змінюються фактичні витрати виробника, про що він письмово повідомить покупця з наданням відповідних документів, що підтверджують збільшення витрат, то ціна на товар збільшиться відповідно до збільшення витрат». Також у контракті обумовлюється граничний рівень відхилення остаточної ціни від вихідної шляхом використання певних обмежувальних умов, наприклад, встановлення у відсотках до вихідної ціни

можливого відхилення, у межах якого ціна не переглядається, а також межі можливої зміни вихідної ціни (наприклад, не більше 15,5 % від загальної вартості контракту), яка називається *лімітом ковзання*.

## Література

1. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник для вузов / под ред. Л. Е. Стровского. Москва: ЮНИТИ, 2011. 498 с.
2. Волкова І. А., Реслер М. В., Калініна О. Ю. Облік зовнішньоекономічної діяльності: навч. посібн. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 304 с.
3. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. Дата оновлення: 26.03.2020. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 29.03.2020).
4. Гуріна Г. С., Луцький М. Г., Мостенська Т. Л., Новак В. О. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник. Київ: Сузір'я, 2007. 425 с.
5. Зовнішньоекономічна діяльність: опорний конспект лекцій та методичні вказівки до проведення практичних занять та самостійної роботи / укладачі: В. В. Сабадаш, С. А. Петровська. Суми: Сумський державний університет, 2013. 118 с.
6. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посібн. Київ: Знання-прес, 2002. 384 с.
7. Основы внешнеэкономических знаний: словарь-справочник / С. И. Долгов, В. В. Васильев, С. П. Гончарова и др. Москва: Высшая школа, 1993. 383 с.
8. Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну: Закон України від 22.12.1998 р. № 332-XIV. Дата оновлення: 13.02.2020. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/332-14> (дата звернення: 12.03.2020).
9. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 р. № 959-XII. Дата оновлення: 13.02.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12/ed20120705> (дата звернення: 12.03.2020).
10. Про Митний тариф України: Закон України від 19.09.2013 р. № 584-II. Дата оновлення: 29.12.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/584-18> (дата звернення: 12.03.2020).
11. Саллі В. І., Трифонова О. В., Швець В. Я. Основи зовнішньоекономічної діяльності: навч. посібн. Київ: Професіонал, 2005. 152 с.
12. Словник економічних термінів: рос.-укр.-англ. / О. М. Дрозд, В. В. Дубічинський, А. С. Д'яков та ін. / за ред. Т. Р. Кияка. Київ: Вид. дім «KM Academia», 1997. 264 с.
13. Тарасевич В. М. Міжнародна економіка: підручник. Київ: ЦУЛ, 2006. 224 с.
14. Тюріна Н. М., Карвацка Н. С. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посібн. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 408 с.
15. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV. Дата оновлення: 13.02.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 12.03.2020).
16. Шевчук В. О. Міжнародна економіка: теорія і практика: підручник. Київ: Знання, 2008. 663 с.

### Питання до теми

1. *Наведіть основні ознаки бізнес-діяльності.*
2. *Сутність і форми міжнародного поділу праці.*
3. *Поняття зовнішньоекономічної діяльності.*
4. *Механізм регулювання ЗЕД: мета регулювання, методи регулювання, основні елементи механізму.*
5. *Правове регулювання посередницьких операцій (міжнародний і національний аспекти).*
6. *Сутність торговельно-посередницьких операцій та їх роль у міжнародній торгівлі.*
7. *Класифікація посередників залежно від обсягу повноважень і місця на ринку.*
8. *Економічна сутність тарифних методів регулювання ЗЕД.*
9. *Функції митного тарифу як інструменту регулювання ЗЕД.*
10. *Економічна сутність і форми нетарифних методів регулювання ЗЕД.*
11. *Проілюструйте на прикладі використання на практиці таких нетарифних методів регулювання ЗЕД, як демпінг і ДЕО.*
12. *Поняття зовнішньоторговельного контракту і коротка характеристика його умов (розділів).*
13. *Класифікація умов зовнішньоторговельного контракту за ознаками обов'язковості та універсальності.*
14. *Поняття «рівень ціни» і «базис ціни». Якими факторами визначається базис ціни?*
15. *Які види цін можуть використовуватися для визначення рівня ціни в контрактах?*
16. *Способи фіксації ціни, що застосовуються у зовнішньоторговельних контрактах, їх характеристика.*

## **Кейс до розділу**

### **Інструменти хеджування валютних ризиків на зовнішніх ринках**

Підприємницька діяльність пов'язана з багатьма фінансовими ризиками: валютним, процентним, ринковим, кредитним. Безумовно, підприємства самі намагаються мінімізувати властиві для їх діяльності ризики, однак впоратися самостійно з численними ризиками в ряді випадків стає проблематично. У таких випадках допомагають банки, пропонуючи послуги з хеджування ризиків.

Сучасне підприємництво виходить за рамки внутрішнього ринку, тобто підприємці інтегруються на міжнародний ринок і в міжнародну фінансову систему. Відмінність внутрішнього ринку від міжнародних у тому, що останні оперують різними видами валют. А зміни валютних курсів – один з основних ризиків, які впливають на підприємницьку діяльність компаній та інвесторів. Експортери, які реалізують свою продукцію в інші країни або монетарний простір, де існує небезпека зниження валютного курсу, можуть зазнавати збитків, оскільки ризикують отримати виручку від реалізації своєї продукції в момент знецінення валюти. З іншого боку, в цій ситуації експортери будуть прагнути підняти ціни на свої товари (послуги), щоб компенсувати можливі втрати. Це, у свою чергу, може привести до зниження конкурентоспроможності експортованих товарів (послуг), оскільки ціни на них стануть менш привабливими. Щоб мінімізувати прояв валютного ризику, підприємці можуть використовувати фінансові інструменти страхування (тобто укладати зустрічні угоди на купівлю або продаж валюти).

Розглянемо, які види валютних операцій можуть здійснювати банки та їхні клієнти-підприємці. У діяльності банків та їхніх клієнтів-підприємців мають місце і активно проводяться такі валютні операції як «spot», «forward», «swap».

**Валютні операції (операції) «spot»** означають обмін валют або розрахунок за валютами на другий робочий день, не рахуючи дня укладання угоди (контракту) за курсом, зафіксованим у момент укладання угоди. Здійснюючи угоди «spot», необхідно розрізняти дві дати – дату укладення контракту і дату виконання контракту (value date).

#### **Приклад угоди "spot":**

- ✓ дата укладення угоди (контракту) – 25 червня поточного року;
- ✓ дата виконання контракту на умовах «spot» – 27 червня поточного року;
- ✓ дата виконання контракту називається датою валютування (англ – value date).

Припустимо, клієнт-підприємець 25 червня поточного року укладає з банком угоду «spot» на покупку 200 тис. англійських фунтів стерлінгів (GBP) за євро (EUR). 25 червня поточного року курс GBP/EUR становить 0,80225 (за 1 EUR можна купити 0,80225 GBP). Цей курс фіксується в контракті і є курсом виконання. 27 червня поточного року – у день виконання контракту – курс GBP/EUR становить 0,79965, але клієнт-підприємець буде купувати GBP за зафіксованим курсом 0,80225. Отже, його витрати на придбання GBP становитимуть 249 298,85 EUR ( $200\ 000\ \text{GBP} \cdot 1 / 0,80225 = 249\ 298,85\ \text{EUR}$ ).

Якби клієнт-підприємець не уклав угоду "spot", то 27 червня поточного року він придбав би GBP за курсом 0,79965 і, отже, витратив би на покупку 250 109,42 EUR ( $200\ 000\ \text{GBP} \cdot 1 / 0,79965 = 250\ 109,42\ \text{EUR}$ ). Тобто укладення угоди «spot» у даному випадку для клієнта виявилось вигідним – витрати на придбання GBP з укладенням угоди



«spot» були менші на 810,57 EUR ( $250\,109,42 - 249\,298,85 = 810,57$ ). Клієнт заощадив 810,57 EUR.

Якби в той самий день, 25 червня, клієнт-підприємець укладав з банком угоду «spot» на продаж 200 тис. англійських фунтів стерлінгів (GBP) за євро (EUR), то він зазнав би збитків 810,57 EUR. При продажу GBP грошові надходження в євро становили б лише 249 298,85 EUR ( $200\,000\text{ GBP} \cdot 1 / 0,80225 = 249\,298,85\text{ EUR}$ ). А якби клієнт не укладав угоди «spot» на продаж, а продавав би GBP за поточним курсом, що встановився на 27 червня, то він отримав би 250 109,42 EUR ( $200\,000\text{ GBP} \cdot 1 / 0,79965 = 250\,109,42\text{ EUR}$ ).

Слід зазначити, що існує кілька видів угод «spot»: це угоди на умовах TOD (Today), TOM (Tomorrow) і безпосередньо SPOT.

**Угоди на умовах TOD** укладаються і виконуються в один і той самий день (today), тобто дата укладення контракту і дата його виконання – валютування (value date) – збігаються: сьогодні уклали угоду, сьогодні ж її і виконали.

**Угоди на умовах TOM** означають поставку валюти на завтра (tomorrow). Тому якщо угода TOM укладена сьогодні, то термін її виконання настане завтра.

**Угоди SPOT** укладаються на найтриваліший термін – другий робочий день, тому угода SPOT означає поставку валюти на післязавтра з фіксованим курсом в останній момент підписання договору.

**Валютні операції (операції) "forward"** – угоди, за яких іноземна валюта продається або купується з поставкою в майбутньому за курсом, зафіксованим на день укладення контракту. Фактичний розрахунок за форвардними угодами проводиться в термін більше двох робочих днів після укладення угоди.

**Приклад угоди «forward», укладеної на три місяці:**

- ✓ дата укладення угоди (контракту) – 25 червня поточного року;
- ✓ дата виконання контракту на умовах «forward» – 25 вересня поточного року;
- ✓ дата валютування (value date) за угодою «forward» – 25 вересня поточного року;
- ✓ курс виконання угоди фіксується в останній момент підписання договору – 25 червня поточного року.

При здійсненні валютних операцій неминучі валютні ризики. Так, наприклад, уклавши форвардний контракт на продаж валюти з виконанням через 3 місяці і при зниженні курсу даної валюти, дилер виграє, оскільки він застрахував себе від можливого зниження курсу валюти. І при настанні дати валютування продасть валюту за вищим курсом, який був зафіксований в останній момент підписання договору. Навпаки, уклавши форвардний контракт на купівлю валюти із виконанням через 3 місяці і при зниженні курсу даної валюти на дату виконання контракту, дилер програє і зазнає збитків, оскільки йому доведеться купувати валюту за зафіксованим курсом, який буде вищим, ніж курс валюти на дату валютування.

При підвищенні курсу валюти буде спостерігатися зворотний ефект. Уклавши форвардний контракт на продаж валюти із виконанням через 3 місяці і при підвищенні курсу валюти, що продається, дилер програє і зазнає збитків, оскільки буде продавати валюту за нижчою ціною, яку він зафіксував у момент укладення форвардного контракту. І відповідно навпаки, уклавши форвардний контракт на купівлю валюти з виконанням його через 3 місяці і при підвищенні курсу валюти, дилер виграє, тому що, купуючи валюту, йому не доведеться витратити більше, не зважаючи на підвищення валютного курсу; валютний курс він зафіксував на момент укладення форвардного контракту.

Валютним операціям властива двояка природа: з одного боку, їх вчинення пов'язане з ризиком, з іншого – валютні операції використовуються для хеджування з метою зниження валютного ризику. Так, за допомогою комбінацій угод "spot" і "forward" можна застрахуватися від ризику. При цьому залежно від необхідності створюються довгі або короткі хеджі. Створення довгих або коротких хеджів є базисною стратегією управління валютним ризиком. Типова позиція хеджера полягає у протиставленні форвардного контракту вже укладеній угоді на ринку SPOT або планованій операції SPOT.

**Коротким хеджем** називають операцію, коли дилер має товар або іноземну валюту і укладає форвардний контракт на його (її) продаж. Дилер проводить цю операцію, прагнучи захистити себе від потенційних збитків, пов'язаних зі зниженням валютного курсу валюти, що є у нього в наявності.

**Довгий хедж** передбачає протилежну тактику, тобто, придбання форвардного контракту на купівлю будь-якої кількості іноземної валюти за фіксованим курсом, щоб захиститися від можливого підвищення валютного курсу.

На основі поєднання угод «Spot» і «Forward» здійснюється хеджувальна угода SWAP.

**Валютні операції SWAP** – це одночасна купівля і продаж іноземної валюти на однакові суми за умови розрахунку за ними на різні дати.

При валютних SWAP:

1) якщо купівля буде відбуватися на умовах «Spot», то продаж буде здійснюватися на умовах «Forward»;

2) якщо продаж валюти здійснюється на умовах «Spot», то купівля буде здійснюватися на умовах «Forward», тобто

$$SWAP = \text{купівля SPOT} + \text{продаж FORWARD};$$

$$SWAP = \text{купівля FORWARD} + \text{продаж SPOT}.$$

При валютній операції між учасниками угод виникає NETTING – взаємна компенсація вимог і зобов'язань в іноземній валюті. Тобто якщо банк купує або продає валюту в іншого банку і в той самий день продає або купує її йому ж (тому самому банку), то їм необов'язково реально оплачувати контракти повністю, досить обмінятися різницею, що виникла в результаті зміни курсу.

Оскільки більшість підприємців працює не лише за межами внутрішнього ринку, а й за межами одного валютного простору, виникає необхідність розрахунків у різних валютах. Оскільки міжнародні розрахунки дуже часто здійснюються з відстроченням платежу, виникає небезпека ризику несприятливої зміни курсу. Якщо підприємці-експортери продають свою продукцію за межі одного валютного простору, вони наражаються на ризик зниження валютного курсу країни-імпортера. В цьому випадку експортери ризикують отримати виручку від реалізації своєї продукції в знеціненій валюті, що призведе до збитковості їх угод. Звичайно, передбачаючи зниження валютного курсу в країні-імпортера, експортери можуть підвищити ціни на свою продукцію, проте це призведе до зниження конкурентоспроможності товарів, що експортуються.

Для того, щоб запобігти негативним наслідкам, пов'язаним зі зниженням валютного курсу, банки пропонують своїм клієнтам-підприємцям укладення форвардних контрактів і валютних свопів.

Розглянемо приклад хеджування валютного ризику за допомогою укладення форвардного контракту.

**Приклад**

Підприємство ABC з країни Єврозони виробляє будматеріали і експортує їх до Великої Британії. 26 жовтня 2017 року підприємство укладає договір про експорт будматеріалів, який передбачає розрахунки за товар через 9 місяців – 26 липня 2018 р. Сума договору 200 000 GBP. Припустимо, курс обміну валюти GBP / EUR 26 жовтня 2017 р. становить 0,8719. Підприємство розрахувало, що угода вигідна, оскільки плановані витрати становлять 160 000 EUR, а планований прибуток – 14 380 EUR ( $200\,000 \times 0,8719 - 160\,000$  EUR) = 14 380 EUR. Пропонований банком курс (форвардний курс) обміну валюти на 26 липня 2018 р. становить 0,8850. 26 липня 2018 р курс GBP / EUR становив 0,7828.

Розглянемо можливі сценарії для підприємства ABC.

**1-й сценарій – без укладення угоди «Forward».**

Припустимо, підприємство ABC вирішило не укласти угоду «Forward», оскільки сподівалося або на підвищення курсу GBP, або на те, що курс GBP залишиться колишнім. Тоді дохід підприємства становив би 156 560 EUR = ( $200\,000 \times 0,7828$ ). Але з огляду на те, що витрати підприємства становлять 160 000 EUR, в результаті підприємство зазнає збитків у розмірі 3 440 EUR ( $156\,560$  EUR – 160 000 EUR = – 3 440 EUR).

**2-й сценарій – з укладанням угоди «Forward».**

Підприємство уклало угоду «forward» на пропонованих банком умовах. Тоді дохід підприємства становитиме 177 000 EUR ( $200\,000$  GBP  $\times$  0,8850 = 177 000 EUR), а чистий прибуток – 17 000 EUR ( $177\,000$  EUR – 160 000 EUR = 17 000 EUR).

Здійснювати хеджування валютного ризику (страхуватися від зниження курсу валюти) можна також за допомогою угод SWAP. Використання цієї угоди є доцільним, коли грошові потоки підприємця виражені в різних валютах і існує розрив у часі між оплатою одного товару і отриманням грошових коштів за поставку іншого товару.

## ДОДАТОК

### Інформаційні форми при впровадженні ЕЕМУДП

Форма №1 – Склад робочої групи з дематеріалізації

| ПП/б | Посада | Підрозділ | Функції та сфера відповідальності у проєкті з дематеріалізації |
|------|--------|-----------|--|
| 1    | 2      | 3         | 4  |
|      |        |           |  |

Форма №2 – Інформація про продукцію та послуги, що надаються з її використанням

| Найменування продукції | Обсяг виробленої продукції, од./рік | Рентабельність продукції, % | Одиниця послуги | Загальна кількість послуги за весь життєвий цикл продукції, од. |
|------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|-----------------|---|
| 1                      | 2                                   | 3                           | 4               | 5   |
|                        |                                     |                             |                 |   |

Форма №3 – Кількісна оцінка матеріало- та енергопотоків на етапах життєвого циклу продукції

| Найменування матеріалу та енергії, що споживаються на кожному етапі життєвого циклу продукції | Кількість, натур. од. | МФ, кг/од. | МІ, кг |
|---|-----------------------|------------|--------|
| 1   | 2                     | 3          | 4      |
| Етап «Виробництво»  |                       |            |        |
| ...   | ...                   | ...        | ...    |
| Етап «Використання»   |                       |            |        |
| ...   | ...                   | ...        | ...    |
| Етап «Повторна переробка (утилізація)»  |                       |            |        |
| ...   | ...                   | ...        | ...    |

Форма №4 – Формування напрямів дематеріалізації продукції

Для визначення можливості та доцільності реалізації наведених нижче заходів з дематеріалізації обраної продукції експерту необхідно, відповідаючи на питання зліва, поставити позначку «X» у комірці таблиці, що відповідає певному рівню досяжності

| Можливості дематеріалізації  | Рівень досяжності              |  |  |   | Примітки |
|--|--------------------------------|--|--|---|----------|
|  | Потенціал відсутній/вичерпаний | Потенційно можливо, але технічно недосяжно | Технічно можливо, але економічно не доцільно | Технічно можливо та економічно доцільно |          |
| 1  | 2                              | 3  | 4  | 5                                       | 6        |
| <b>Етап «Виробництво продукції»:</b>   |                                |  |  |   |          |
| <i>Організація процесу виробництва</i>   |                                |  |  |   |          |
| Чи можлива заміна матеріалів або компонентів із високим коефіцієнтом MF на альтернативні з нижчим коефіцієнтом MF?   |                                |  |  |   |          |
| Чи є можливість визначити та врахувати всі витрати матеріалів на всіх етапах життєвого циклу продукції?  |                                |  |  |   |          |
| Чи можливо зменшити габарити (вагу, лінійні розміри, об'єм) продукції?   |                                |  |  |   |          |
| Чи можливо скоротити перелік функцій продукції, виключивши зайві або зрідка використовувані на базі функціонально-вартісного аналізу?  |                                |  |  |   |          |
| Чи одноразова упаковка продукції розроблена з мінімальним матеріальним слідом або ж є резерви його зниження?   |                                |  |  |   |          |
| Чи можлива зміна постачальників сировини та матеріалів з метою скорочення відстані транспортування ресурсів до підприємства?   |                                |  |  |   |          |
| Чи можливо запобігти утворенню відходів упаковки від ресурсів та готової продукції (наприклад, за рахунок замовлень/поставок без упаковки або із забезпеченням повторного використання упаковки)?                                |                                |  |  |   |          |
| Чи передбачено конструктивно технологічну можливість легко розбирати продукцію на окремі види матеріалів (папір, скло, метал, пластик тощо) після завершення циклу її використання для подальшої більш ефективної її утилізації? |                                |  |  |   |          |

| 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|
| <i>Виробництво продукції</i>  |   |   |   |   |   |
| Чи можливо виробляти матеріали і запасні частини до продукції протягом усього строку її експлуатації для продовження періоду корисного використання продукції?  |   |   |   |   |   |
| Чи можливо відмовитися від використання екологічно небезпечних матеріалів і речовин у процесі виробництва, замінивши їх на більш безпечні?  |   |   |   |   |   |
| Чи можуть матеріальні відходи виробництва використовуватися повторно на підприємстві або реалізовуватися «на сторону» для подальшого використання?  |   |   |   |   |   |
| Чи можлива мінімізація споживання енергії під час виробництва продукції?  |   |   |   |   |   |
| Чи можлива заміна енергетичних ресурсів, використовуваних при виробництві продукції, з високим коефіцієнтом MF на альтернативні з нижчим коефіцієнтом MF?   |   |   |   |   |   |
| Чи можливо оптимізувати схему переміщення матеріалопотоків на підприємстві, скоротивши тривалість виробничого процесу?  |   |   |   |   |   |
| Чи є можливість впровадження/удосконалення автоматизованих систем виробництва з метою більш ощадливого використання ресурсів?   |   |   |   |   |   |
| Чи є можливість оновлення основних виробничих фондів на базі інноваційних ресурсозберезних технологій?  |   |   |   |   |   |
| <i>Дистрибуція і збут.</i>  |   |   |   |   |   |
| <i>Модуль зберігання та складування</i>   |   |   |   |   |   |
| Чи можуть матеріальні витрати на пакування бути зменшені?   |   |   |   |   |   |
| Чи є можливим використання для продукції упаковки, виробленої з матеріалів вторинної переробки?   |   |   |   |   |   |
| Чи можливе зниження матеріальних вкладень (MI) у процес доставки товарів до кінцевих споживачів (наприклад, вибір автотранспортної компанії, що використовує електромобілі для транспортування вантажів)? |   |   |   |   |   |
| Чи здійснюється повернення упаковки товару виробнику для її повторного використання/перероблення при постачанні продукції споживачу?  |   |   |   |   |   |
| Чи можливо оптимізувати розташування та обсяги складських приміщень?  |   |   |   |   |   |

| 1  | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|--|---|---|---|---|---|
| Чи можливо оптимізувати витрати на утримання складів, впровадивши автоматизовані системи управління складським господарством?  |   |   |   |   |   |
| Чи можливе удосконалення процесів обробки замовлень з метою зниження енергетичних та інших витрат?   |   |   |   |   |   |
| Чи можливе зменшення обсягів псування матеріалів та готової продукції при зберіганні?  |   |   |   |   |   |
| <b>Модуль транспорту</b>   |   |   |   |   |   |
| Чи можливе більш ефективне використання транспортного потенціалу підприємства (наприклад, шляхом здачі в оренду автотранспорту, забезпечення повного завантаження транспортних засобів в обидва напрямки слідування тощо)?                         |   |   |   |   |   |
| Чи можливий перехід на використання автотранспорту, що характеризується меншими питомими обсягами шкідливих викидів?   |   |   |   |   |   |
| Чи є можливість змінити паливно-енергетичні ресурси, використовувані транспортом підприємства, на енергію з більш низьким MF-фактором?   |   |   |   |   |   |
| Чи можливо знизити втрати ресурсів та продукції під час транспортування на підприємстві?   |   |   |   |   |   |
| Чи можливо знизити частку втрат готової продукції під час транспортування до споживачів?   |   |   |   |   |   |
| Чи можливе освоєння інноваційних технологій транспортування, спрямованих на зменшення матеріалоспоживання?   |   |   |   |   |   |
| Чи є план перевезень ресурсів і готової продукції на підприємстві оптимальним з точки зору використання матеріалів, енергії та готової продукції?  |   |   |   |   |   |
| <b>Етап «Використання продукції»:</b>  |   |   |   |   |   |
| <i>Споживання продукції</i>  |   |   |   |   |   |
| Чи можлива мінімізація споживання енергетичних та інших ресурсів під час використання продукту (виробу) шляхом застосування оптимальних режимів використання продукції?  |   |   |   |   |   |
| Чи проінформований споживач про можливості багатоцільового використання продукції?   |   |   |   |   |   |
| Чи існує можливість у споживача обрати альтернативну форму упаковки, яка має більш низькі значення MI, при споживанні продукції (наприклад, продаж у магазині товарів з мінімальним обсягом упаковки або з використанням тари/упаковки споживача)? |   |   |   |   |   |

## Продовження Форми №4

| 1  | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|--|---|---|---|---|---|
| Чи є у споживача можливість використовувати товари більшу кількість циклів, аніж це передбачено нормативами (наприклад, використання гостями рушників у номерах готелів довше, ніж одну добу, що подовжує період використання рушника та знижує енергетичні і матеріальні витрати на його прання)? |   |   |   |   |   |
| Чи є можливим для підприємства забирати у споживача продукцію після завершення нормативного терміну її служби для повторного використання компонентів продукції або переробки матеріалів на платній або безоплатній основі?  |   |   |   |   |   |
| <i>Обслуговування та ремонт</i>  |   |   |   |   |   |
| Чи можуть окремі компоненти продукції бути модернізованими в майбутньому з метою підвищення продуктивності продукції (наприклад, збільшення обсягу пам'яті комп'ютерної техніки)?  |   |   |   |   |   |
| Чи є можливість подовжити життєвий цикл продукції шляхом удосконалення системи післяпродажного обслуговування та ремонту?  |   |   |   |   |   |
| Чи наявні сервісні центри у необхідній кількості на території, де продається продукція підприємства?   |   |   |   |   |   |
| Чи можливе використання під час ремонту стандартизованих деталей та інших елементів збирання для полегшення ремонту продукції?   |   |   |   |   |   |
| Чи є достатньою кваліфікація та кількість ремонтного персоналу, запасів ремонтних матеріалів та запчастин у сервісних центрах обслуговування продукції для забезпечення їх безперебійної роботи з найменшими витратами матеріалів, тривалості ремонтів тощо?                                       |   |   |   |   |   |
| Чи відповідає якість ремонтних матеріалів вимогам ресурсоощадності, екологічним нормативам тощо?   |   |   |   |   |   |
| Чи відповідають характеристики ремонтного обладнання вимогам ресурсоощадності, екологічним нормативам тощо?  |   |   |   |   |   |
| Чи є можливість удосконалити логістичні матеріальні потоки між сервісними центрами та підприємствами-виробниками запчастин?  |   |   |   |   |   |
| Чи відповідає фактична кількість планово-попереджувальних ремонтів продукції запланованій виробником кількості?  |   |   |   |   |   |
| Чи є можливість скорочення терміну проведення ремонтів без зниження якості результатів ремонтних робіт?  |   |   |   |   |   |



| 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|
| <b>Етап «Повторне перероблення (утилізація)»</b>  |   |   |   |   |   |
| <i>Перероблення та утилізація, відходи</i>  |   |   |   |   |   |
| Чи можливо на підприємстві впровадити нові або вдосконалені технології перероблення вторинних ресурсів, утилізації невикористаних відходів промислового виробництва?                          |   |   |   |   |   |
| Чи можливо на підприємстві впровадити технології використання відходів інших галузей, підприємств?  |   |   |   |   |   |
| Чи можливо збільшити частку повторного використання матеріальних компонентів з відпрацьованих продуктів підприємства в нових продуктах?   |   |   |   |   |   |
| Чи є можливість створити територіальні мережі прийому товарів, що були у застосуванні, для подальшого їх використання та/або утилізації (наприклад, приймання склотари, ПЕТ матеріалів тощо)? |   |   |   |   |   |
| Чи є можливість знизити рівень утворення потенційно небезпечних речовин під час утилізації продукції ?  |   |   |   |   |   |

Форма № 5 – Поліпшення послуги

| <i>Для визначення можливості та доцільності реалізації наведених нижче заходів з дематеріалізації обраної продукції експерту необхідно, відповідаючи на питання зліва, поставити позначку «X» у комірці таблиці, що відповідає певному рівню досяжності</i> |  |   |   |  |                 |
|---|--|---|---|--|-----------------|
| <b>Можливості дематеріалізації</b>  | <b>Рівень досяжності</b>                   |   |   |  | <b>Примітки</b> |
|   | <b>Потенціал відсутній/<br/>вичерпаний</b> | <b>Потенційно можливо,<br/>але технічно недосяжно</b> | <b>Технічно можливо, але<br/>економічно не доцільно</b> | <b>Технічно можливо та<br/>економічно доцільно</b> |                 |
| <b>1</b>  | <b>2</b>                                   | <b>3</b>  | <b>4</b>  | <b>5</b>   | <b>6</b>        |
| Чи можливо подовжити період реалізації продукції?   |  |   |   |  |                 |
| Чи можливе збільшення довговічності виробу (продукту)?  |  |   |   |  |                 |
| Чи можливо підвищити зносостійкість продукції та її складових?  |  |   |   |  |                 |
| Чи можливо спростити догляд споживача за продукцією для підтримання її у належному стані?   |  |   |   |  |                 |

## Продовження Форми №5

| 1  | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|--|---|---|---|---|---|
| Чи можливо зробити дизайн виробу більш зручним для користувача та запобігти неправильному використанню продукції?  |   |   |   |   |   |
| Чи може модульна структура продукту зробити його демонтаж, ремонт і модернізацію простішою, швидшою і можливою без спеціальних інструментів?   |   |   |   |   |   |
| Чи можлива подальша стандартизація компонентів виробу, щоб зробити їх сумісними з компонентами в інших продуктах (наприклад, уніфікований зарядний пристрій для смартфонів, планшетів, ноутбуків тощо)?                  |   |   |   |   |   |
| Чи може бути продукція інтегрована або поєднана з іншою продукцією для поліпшення функцій або збільшення одиниць послуги (наприклад, оптимізація простору квартири за рахунок використання багатофункціональних меблів)? |   |   |   |   |   |
| Чи є можливість проектувати деякі компоненти продукції з урахуванням можливості їх повторного використання (субкомпоненти, корпус і т.д.)?   |   |   |   |   |   |
| Чи можна продукт використовувати для інших цілей після закінчення використання за цільовим призначенням (каскадне використання)?   |   |   |   |   |   |
| Чи можна продукт здати в прокат або в оренду, а не продавати?  |   |   |   |   |   |
| Чи можливо продавати разом із продукцією її технічне обслуговування, консультації з її використання?   |   |   |   |   |   |
| Чи може продукт бути виготовлений і застосовуватися для спільного використання?  |   |   |   |   |   |

Форма № 6 – Критерії прийняття рішень щодо впровадження дематеріалізації продукції

| Показник                            | Значення |         |          |               |                |                 |
|-------------------------------------|----------|---------|----------|---------------|----------------|-----------------|
|                                     | Поточне  | Планове | Фактичне | Відхилення, % |                |                 |
|                                     |          |         |          | План/поточне  | Факт / поточне | Факт. / планове |
| 1                                   | 2        | 3       | 4        | 5             | 6              | 7               |
| 1 Рівень дематеріалізації продукції |          |         |          |               |                |                 |
| 2 Індекс дематеріалізації продукції | X        |         |          | X             | X              |                 |

| 1   | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 Річний інтегральний соціо-еколого-економічний ефект від впровадження дематеріалізації продукції, грн    | X |   |   | X | X |   |
| 4 Коефіцієнт соціо-еколого-економічної ефективності впровадження дематеріалізації продукції               | X |   |   | X | X |   |
| 5 Дисконтований соціо-еколого-економічний ефект від впровадження дематеріалізації продукції, грн          | X |   |   | X | X |   |
| 6 Дисконтований коефіцієнт соціо-еколого-економічної ефективності впровадження дематеріалізації продукції | X |   |   | X | X |   |
| Коментарі до обраного варіанта  |   |   |   |   |   |   |

## ВИСНОВКИ

Ринкова економіка, яка створює передумови для вільного підприємництва, сприяє раціональному використанню ресурсів. По-перше, вона спрямовує їх для виробництва найбільш затребуваної суспільством номенклатури товарів та послуг, по-друге, забезпечує для цього найефективніші методи. Ринкові відносини, в яких доводиться діяти суб'єктам бізнесу, зумовлюють використання найбільш раціональних методів комбінування ресурсів, впровадження прогресивних технологій та перехід на більш сучасні види продукції.

Для реалізації будь-якого бізнесу (виду господарської діяльності) ключовим питанням є відносини, що виникають у сфері прав власності. Оскільки саме «власність» визначає як форми організації бізнесу, особливості його управління та розподіл результатів діяльності, так і економічну структуру суспільства в цілому. Права власності значною мірою обумовлюють і відносини між суб'єктами господарювання, а також впливають на ступінь розвитку продуктивних сил. Для ефективного функціонування бізнесу необхідною умовою є адекватна фіксація прав власності, що встановлює власника за кожним із повноважень власності, а саме: права на використання, розпорядження, дохід, залишкову вартість, безпеку. Крім того, права власності регламентують повноваження на передачу у спадок, термін власності, обмеження на використання, яке може завдавати шкоди іншим, відповідальність.

Успіх функціонування бізнесу багато в чому обумовлений балансом фінансових коштів, які надходять на підприємство і виходять із нього. За позитивних фінансових показників фірма отримує прибуток. Чим успішніше працює бізнес, тим вищим повинен бути його прибуток. Але цю тезу необхідно продовжити далі: чим вищим є прибуток, тим кращі можливості повинні створюватися для підприємця або підприємства для подальшого розвитку бізнесу.

Потік фінансових коштів, що надходять на фірму, визначається доходом, який, у свою чергу, залежить від кількості реалізованої продукції та ціни, за якою продається одиниця продукції. Потік фінансових коштів, які виходять із фірми, обумовлюється витратами на виробництво і реалізацію одиниці продукції.

З метою забезпечення безперервності своєї діяльності бізнес бере участь (в особі приватних підприємців або керівників чи фахівців виробничих підприємств) у фінансових відносинах із рядом суб'єктів: працівниками підприємств; державними установами; іншими підприємствами; установами фінансово-кредитної сфери, зокрема банками.

Крім того, розглядаючи фінансові відносини бізнесу, необхідно також брати до уваги відносини бізнес-структур із державою щодо сплати подат-

ків та обов'язкових зборів до бюджету. Основним документом у нашій країні, що регулює відносини у сфері стягнення податків і зборів, є Податковий кодекс України. Він визначає: повний перелік податків і зборів, порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію органів контролю, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства. Суб'єкти бізнесу, які отримують прибуток від своєї діяльності, відповідно до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» зобов'язані сплачувати податок на прибуток.

Сучасний темп життя і постійні зміни, що виникають у результаті наукових відкриттів, створюють передумови для ефективного функціонування бізнесу. Стрімкі зміни та інновації, які набули поширення в ХХ столітті, закладають фундамент для нових зрушень в умовах Третьої, Четвертої та П'ятої промислових революцій.

У найближчому майбутньому економіці й бізнесу доведеться зіткнутися з цілим рядом взаємозв'язаних викликів, які визначають їх основи. Один з них – ключовий – пов'язаний з необхідністю подолання глобальної соціально-екологічної кризи. Він обумовлений, з одного боку, об'єктивними межами впливу на базові екосистеми біосфери планети, а з іншого – зростанням кількості населення Землі, що збільшує екологічне навантаження на природні системи. Вихід може бути знайдений лише в радикальному підвищенні ефективності виробничих систем та значній дематеріалізації процесів виробництва і споживання продукції. Саме такі можливості надає реалізація Третьої, Четвертої та П'ятої промислових революцій, зокрема на основі застосування інструментарію альтернативної енергетики та адитивних технологій.

## ГЛОСАРІЙ

**Амортизація** – систематичний розподіл амортизованої вартості основних засобів протягом строку їх корисного використання (експлуатації). Грошовим виразом розміру амортизації є амортизаційні відрахування, відповідні ступеню зносу основних фондів.

**Бізнес** – це поняття, що охоплює всі відносини, що виникають між учасниками ринкової економіки, включаючи не лише підприємців, але і споживачів, найманих працівників, державні структури.

**Біржа** – це установа, де здійснюється купівля-продаж масових товарів (товарна біржа), цінних паперів (фондова біржа), валюти (валютна біржа), нерухомого майна (біржа нерухомого майна), робочої сили (біржа праці).

**Бюджетування** – це процес планування майбутньої діяльності підприємства, результати якого оформляються системою бюджетів.

**Венчурне підприємництво** – це ризикова діяльність, у процесі якої створюються і впроваджуються у виробництво нові товари, технології, послуги. Це поєднання двох видів підприємництва: фінансового та інноваційного.

**Видатки** – це витрати, пов'язані з ресурсним забезпеченням виробництва, придбанням матеріалів, устаткування, оплатою праці працівників, ремонтом устаткування, виплатою відсотків по кредитах, орендною платою, сплатою податків.

**Виручка** – грошові кошти, отримані (виручені) підприємством, фірмою, підприємцем від продажу товарів і послуг, виручка від реалізації.

**Власність** – в економічному розумінні визначається ступенем розвитку продуктивних сил, характеризується системою об'єктивних, історично мінливих економічних відносин між суб'єктами господарювання з приводу привласнення умов, процесів, засобів та результатів виробництва.

**Дегресивна амортизація** – амортизація в зменшуваних сумах за один рік: у перші роки використання об'єкта на витрати списуються більші суми, ніж у наступні роки. Розрізняють такі форми дегресивної амортизації: зменшення залишкової вартості (геометрично-дегресивний метод), арифметично-дегресивний (кумулятивний) метод, методи зменшення залишку, прискореного зменшення залишкової вартості та амортизація на основі зменшуваних ступінчастих ставок.

**Дематеріалізація економіки** – це абсолютне або відносне скорочення кількості використаних матеріалів, необхідних для повноцінного функціонування економіки за підтримки постійного рівня її розвитку та забезпе-

чення мінімізації її екодеструктивного впливу і максимізації соціальних ефектів.

**Диверсифікація** – це різноманітність видів діяльності, джерел (постачальників) ресурсів, інвестиційного портфеля та ін.

**Дохід** – поширене економічне поняття з надзвичайно широким спектром значень. У широкому розумінні позначає будь яке надходження коштів або матеріальних цінностей, що мають грошову вартість. Дохід компанії можна охарактеризувати як збільшення її активів або зменшення зобов'язань, що обумовлює збільшення суспільного капіталу.

**Економічна конкуренція** – це суперництво між підприємцями щодо задоволення власних інтересів, пов'язаних із реалізацією продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим самим споживачам.

**Економічна ефективність** – це вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Основною особливістю таких систем є вартісний характер засобів (витрат) досягнення цілей (результатів), а в деяких випадках і самих цілей (зокрема, одержання прибутку).

**Економічний ефект** – виражений у вартісній (грошовій) формі результат будь-яких дій, зокрема господарських заходів.

**Засоби виробництва** – це сукупність усіх елементів, що беруть участь у процесі виготовлення продукції. Вони поділяються на засоби праці (будівлі, машини, транспорт та ін.) і предмети праці (сировина, матеріали, напівфабрикати та ін.).

**Збір (плата, внесок)** – це обов'язковий платіж до відповідного бюджету, що стягується з платників зборів, з умовою отримання ними спеціальної вигоди, у т. ч. внаслідок вчинення на користь таких осіб державними органами, органами місцевого самоврядування, іншими уповноваженими органами та особами юридично значимих дій.

**Засоби виробництва** – це сукупність усіх елементів, що беруть участь у процесі виготовлення продукції. Вони поділяються на засоби праці (будівлі, машини, транспорт та ін.) і предмети праці (сировина, матеріали, напівфабрикати та ін.).

**Зовнішньоекономічна діяльність** – це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.

**Зона безпеки підприємства** – інтервал обсягів, у межах якого забезпечується рентабельність роботи підприємства (зона фінансової стійкості).

Зона безпеки (альтернативні назви – запас фінансової стійкості, запас міцності) визначає можливі межі маневру підприємства як у ціновій політиці, так і в зниженні натурального обсягу виробництва і реалізації продукції в процесі здійснення операційної діяльності за несприятливих ринкових умов (зниження попиту, посилення конкуренції та ін.).

**Інвестиції** – це довгострокові вкладення грошових коштів, матеріальних і нематеріальних цінностей у діяльність підприємств різних галузей економіки з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту.

**Інновація** – це кінцевий результат інноваційної діяльності, що набув втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності або нового підходу до соціальних послуг.

**Інститути (в інституціональній економіці)** – це розроблені й ухвалені формальні (конституції, закони, кодекси) та неформальні правила (угоди, добровільно прийняті норми поведінки), а також чинники примусу щодо їх виконання (санкції), що структурують взаємодії між суб'єктами економічної діяльності.

**Інституційне середовище** – це сукупність фундаментальних, політичних, соціальних та юридичних правил, що регулюють сферу економічної діяльності, підґрунтям якої є визначені права власності.

**Інформаційний продукт** – документована інформація, підготовлена відповідно до потреб користувачів і представлена у вигляді товару. Інформаційними продуктами є програмні продукти, бази і банки даних та інша інформація.

**Інформаційні товари** – це товари, специфіка яких полягає в тому, що при їх виробництві та використанні (споживанні) основну роль відіграє інформація. За формою сутнісної природи їх формування інформаційні товари можуть поділятися на дві групи: матеріальні (матеріалізовані) і нематеріальні. Матеріальні продукти реалізуються в матеріальній формі. Їх «інформаційність» обумовлена пріоритетною роллю інформації при виробництві або використанні продукції. Нематеріальні товари реалізуються в нематеріальній формі, природно, за допомогою матеріальних носіїв інформації (паперу, магнітних носіїв тощо).

**Інформація** – це природна реальність, що несе в собі характерні ознаки предметів і явищ природи, що проявляються в просторі і часі.

**Калькуляція** (від лат. *calculatio* – «рахунок, підрахунок») – це розрахунок витрат на виробництво і збут одиниці продукції (виробів, робіт, послуг) або групи однорідних виробів.



**Квотування** – це обмеження в кількісному або вартісному вираженні обсягу продукції, дозволеної до ввезення в країну (імпортна квота) або вивезення з країни (експортна квота) за певний період.

**Кошторис витрат** – це повне зведення витрат на виробництво і реалізацію продукції, згруповане за економічно однорідними елементами.

**Кредит** – це кошти або матеріальні цінності, які надаються резидентами або нерезидентами у користування юридичним або фізичним особам на умовах терміновості, платності, зворотності, забезпеченості і цільового призначення. Кредит буває банківським і комерційним (отриманим в іншій компанії).

**Культура бізнесу** – це система правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, різних інтересів, особливостей поведінки працівників даного підприємства, стилю управління, задоволеність працівників умовами праці, рівень співпраці і перспективи розвитку.

**Лізинг** – це господарська операція, за якою суб'єкт підприємницької діяльності (лізингодавець) згідно з умовами лізингового договору передає іншому суб'єкту підприємницької діяльності (лізингоодержувачу) матеріальні цінності для використання у підприємницькій діяльності на визначений строк і за визначену плату.

**Ліцензія** – це документ державного зразка, що засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом певного терміну за умови виконання ліцензійних умов.

**Нематеріальні активи** – це складова ресурсного потенціалу підприємства, для якої характерні: можливість давати прибуток протягом тривалого періоду часу, відсутність матеріальної основи, складність визначення майбутнього прибутку від його використання.

**Норма амортизаційних відрахувань** – частка вартості основних фондів, що повинна (може) бути перенесена на готову продукцію протягом року.

**Оборотний капітал** – це частина засобів виробництва, яка бере участь лише в одному виробничому циклі, в ході якого повністю переносять свою вартість на вартість готової продукції.

**Оборотні кошти** – засоби виробництва, що беруть участь тільки в одному виробничому циклі, протягом якого повністю переносять свою вартість на вартість готової продукції. Оборотні кошти складаються з двох частин – оборотних фондів і фондів обертання. За джерелами утворення оборотні кошти підприємств поділяються на такі групи: власні і прирівняні до них; позичкові (у формі кредитів банків); залучені (зокрема, через акціонування).

**Оборотні фонди** – фонди, що циркулюють у сфері виробництва й у процесі виготовлення продукції споживаються повністю, переносячи свою вартість на створюваний продукт. Виділяють три основні групи: 1) виробничі запаси (сировина, напівфабрикати, паливо, тара, інструмент, що швидко зношується, та інвентар); 2) незавершене виробництво; 3) витрати майбутніх періодів.

**Оплата праці** – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому вираженні, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу.

**Організаційно-правова форма бізнесу** – це форма господарювання, що визначає характер відносин між засновниками бізнесу, режим майнової відповідальності за зобов'язаннями підприємства (організації), порядок створення, реорганізації, ліквідації, управління, розподілу одержаних прибутків, можливі джерела фінансування діяльності тощо.

**Основний капітал** – це частина засобів виробництва підприємства, що пов'язана з формуванням усіх видів його необоротних активів, і характеризується тривалим циклом обороту.

**Пам'ять** – це фіксація і відтворення минулого досвіду, що виражається у здатності накопичувати, зберігати і відтворювати інформацію про події зовнішнього світу і реакції самої системи.

**Патент** – це державне свідоцтво, що засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності або його структурного (відокремленого) підрозділу займатися певними видами підприємницької діяльності.

**Підприємництво** – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних та соціальних результатів й одержання прибутку.

**Підприємство** – заснована на кооперації форма організації виробництва, що є економічно відособленим суб'єктом господарювання. Під підприємством розуміється самостійний суб'єкт господарювання, створений у порядку, визначеному законодавством, для виробництва продукції, виконання робіт і послуг з метою задоволення суспільних потреб і одержання прибутку за допомогою самостійного здійснення своєї діяльності, розпорядження продукцією, що випускається, і отриманим прибутком, що залишається в нього після сплати податків й інших обов'язкових платежів.

**Податок** – це обов'язковий, безумовний платіж до відповідного бюджету, що стягується з платників податку відповідно до Податкового кодексу України.

**Право власності** є основним майновим правом у сфері господарювання, яке дає право суб'єкту господарювання (одноосібно або разом з іншими суб'єктами) володіти, користуватися та розпоряджатися належним йому майном. Суб'єктами права власності є всі ті, хто бере участь у відносинах привласнення в господарській сфері: суб'єкти господарювання, споживачі, органи державної влади та органи місцевого самоврядування, а також ті громадяни, громадські та інші організації, які є засновниками суб'єктів господарювання чи здійснюють щодо них організаційно-господарські повноваження.

**Прибуток** – це перевищення доходів від продажу товарів і послуг над витратами на виробництво і продаж цих товарів. Прибуток обчислюється як різниця між виручкою від реалізації продукту господарської діяльності і сумою витрат факторів виробництва на цю діяльність у грошовому вираженні.

**Прогнозний баланс** – це форма фінансової звітності, що містить інформацію про майбутній стан підприємства на кінець прогнозованого періоду.

**Прогресивна амортизація** – це амортизація в зростаючих сумах за рік: на початку використання об'єкта на витрати списується менша сума, ніж у кінці терміну корисної служби. Нарахування амортизації здійснюється зі зростанням регулярної суми амортизації.

**Продукція** – це матеріальний результат праці, отриманий у конкретному виробничому процесі і призначений задовольняти суспільні або особисті потреби.

**Прямолінійна амортизація** – це амортизація в рівних сумах за рік: витрати на придбання або виробництво об'єкта які списуються рівномірно, виходячи з очікуваного терміну використання об'єкта основних засобів. При цьому норма і сума амортизаційних відрахувань залишаються незмінними протягом періоду амортизації.

**Реальні інвестиції** – це вкладення капіталу безпосередньо в засоби виробництва (засоби праці) та оборотні активи (предмети праці) або інвестиції у формі таких активів. Для здійснення цього виду інвестицій може бути використаний і позиковий капітал – кредит банку.

**Реорганізація підприємства** – процес перетворення, перебудови організаційної структури та управління підприємством при збереженні його виробничого потенціалу, зокрема основних фондів. Формами реорганізації є злиття, приєднання, поділ, виділення та перетворення підприємств.

**Реструктуризація підприємств** – здійснення організаційно-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на зміну структури під-

приємства, управління ним, форм власності, організаційно правових форм, як здатність довести підприємство до фінансового оздоровлення, збільшити обсяг випуску конкурентоспроможної продукції, підвищити ефективність виробництва.

**Ризик** – це стан невизначеності, результатом якого можуть бути небажані ефекти або значні втрати.

**Ринок** – це саморегулююча, заснована на економічній свободі система обміну, купівлі-продажу між продавцем та покупцем, виробником та споживачем, що забезпечує задоволення попиту на товар різними способами з передачею юридичного права власності після оплати товару.

**Рівень культури праці** – це відповідність засобів, способів та норм поведінки, властивих певній групі людей, які займаються спільною трудовою діяльністю, рівню розвитку суспільства.

**Рівень культури управління** визначається здатністю управлінського органу ефективно і далекоглядно впливати на всі сторони діяльності підприємства за допомогою прогресивної техніки і технології, високого культурно-технічного рівня персоналу, а також на основі наукової організації праці і виробництва.

**Сертифікація продукції** – це один із важливих елементів системи управління якістю, який передбачає оцінювання відповідності продукції певним вимогам і видачу певного документа – сертифіката.

**Сертифікат** – це документ, що засвідчує високий рівень якості продукції та її відповідність вимогам міжнародних стандартів ISO серій 9 000, 14 000 та ін.

**Собівартість продукції** (виробів, робіт, послуг) – виражені в грошовій формі поточні витрати підприємства на її виробництво і збут.

**Споживчий бізнес** – це бізнес, що здійснюється усіма громадянами і відображає загальну участь людей у системі ділових відносин. Споживчий бізнес відображає зацікавленість людей у кінцевому результаті виробництва і безпосередньо спрямований на пошук кращих умов отримання цих результатів.

**Стандартизація** – це діяльність, що полягає у встановленні положень для загального і багаторазового застосування щодо наявних чи можливих завдань з метою досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній сфері, результатом якої є підвищення ступеня відповідності продукції, процесів та послуг їх функціональному призначенню, усуненню бар'єрів в торгівлі і сприянню науково-технічному співробітництву.

**Страховання** – це створення резервного (страхового) фонду, відрахування в який для окремого страхувальника встановлюються на рівні, значно меншому за суму очікуваного збитку і, як наслідок, страхового відшкодування.

**Трудові ресурси** – це економічно активне, працездатне населення, тобто частина населення країни (регіону), яке має необхідний фізичний розвиток, розумові здібності і знання (освіту) для роботи у виробничій сфері.

**Трудові фактори** – це люди і властиві їм навички виконувати фізичну та інтелектуальну роботу, які є елементами виробничої системи.

**Трудовий потенціал** – наявні або очікувані кількісні та якісні трудові фактори, якими володіє суспільство (національна економіка, регіон).

**Фактор часу** – зміна економічних показників, причиною якої є час. В основі дії фактора часу лежить зміна комплексу соціально-економічних і техніко-економічних умов. У результаті однакові витрати праці, що прикладаються в тому самому місці, але в різний час, дають різні результати (ефекти), або досягнення однакових результатів досягається застосуванням різних витрат праці.

**Фінансова потреба** – це виражена у грошовому еквіваленті потреба підприємства в грошових коштах і матеріальних засобах, необхідних для досягнення поставлених цілей та забезпечення фінансової рівноваги. Фінансова потреба розраховується на основі методології традиційного бюджетування.

**Фінанси підприємства** – це сукупність економічних відносин, пов'язаних із формуванням, використанням та розподілом грошових надходжень і фондів грошових коштів для забезпечення ефективної підприємницької діяльності.

**Фінансове планування** – це науковий процес обґрунтування на певний період руху фінансових ресурсів підприємства і відповідних фінансових відносин. При цьому об'єктом планування є фінансова діяльність підприємства.

**Фінансові інвестиції** – це вкладення коштів у цінні папери суб'єктів господарської діяльності.

**Фінансові ресурси підприємства** – це сукупність власних грошових доходів і надходжень ззовні (залучені і позикові кошти), призначених для виконання фінансових зобов'язань підприємства, фінансування поточних витрат і капітальних витрат, пов'язаних із відтворенням засобів виробництва.

**Фонди обігу** – це засоби, пов’язані з обслуговуванням процесу обігу товарів. До них належать: готова продукція на складах підприємства; продукція відвантажена, але неоплачена (споживачем); кошти на розрахункових рахунках.

**Форфейтинг** – це придбання у кредитора боргу, вираженого в оборотному документі, на безповоротній основі (без права регресу у разі неможливості отримання грошових коштів від боржника). Довгострокова операція (від 180 днів до 7 років), застосовується в міжнародній практиці, виконується лише у вільно конвертованій валюті та на великі суми (від 500 тис. дол. США).

**Ціна** – економічна категорія, що означає суму грошей, за яку продавець хоче продати, а покупець готовий купити товар. Ціна є наслідком установа рівноваги між попитом та пропозицією.

**Ціна світова** – це ціна, за якою укладаються великі комерційні експортно-імпортні операції в основних центрах світової торгівлі.

**Якість продукції** – це сукупність властивостей і характеристик продукції, які дають їй можливість задовольняти обумовлені або передбачені потреби.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

**Мельник Леонід Григорович** (редактор), д.е.н, професор кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, Сумський державний університет (СумДУ), директор Інституту економіки розвитку МОН та НАН в СумДУ, Суми, Україна

**Карінцева Олександра Іванівна** (редактор), д.е.н, професор, завідувачка кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Кубатко Олександра Вікторівна** (технічний редактор), к.е.н, доцент, старший викладач кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Чорток Юлія Володимирівна** (технічний редактор), к.е.н, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Бабій Тетяна Володимирівна**, провідний економіст планово-фінансового відділу, СумДУ, Суми, Україна

**Бурлакова Ірина Михайлівна**, к.е.н, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Васильєва Тетяна Анатоліївна**, д.е.н, професор, директор ННІ ФЕМ ім. Олега Балацького, СумДУ, Суми, Україна

**Веклич Оксана Афанасіївна**, д.е.н, професор, головний науковий співробітник відділу економічних проблем екологічної політики та сталого розвитку в ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України», Київ, Україна

**Владимир Ольга Михайлівна**, к.е.н, доцент кафедри управління інноваційною діяльністю і сферою послуг, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Тернопіль, Україна

**Возна Людмила Юріївна**, к.е.н, доцент, незалежний дослідник, Україна

**Волк Ольга Миколаївна**, к.е.н, незалежний дослідник, Німеччина

**Вороненко В'ячеслав Ігоревич**, к.е.н, асистент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Генс Люк**, PhD, професор, Вільний університет Брюсселю, Брюссель, Бельгія

**Гончаренко Олексій Сергійович**, к.е.н, старший викладач кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Гриценко Андрій Андрійович**, д.е.н, професор, член-кореспондент НАН України, заступник директора Інституту економіки та прогнозування НАН України, Київ, Україна

**Дерев'янка Юрій Миколайович**, к.е.н, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Дериколенко Анна Олександрівна**, м.н.с, СумДУ, Суми, Україна

**Дериколенко Олександр Миколайович**, д.е.н, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Димченко Олена Володимирівна**, д.е.н, професор, зав. кафедри економіки підприємства, бізнес-адміністрування та регіонального розвитку, Харківський національний університет міського господарства, Харків, Україна

**Дмитрієв Ілля Андрійович**, доктор економічних наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України, декан факультету управління та бізнесу, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, Харків, Україна

**Дутченко Олег Миколайович**, к.е.н, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Завдов'єва Юлія Миколаївна**, асистент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Зось-Кіор Микола Валерійович**, д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту, Полтавська державна аграрна академія, Полтава, Україна

**Іваненко Олена Іванівна**, к.е.н., доцент кафедри статистики та демографії Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

**Касьяненко Володимир Олексійович**, д.е.н., доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Касьяненко Тетяна В'ячеславівна**, к.е.н, доцент кафедри фінансів та підприємництва, СумГУ, Суми, Україна

**Ковальов Богдан Леонідович**, к.е.н, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Коновалова Наталія Іванівна**, PhD, асоційований професор, Ризька Міжнародна Вища школа бізнесу, мистецтв і технологій (RISEBA), Рига, Латвія

**Кочубей Родіон Володимирович**, к.е.н., директор видавничо-торгового дому «Університетська книга», Суми, Україна

**Лукаш Ольга Анатоліївна**, к.е.н, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Маркіна Ірина Анатоліївна**, д.е.н. професор, завідувачка кафедри менеджменту, Полтавський державний аграрний університет, Полтава, Україна

**Маслак Ольга Іванівна**, д.е.н., професор, завідувачка кафедри економіки Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського, Кременчук, Україна



**Маценко Олександр Михайлович**, к.е.н, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Мельник Владимир**, PhD, асистент-професор кафедри маркетингу та поведінки споживачів, Університет Карлоса III, Мадрид, Іспанія

**Мельник Ніна Миколаївна**, аудитор, юрист, Суми, Україна

**Мішенін Євген Васильович**, д.е.н, професор, професор кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Мішеніна Галина Анатоліївна**, к.е.н, доцент, доцент кафедри управління імені Олега Балацького, СумДУ, Суми, Україна

**Момотюк Людмила Євгеніївна**, доктор економічних наук, професор, про-ректор з науково-педагогічної та виховної роботи, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Національна академія статистики, обліку та аудиту, Київ, Україна

**Назарова Галина Валентинівна**, д.е.н., професор, завідувачка кафедри соціальної економіки, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Харків, Україна

**Осауленко Олександр Григорович**, доктор наук з державного управління, професор, член-кореспондент Національної академії наук України, ректор Національної академії статистики, обліку та аудиту, Київ, Україна

**Пімоненко Тетяна Володимирівна**, д.е.н, доцент, заступник завідувача кафедри маркетингу, СумДУ, Суми, Україна

**Перерва Петро Григорович**, д.е.н., професор, професор кафедри економіки, Кременчуцький національний університет ім. Михайла Остроградського, Кременчук, Україна

**Приходько Катерина Русланівна**, к.е.н., асистент кафедри статистики та демографії Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

**Пустовійт Роберт Фрідріхович**, д.е.н, професор, професор кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, Черкаський державний бізнес-коледж, Черкаси, Україна

**Рубан А.І.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри наноелектроніки та модифікації поверхні, СумДУ, Суми, Україна

**Рябцева Наталія Василівна**, к.е.н, доцент, директор ТОВ Інжинірингова компанія «Спецтехнологія груп», Дніпро, Україна

**Сабадаш Віктор Володимирович**, к.е.н, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Самаль Сергій Олександрович**, д.е.н, професор, професор кафедри бізнес-адміністрування, Білоруський національний технічний університет, Мінськ, Республіка Білорусь

**Сотник Ірина Миколаївна**, д.е.н, професор, професор кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Срібранець Юлія Сергіївна**, аспірант, СумДУ, Суми, Україна

**Тамбовцева Тетяна**, PhD, професор, Ризький технічний університет, Рига, Латвія

**Тарасевич Віктор Миколайович**, д.е.н, професор, завідувач кафедри міжнародної економіки, політичної економії і управління, Національна металургійна академія України, Дніпро, Україна

**Харченко Микола Олексійович**, к.е.н, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Часник Ольга Олександрівна**, асистент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Чигрин Олена Юріївна**, к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу, СумДУ, Суми, Україна

**Шершенюк Олена Миколаївна**, к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і підприємництва, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, Харків, Україна

**Шаульська Лариса Володимирівна**, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Київ, Україна

**Шкарупа Олена Василівна**, д.е.н, професор, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування, СумДУ, Суми, Україна

**Ярова Інеса Євгенівна**, к.е.н, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, СумДУ, Суми, Україна

Навчальне видання

**Економіка і бізнес**

Підручник

(українською мовою)

Друкується в авторській редакції

Редактор видавництва Р. В. Кочубей  
Головний редактор В. І. Кочубей  
Художнє оформлення Ю. М. Завдов'євої  
Комп'ютерне верстання та технічне редагування Ю. М. Завдов'євої

Підписано до друку .  
Формат 60x84 1/16. Папір офсетний.  
Друк ризограф. Ум. друк. арк. .... Обл.-вид. арк. ....  
Тираж 300 пр. Замовлення № .....

Відділ реалізації  
Тел./факс: (0542)65-75-85  
E-mail: info@book.sumy.ua

ТОВ «ВТД «Університетська книга»  
40009, м. Суми, вул. Комсомольська, 27  
E-mail: publish@book.sumy.ua  
www.book.sumy.ua

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,  
виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції  
ДК № 5966 від 24.10.2018