

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ КОМЕРЦІЙНИЙ ТЕХНІКУМ
Цикл оргтехнічних дисциплін**

**МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК
по виконанню контрольної роботи
з дисципліни «Економіка торгівлі»**

**IV курс VIII семестр
Заочна форма навчання
На базі ПТУ**

**Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»**



Полтава, 2016

Методичний посібник по виконанню контрольної роботи з дисципліни
«Економіка торгівлі»

IV курс, VIII семестр заочна форма навчання на базі ПТУ

спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Укладач : Лугова М. В. – викладач дисципліни «Економіка торгівлі»,
«Фінансова діяльність», «Бухгалтерський облік»

Рецензент: Олійник Т.М. – викладач економічних дисциплін вищої
категорії, магістр Аграрний коледж управління і
права Полтавської державної аграрної академії

Розглянуто та затверджено
на засіданні циклової комісії
оргтехнічних дисциплін

Протокол № _____

від “___” _____ 20___ р.

Голова циклової комісії :

_____ Олійник В. О.

Загальні методичні вказівки

Однією з провідних дисциплін для студентів спеціальності 5.03051001 «Товарознавство та комерційна діяльність» є курс «Економіка торгівлі», який присвячений формуванню в студентів сучасного економічного мислення, глибокого комплексного розуміння проблем управління фінансово-господарською діяльністю торговельного підприємства та опанування навичками їх практичного розв'язання.

У результаті вивчення курсу студенти повинні набути глибокі теоретичні знання з питань економічного механізму, стратегії та тактики діяльності торгових підприємств у сучасних умовах господарювання:

- опанувати методику розробки та реалізації завдань управління господарсько-фінансовою діяльністю торгового підприємства, аналізу та планування окремих показників діяльності підприємства та його діяльності в цілому;

- оволодіти навичками творчого, критичного погляду на діючий економічний механізм торговельного підприємства та розробки обґрунтованих пропозицій щодо його удосконалення.

Дисципліна «Економіка торгівлі» має велике значення у формуванні майбутнього фахівця. Тому велика увага приділяється рівню знань, який покажуть студенти в контрольній роботі. До кожної теми література дається скорочено, тобто вказується порядковий номер за списком.

Працювати над кожною темою курсу рекомендовано в такій послідовності:

- прочитати програму і методичні вказівки до теми
- вивчити літературу і скласти конспект
- відповісти на питання для самоперевірки з теми.
- виконати контрольну роботу.

Обсяг контрольної роботи повинен складати до 20 сторінок учнівського зошита. Якість контрольної роботи оцінюється за правильністю розв'язання задач і відповідей на теоретичні питання.

Вимоги до контрольної роботи:

1. Контрольна робота виконується в учнівському зошиті, сторінки якого нумеруються.
2. Умова контрольної роботи переписується.
3. Спочатку треба написати відповіді на теоретичні питання, а потім, розв'язувати задачі.
4. Якщо за змістом задачі вимагається складання документів, то їх потрібно підшити або вклеїти в зошиті.
5. У кінці контрольної роботи наводиться список використаної літератури, дата виконання і підпис студента - заочника.

1. Бізнес - план, характеристика, послідовність розробки, значення в період ринкових відносин

Бізнес-план - це письмовий документ, в якому викладено сутність підприємницької ідеї, шляхи й засоби її реалізації та охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості управління ним. Бізнес-план підсумовує ділові можливості та перспективи, пояснює, як ці можливості можуть бути реалізовані існуючою командою менеджерів.

У бізнес-плані формулюються перспективи та поточні цілі реалізації ідеї, оцінюються сильні й слабкі сторони бізнесу, наводяться результати аналізу ринку та його особливостей, викладаються подробиці функціонування підприємства за цих умов, визначаються обсяги фінансових і матеріальних ресурсів для реалізації проекту.

Бізнес-план дає можливість визначити життєздатність фірми за умов конкуренції, прогнозує процеси розвитку виробництва, конкретизує шляхи досягнення мети і подолання перешкод, є чинником, що стимулює інтереси потенційних інвесторів у їхніх пошуках вкладання коштів у розвиток виробництва.

У ринковій системі господарювання бізнес-план виконує дві найважливіші функції:

- зовнішню - ознайомити різних представників ділового світу із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї;
- внутрішню (життєво важливу для діяльності самого підприємства) - опрацювати механізм самоорганізації, тобто цілісну, комплексну систему управління реалізацією підприємницького проекту.

Таким чином, в умовах ринкової системи господарювання бізнес-план - це активний робочий інструмент управління, відповідний пункт усієї планової та виконавчої діяльності підприємства; це документ, який визначає оптимальні за часом і найменш ризиковані шляхи реалізації підприємницького проекту.

Ступінь деталізації бізнес-плану залежить від характеристики фірми незалежно від того, належить вона до сфери послуг чи до виробничої сфери. Специфіка бізнес-плану полягає в тому, що це комплексний документ, який відображає всі основні аспекти підприємницького проекту.

В ньому розглядається широке коло проблем, на які може натрапити підприємець і визначаються способи їх розв'язання. Водночас слід зазначити, що принципи управління за допомогою бізнес-плану передбачають необхідність урахування в процесі розробки конкретного бізнес-плану багатьох специфічних для даного підприємницького проекту факторів. Відтак з'являється можливість класифікувати бізнес-плани за певними ознаками:

- за сферою бізнесу (виробництво, будівництво, роздрібна та оптова торгівля, надання послуг, посередницька діяльність тощо);
- за масштабами бізнесу (великий, середній, малий);

- за характеристиками продукту бізнесу (традиційний, принципово новий, виробничо-технічного чи споживчого призначення).

У межах кожної класифікаційної ознаки можна виокремлювати й розробляти: а) повний бізнес-план комерційної ідеї або інвестиційного проекту (для потенційних партнерів та інвесторів); б) бізнес-план фірми (для ради директорів або зборів акціонерів); в) бізнес-план структурного підрозділу (для вищого керівництва фірми). Можуть також складатися спеціальні (скорочені) бізнес-плани для певного кола заінтересованих осіб, а також бізнес-плани розвитку конкретного регіону для органів із бюджетними повноваженнями.

Опрацювання бізнес-плану для заснування нового бізнесу починається з розробки концепції, тобто тих принципових рішень, які закладаються в його основу. У межах роботи над концепцією майбутнього бізнесу:

- здійснюється пошук підприємницької ідеї;
- вибирається сфера діяльності;
- обґрунтовується доцільна форма організації бізнесу;
- приймається рішення щодо способу започаткування бізнесу.

Наявність концепції власної справи ставить перед підприємцем велику кількість цілком конкретних запитань. Чим його бізнес відрізнятиметься від бізнесу конкурентів? Що сприятиме або заважатиме його становленню та розвитку? На які конкурентні переваги слід орієнтуватися? Якими мають бути програма дій та пріоритети діяльності майбутнього бізнесу? Отримати відповіді на них - це завдання підготовчої стадії розробки бізнес-плану.

Більшість підприємців опрацьовують бізнес-плани для залучення інвесторів до фінансування свого проекту. Найскладнішою ТІ найбільш повною щодо висвітлення питань є процедура розробки бізнес-плану для виробничої діяльності. Тому далі розглядатимемо структуру, зміст та методику розробки бізнес-плану, орієнтованого на залучення інвестицій у виробничу діяльність (дод. 3), у структур якого, як правило, виділяють такі складові.

1. Титульний аркуш.
2. Зміст бізнес-плану.
3. Резюме.
4. Галузь, фірма та її продукція (послуги).
 - 4.1. Поточна ситуація і тенденції розвитку галузі.
 - 4.2. Опис продукту (послуги) фірми.
 - 4.3. Патенти, товарні знаки, інші права власності.
 - 4.4. Стратегія зростання фірми.
5. Дослідження ринку.
 - 5.1. Загальна характеристика ринку продукту.
 - 5.2. Цільовий ринок бізнесу.
 - 5.3. Місцезнаходження фірми.
 - 5.4. Оцінка впливу зовнішніх чинників.
6. Маркетинг-план.
 - 6.1. Стратегія маркетингу.

- 6.2. Передбачувані обсяги продажу.
- 7. Виробничий план.
 - 7.1. Основні виробничі операції.
 - 7.2. Машини й устаткування.
 - 7.3. Сировина, матеріали та комплектуючі вироби.
 - 7.4. Виробничі й невикористані приміщення.
- 8. Організаційний план.
 - 8.1. Форма організації бізнесу.
 - 8.2. Потреба в персоналі.
 - 8.3. Власники бізнесу й команда менеджерів.
 - 8.4. Організаційна схема управління.
 - 8.5. Кадрова політика та стратегія.
- 9. Оцінка ризиків.
 - 9.1. Типи можливих ризиків.
 - 9.2. Способи реагування на загрози для бізнесу.
- 10. Фінансовий план.
 - 10.1. Прибутки і збитки.
 - 10.2. План руху готівки.
 - 10.3. Плановий баланс.
 - 10.4. Фінансові коефіцієнти.
- 11. Додатки.

Зазначена структура є лише приблизною схемою бізнес-плану. Конкретний бізнес-план може бути і не таким докладним. Але тут указані ті основні розділи, які необхідно включити до бізнес-плану, орієнтованого на залучення інвестицій у виробничу діяльність.

2.Розкрити сутність валових витрат в цілому по підприємству і окремим видам витрат

До валових витрат суб'єктів підприємницької діяльності належать насамперед усі витрати, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції (придбання сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, напівфабрикатів, оплата праці робітників і службовців, відрахування у загальнодержавні цільові фонди, витрати на відрядження, орендна плата, позареалізаційні витрати, пов'язані з відвантаженням та транспортуванням продукції, інші витрати, які пов'язані з виробництвом та реалізацією (продажем) продукції, і крім амортизаційних відрахувань від вартості основних засобів і нематеріальних активів).

Причому всі вказані витрати відносять до валових витрат незалежно від того, чи списані вони на затрати виробництва. Так, вартість придбаних промисловим підприємством сировини і матеріалів, наприклад у III кварталі 2001 р., які не використані на виробництво продукції поточного кварталу, відносять до валових витрат даного кварталу. При цьому закон передбачає збільшення валових витрат на суму зменшення за звітний період балансової

вартості покупної сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів на складах, у незавершеному виробництві і в залишках готової продукції. Тим самим враховуються витрати перелічених матеріальних ресурсів, які здійснені за рахунок залишку на початок звітної періоду. І навпаки, якщо за звітний період наявне зростання балансової вартості перелічених матеріальних ресурсів, то на відповідну суму валові витрати зменшуються. Це, зокрема, перешкоджає створенню під кінець звітної періоду завищених запасів матеріальних ресурсів понад нормальні потреби виробництва.

Кожне підприємство у процесі своєї діяльності несе безліч витрат за рахунок інших, ніж собівартість продукції, джерел фінансування (прибуток, цільові фонди, кошти спеціального призначення, позичені кошти). Значна частина цих витрат включається до складу валових витрат. Серед них для більшості підприємств найважливіше значення мають такі витрати.

Заохочувальні витрати на оплату праці, які встановлюються за згодою власників підприємства і працівниками у грошовій або в будь-якій іншій формі. До них належать виплата винагороду підсумками роботи за рік, матеріальна допомога, вартість путівок на відпочинок, лікування, інші подібні витрати, якщо вони передбачені колективним або трудовим договором.

Витрати на утримання та експлуатацію об'єктів соціальної інфраструктури. Це витрати на утримання та експлуатацію житлового фонду, що перебуває на балансі підприємства (якщо є рішення про передання його на утримання місцевих рад), дитячих дошкільних закладів, об'єктів охорони здоров'я, клубів і будинків культури тощо; якщо ці заклади ведуть комерційну діяльність, то витрати підприємств на їх утримання до складу валових не входять. Не входять до них також капітальні витрати підприємств на будівництво нових об'єктів соціальної інфраструктури

Витрати, пов'язані з поліпшенням основних засобів у розмірі до 5 відсотків їхньої балансової вартості у вигляді витрат на поточний і капітальний ремонт, реконструкцію, технічне переоснащення.

Витрати за операціями з борговими зобов'язаннями й валютними цінностями. До цієї групи витрат належать:

- витрати, пов'язані зі сплатою процентів за кредити;
- купівля облігацій, ощадних сертифікатів, емітованих іншими фізичними особами;
- виплата емітентом облігацій, ощадних сертифікатів, процентів за ними й номінальної вартості цих боргових зобов'язань при їх погашенні;
- від'ємні курсові різниці, які виникають внаслідок коливання курсу національної валюти, на залишок іноземної валюти на кінець звітної періоду;
- балансова вартість проданої за гривні іноземної валюти.

Витрати на благодійні цілі. Кожне підприємство має право вносити кошти або майно на безповоротній основі на користь благодійних фондів, установ, закладів (неприбуткових) для провадження благодійної, оздоровчої,

освітньої, наукової, спортивної та іншої діяльності. Ці витрати у розмірі, що не перевищує 4 відсотків від суми прибутку, яка підлягає оподаткуванню, відносять до валових витрат підприємства.

Суми безнадійної дебіторської заборгованості та заборгованості, на яку минув строк позовної давності. До складу валових витрат списана безнадійна заборгованість входить у разі, якщо підприємством ужито заходів для стягнення такої заборгованості, але вони не принесли позитивних результатів.

Суми сплачених (або нарахованих) податків, зборів, обов'язкових платежів. До валових витрат відносять усі податки і збори, обов'язкові платежі, які встановлені чинним податковим законодавством, за винятком податку на прибуток, на дивіденди, а також податку на додану вартість, який сплачується підприємством через ціну товарів і послуг, які воно придбаває для виробничого та невиробничого використання.

Низка витрат, які здійснює підприємство в процесі фінансово-господарської діяльності, до складу валових витрат не відноситься (і, отже, вони не впливають на оподаткування прибутку). До таких витрат належать:

- придбання та будівництво основних засобів;
- витрати на поточний, капітальний ремонт основних засобів, їх реконструкцію, технічне переоснащення у розмірах, що перевищують 5 відсотків їх балансової вартості на початок року;
- витрати на прямі інвестиції у вигляді внесення коштів або майна з метою придбання корпоративних прав, емітованих іншою юридичною особою;
- витрати на утримання органів управління, яким підпорядковані підприємства — платники податку на прибуток;
- збитки, понесені в результаті реалізації товарів (робіт, послуг) пов'язаним особам за зниженими цінами (за цінами, які нижчі від звичайних). Пов'язані юридичні і фізичні особи — це організації або фізичні особи, які здійснюють контроль над підприємством або, навпаки, контролюються даним підприємством, посадові особи підприємства, які уповноважені ним здійснювати юридичні дії від імені підприємства, члени їхніх сімей;
- оплата штрафів, пені, неустойок за порушення податкового законодавства, інші фінансові санкції, в тому числі штрафи за порушення господарських договорів;
- деякі інші витрати підприємств, установлені законодавством

ЗАДАЧА

Проаналізуйте товароборотність по підприємству на основі даних:

- 1) Очікуваний товарообіг на рік 29500 тис. грн.
- 2) Товарні запаси склали тис. грн.:
 - на 01.02 — 5180
 - на 01.04.- 5200
 - на 01.07.— 5260
 - на 01.10.- 5060

- на 01.01. - 4980.

3) Норматив товарних запасів і товарооборотності 54 дні.

4) Зробіть висновки, в яких визначте, як вплинули на обертання об'єм товарообігу і середній товарний запас. Розробіть заходи по прискоренню товарооборотності.

РІШЕННЯ

1. Знаходимо одноденний товарообіг $29500/360=81,9$ тис.грн

2. Сума товарних запасів на кінець року $81,9 \times 54 = 4422,6$ тис.грн

3. Знаходимо товарооборот в днях

$((5180+5200+5260+5060+4980)/5) / 81,9 = 62,7$ або 63 дні, це значить, що товарних запасів вистачить на 63 дні.

4. Знаходимо відхилення в днях $63-54 = 9$ днів

в сумі $9 \times 81,9 = 737,1$ тис.грн.

Висновок: отже, як показують розрахунки швидкість реалізації середніх товарних запасів складає 63 дні.

Фактичні товарні запаси вищі встановленого нормативу на 9 дні. Це значить, що норматив товарних запасів по підприємству було занижено.

Для прискорення товарооборотності та уникнення замороження коштів витрачених на товарні запаси підприємству необхідно звернути увагу на умови роботи із постачальниками, поставку товарів, відпускні ціни на товари, націнку, смаки споживачів.

3.Розкрити сутність і принципи податкової політики.

Податкова політика - це система відносин, які складаються між платником податку і державою, а також стратегія їх дій у різних умовах господарювання та економічних системах.

Податкова політика - це діяльність держави у сфері акумулювання і використання податків. Податкова політика держави разом з бюджетною політикою складає фіскальну політику держави.

Податкова політика – одна з найважливіших основ макроекономічної політики будь-якої країни, оскільки має здатність впливати на сукупний попит.

Надзвичайно важливою умовою ефективності податкової політики є її стабільність і передбачуваність, що, з одного боку, викликає в усіх суб'єктів господарювання стабільний інтерес до перспективної фінансової політики, а з іншого - забезпечує високий рівень роботи податкової служби на основі нормативно-правових актів із питань оподаткування, які розробляються, та освоєння механізмів стягнення того чи іншого податку.

Таким чином, податкова політика як складова економічної політики базується на діяльності держави у сфері запровадження, правового регламентування та організації справляння податків і податкових платежів до централізованих фондів грошових ресурсів держави. Кожна конкретна податкова система, тобто сукупність податків, зборів та обов'язкових

платежів у взаємозв'язку і взаємодії з платниками й органами контролю, є відображенням податкової політики, що проводиться державою, і критерієм її ефективності. Податкова політика, яка проводиться у державі і формується відповідними державними структурами, на практиці виявляється у податковій системі країни.

Залежно від організаційної структури управління державою розрізняють податкову політику на макроекономічному рівні, тобто державну податкову політику, і на мікроекономічному рівні, тобто податкову політику суб'єкта оподаткування на рівні підприємства, фірми.

Якщо розглядати податкову політику на макроекономічному рівні, то вона є системою відносин між державою і платниками податків та інших обов'язкових платежів, які складаються при отриманні та розподілі їх у державі.

Основна мета державної податкової політики полягає в організації наповнення дохідної частини бюджету держави з різних джерел для покриття витрат, пов'язаних із виконанням нею своїх функцій. При розробці податкової політики на макроекономічному рівні потрібно враховувати **функції, які виконують податки**, а саме:

- фіскальна функція;
- розподільча функція;
- соціальна.

Охарактеризуємо вище зазначенні функції:

Головною функцією є фіскальна. Ефективність її залежить від того, наскільки гнучкою вона може бути залежно від конкретної ситуації та стану розвитку економіки держави. Основна вимога при виконанні фіскальної функції - повнота збору податків згідно зі строками, визначеними чинним законодавством. У деяких випадках з метою розвитку якогось напряму діяльності, тимчасової підтримки виробництва деяких товарів та виробів або вітчизняного виробника продовольчих товарів держава може надати податковий кредит або встановити інші строки сплати податків. Якщо ці акції проводяться на підставі економічно обґрунтованих розрахунків, то в майбутньому це дозволить отримати економічний ефект і збільшити надходження податків до бюджету.

Сутність іншої функції - розподільчої - полягає у встановленні справедливості при стягненні податків. Тобто потрібно підходити до платників податків з урахуванням умов їх діяльності. Це стосується як фізичних і юридичних осіб, так і регіонів у цілому. При визначенні регіональної податкової політики особливої уваги потребує структура виробництва регіону, найбільша питома вага виготовлення певної продукції з точки зору розмірів сплати податків. Наприклад, найбільші податки повинні сплачувати ті регіони, де монопольно виробляється високоприбуткова продукція (горілчане та тютюнове виробництво), і найменші - де випускаються товари першої необхідності або продовольчі. Розвиток промислового виробництва також сприяє збільшенню загальної суми отриманих податків у цілому по регіону

Зміст соціальної функції полягає в тому, що повинна змінюватись структура сплати податкових та інших обов'язкових платежів, особливо між тією частиною, яка йде до державного бюджету, та тією, що залишається в місцевому. Але для цього необхідно чітко визначення загальних витрат держави, їх структури та шляхів економії (при виконанні функцій держави в повному обсязі). З урахуванням особливостей розвитку економіки регіону або освоєння нових територій та залучення для цього інвестиційних коштів держава може створювати вільні економічні зони, тобто території, на яких діють найсприятливіші для розвитку підприємництва умови.

Таким чином, система оподаткування буде ефективною тоді, коли в державі будуть дотримуватися всі принципи оподаткування і коли вона буде зручною як для того, хто сплачує податки, так і для того, хто здійснює контрольні функції; та коли будуть дотриманні головні функції податків.

Сутність принципів податкової політики:

- стимулювання науково-технічного прогресу, технологічного оновлення виробництва, виходу вітчизняного товаровиробника на світовий ринок високо технологічної продукції;

- стимулювання підприємницької виробничої діяльності та інвестиційної активності - введення пільг щодо оподаткування прибутку (доходу), спрямованого на розвиток виробництва;

- обов'язковість - впровадження норм щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів), визначених на основі достовірних даних про об'єкти оподаткування за звітний період; встановлення відповідальності платників податків за порушення податкового законодавства;

- рівнозначність і пропорційність - справляння податків з юридичних осіб, що здійснюється у відповідній частці від отриманого прибутку; забезпечення сплати рівних податків і зборів (обов'язкових платежів) на рівні прибутку і пропорційно більших податків і зборів - на більші доходи;

- рівність, недопущення будь-яких виявів податкової дискримінації - забезпечення однакового підходу до суб'єктів господарювання за визначення обов'язків щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів);

- соціальна справедливість - забезпечення соціальної підтримки малозабезпечених верств населення шляхом запровадження економічно обґрунтованого неоподаткованого мінімуму доходів громадян та застосування диференційованого і прогресивного оподаткування громадян, які отримують високі та надвисокі доходи;

- стабільність - забезпечення незмінності податків і зборів (обов'язкових платежів), їх ставок, а також податкових пільг протягом бюджетного року;

- економічна обґрунтованість - встановлення податків і зборів (обов'язкових платежів) на підставі показників розвитку національної економіки та фінансових можливостей з урахуванням необхідності досягнення збалансованості витрат бюджету з його доходами;

- рівномірність сплати - встановлення строків сплати податків і зборів (обов'язкових платежів), виходячи з необхідності забезпечення своєчасного надходження коштів до бюджету для фінансування витрат;

- компетенція - встановлення і скасування податків і зборів (обов'язкових платежів), а також пільг їх платникам здійснюються відповідно до законодавства про оподаткування виключно Верховною Радою України, Верховною Радою Автономної Республіки Крим і сільськими, селищними та міськими радами;

- єдиний підхід - забезпечення єдиного підходу до розроблення податкових законів з обов'язковим визначенням платника податку і збору (обов'язкового платежу), об'єкта оподаткування, джерела сплати, податкового періоду, ставок податку і збору (обов'язкового платежу), підстав для надання податкових пільг;

- доступність - забезпечення дохідливості норм податкового законодавства для платників податків і зборів (обов'язкових платежів)

4.Обґрунтувати рівень валових витрат, як якісний показник діяльності підприємства. Чинники, які впливають на об'єм і рівень витрат обігу.

До валових витрат суб'єктів підприємницької діяльності належать насамперед усі витрати, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції (придбання сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, напівфабрикатів, оплата праці робітників і службовців, відрахування у загальнодержавні цільові фонди, витрати на відрядження, орендна плата, позареалізаційні витрати, пов'язані з відвантаженням та транспортуванням продукції, інші витрати, які пов'язані з виробництвом та реалізацією (продажем) продукції, і крім амортизаційних відрахувань від вартості основних засобів і нематеріальних активів).

Причому всі вказані витрати відносять до валових витрат незалежно від того, чи списані вони на затрати виробництва. Так, вартість придбаних промисловим підприємством сировини і матеріалів, наприклад у III кварталі 2001 р., які не використані на виробництво продукції поточного кварталу, відносять до валових витрат даного кварталу. При цьому закон передбачає збільшення валових витрат на суму зменшення за звітний період балансової вартості покупної сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів на складах, у незавершеному виробництві і в залишках готової продукції. Тим самим враховуються витрати перелічених матеріальних ресурсів, які здійснені за рахунок залишку на початок звітного періоду. І навпаки, якщо за звітний період наявне зростання балансової вартості перелічених матеріальних ресурсів, то на відповідну суму валові витрати зменшуються. Це, зокрема, перешкоджає створенню під кінець звітного періоду завищених запасів матеріальних ресурсів понад нормальні потреби виробництва.

Кожне підприємство у процесі своєї діяльності несе безліч витрат за рахунок інших, ніж собівартість продукції, джерел фінансування (прибуток, цільові фонди, кошти спеціального призначення, позичені кошти). Значна частина цих витрат включається до складу валових витрат. Серед них для більшості підприємств найважливіше значення мають такі витрати.

Заохочувальні витрати на оплату праці, які встановлюються за згодою власників підприємства і працівниками у грошовій або в будь-якій іншій формі. До них належать виплата винагороду підсумками роботи за рік, матеріальна допомога, вартість путівок на відпочинок, лікування, інші подібні витрати, якщо вони передбачені колективним або трудовим договором.

Витрати на утримання та експлуатацію об'єктів соціальної інфраструктури. Це витрати на утримання та експлуатацію житлового фонду, що перебуває на балансі підприємства (якщо є рішення про передання його на утримання місцевих рад), дитячих дошкільних закладів, об'єктів охорони здоров'я, клубів і будинків культури тощо; якщо ці заклади ведуть комерційну діяльність, то витрати підприємств на їх утримання до складу валових не входять. Не входять до них також капітальні витрати підприємств на будівництво нових об'єктів соціальної інфраструктури

Витрати, пов'язані з поліпшенням основних засобів у розмірі до 5 відсотків їхньої балансової вартості у вигляді витрат на поточний і капітальний ремонт, реконструкцію, технічне переоснащення.

Витрати за операціями з борговими зобов'язаннями й валютними цінностями. До цієї групи витрат належать:

- витрати, пов'язані зі сплатою процентів за кредити;
- купівля облігацій, ощадних сертифікатів, емітованих іншими фізичними особами;
- виплата емітентом облігацій, ощадних сертифікатів, процентів за ними й номінальної вартості цих боргових зобов'язань при їх погашенні;
- від'ємні курсові різниці, які виникають внаслідок коливання курсу національної валюти, на залишок іноземної валюти на кінець звітного періоду;
- балансова вартість проданої за гривні іноземної валюти.

Витрати на благодійні цілі. Кожне підприємство має право вносити кошти або майно на безповоротній основі на користь благодійних фондів, установ, закладів (неприбуткових) для провадження благодійної, оздоровчої, освітньої, наукової, спортивної та іншої діяльності. Ці витрати у розмірі, що не перевищує 4 відсотків від суми прибутку, яка підлягає оподаткуванню, відносять до валових витрат підприємства.

Суми безнадійної дебіторської заборгованості та заборгованості, на яку минув строк позовної давності. До складу валових витрат списана безнадійна заборгованість входить у разі, якщо підприємством ужито заходів для стягнення такої заборгованості, але вони не принесли позитивних результатів.

Суми сплачених (або нарахованих) податків, зборів, обов'язкових платежів. До валових витрат відносять усі податки і збори, обов'язкові платежі, які встановлені чинним податковим законодавством, за винятком податку на прибуток, на дивіденди, а також податку на додану вартість, який сплачується підприємством через ціну товарів і послуг, які воно придбаває для виробничого та невиробничого використання.

Низка витрат, які здійснює підприємство в процесі фінансово-господарської діяльності, до складу валових витрат не відноситься (і, отже, вони не впливають на оподаткування прибутку). До таких витрат належать:

- придбання та будівництво основних засобів;
- витрати на поточний, капітальний ремонт основних засобів, їх реконструкцію, технічне переоснащення у розмірах, що перевищують 5 відсотків їх балансової вартості на початок року;
- витрати на прямі інвестиції у вигляді внесення коштів або майна з метою придбання корпоративних прав, емітованих іншою юридичною особою;
- витрати на утримання органів управління, яким підпорядковані підприємства — платники податку на прибуток;
- збитки, понесені в результаті реалізації товарів (робіт, послуг) пов'язаним особам за зниженими цінами (за цінами, які нижчі від звичайних). Пов'язані юридичні і фізичні особи — це організації або фізичні особи, які здійснюють контроль над підприємством або, навпаки, контролюються даним підприємством, посадові особи підприємства, які уповноважені ним здійснювати юридичні дії від імені підприємства, члени їхніх сімей;
- оплата штрафів, пені, неустойок за порушення податкового законодавства, інші фінансові санкції, в тому числі штрафи за порушення господарських договорів;
- деякі інші витрати підприємств, установлені законодавством

Чинники, які впливають на рівень витрат:

До зовнішніх факторів на рівні мікросередовища функціонування торговельного підприємства відносяться: зміна тарифів, ставок, норм нарахувань, цін на елементи матеріальних витрат; зміна роздрібних цін на товари; стан платоспроможного купівельного попиту і рівень конкуренції у районі діяльності (кон'юнктура ринку).

До внутрішніх економічних груп факторів належать такі: обсяг і структура, ритмічність і рівномірність виконання плану товарообороту; укомплектованість штату працівниками і продуктивність праці; стан і ефективність використання матеріально-технічної бази; стан товарних запасів і їх оборотність. Внутрішніми є також фактори організаційно-технічного характеру: організаційно-технічний і технологічний рівень торговельної діяльності; дислокація торговельної мережі; стан менеджменту, маркетингу, рівень комерційної роботи.

Більшість із перерахованих факторів впливають на рівень витрат обігу не ізольовано один від одного, а у взаємозв'язку, що необхідно брати до

уваги в процесі аналізу. Напря́м впливу і взаємозв'язок основних груп факторів, які формують рівень витрат обігу торговельного підприємства

Серед зовнішніх груп факторів зміна тарифів, ставок, цін на елементи матеріальних витрат впливає на рівень витрат обігу тільки безпосередньо. Тоді як зміна роздрібних цін має на витрати обігу як безпосередній, так і опосередкований вплив. Безпосередній вплив пов'язаний з тим, що деякі елементи і статті витрат залежать від обсягу реалізації товарів у вартісному виразі (витрати на оплату праці за розцінками, витрати на збір виручки та ін.). Опосередкований вплив фактора цін відбувається через роздрібний товарооборот, до якого визначається рівень витрат обігу. Обсяг товарообороту залежить не тільки від кількості проданих товарів, але і від рівня цін на них. Тому рівень витрат обігу змінюється в оберненому відношенні до зміни цін на товари. Разом з тим, необхідно врахувати, що це не означає зміни величини витрат на одиницю реалізованого товару.

Значний вплив на величину витрат обігу має забезпеченість кадрами і продуктивність праці. Це пов'язано з тим, що витрати на оплату праці займають найбільшу частку у витратах обігу торговельних підприємств. Зростання продуктивності праці веде до зниження витрат обігу у тому випадку, коли зростання товарообороту на одного працівника випереджає зростання середньої заробітної плати. Це досягається як за рахунок безпосереднього збільшення виробітку, так і за рахунок скорочення кількості працівників, впровадження нових форм торгівлі, раціонального розміщення торговельної мережі тощо.

ЗАДАЧА

Визначити ефективність проведення рекламних заходів.

- обсяг реалізації товарів до рекламного періоду (тис. грн.);
- I група товарів - 900,0;
- II група товарів - 920,0;
- обсяг реалізації товарів рекламного періоду(за 10 днів) тис. грн.;
- I група товарів - 999,0;
- II група товарів - 980,0;
- розмір торгової надбавки в %;
- I група товарів 25;
- II група товарів 25;
- Витрати обігу в %;
- I група товарів - 20,0;
- II група товарів - 19,5.

РІШЕННЯ

Групи товарів	Обсяг реалізації		Витрати обігу			Розмір надбавки
	до реклами	після реклами	сума		відсоток	
			до	після		
1 група	900	999	180	199,8	20	25
2 група	920	980	179,4	191,1	19,5	25

Необхідно знайти суму витрат, яку підприємство отримало до і після рекламних заходів, для його необхідно визначити 20% і 19,5% від обсягу реалізації:

До реклами:

$$900 \times 20\% / 100\% = 180 \text{ тис. грн.}$$

$$920 \times 19,5\% / 100\% = 179,4 \text{ тис. грн.}$$

Після реклами:

$$999 \times 20\% / 100\% = 199,8 \text{ тис. грн.}$$

$$980 \times 19,5\% / 100\% = 191,1 \text{ тис. грн.}$$

Оскільки розмір торгової надбавки визначає суму валового доходу на торговельному підприємстві, тому необхідно розрахувати суму валового доходу:

До реклами:

$$900 \times 25\% / 100\% = 225 \text{ тис. грн.}$$

$$920 \times 25\% / 100\% = 230 \text{ тис. грн.}$$

Після реклами:

$$999 \times 25\% / 100\% = 249,8 \text{ тис. грн.}$$

$$980 \times 25\% / 100\% = 245 \text{ тис. грн.}$$

ВИСНОВОК: Отже, провівши ряд розрахунків, та порівнявши відповідні показники, можна сказати, що проведені рекламні заходи позитивно вплинули на діяльність підприємства. Так, валовий дохід після рекламних заходів по 1 та 2 групі товарів зріс на 24,8 тис. грн та 15 тис. грн., що безумовно є позитивним для підприємства.

Зростання витрат для будь-якого підприємства є негативним явищем, але зростання витрат по даному підприємству є виправданими, про це свідчить зростання показника доходу.

5. Товарообіг, економічне значення, методи розрахунку і шляхи прискорення товарообігу. Роль комерсанта в формуванні оптових товарних засобів і прискорення товарообігу.

Одним із основних показників розвитку торгівлі є роздрібний товарооборот. Він визначає економічні відносини, які виникають на кінцевій стадії руху товарів зі сфери обігу в особисте споживання шляхом обміну грошових доходів населення.

Роздрібний товарооборот — це реалізація товарів населенню для особистого споживання в обмін на його грошові доходи, а також продаж товарів ринкового фонду організаціям і установам для колективного споживання та задоволення їх господарських потреб. Такий продаж ще називають дрібним оптом.

Обсяг роздрібного товарообороту державної, колективної та приватної форм торгівлі є одним із важливих показників розвитку господарства в цілому і торгівлі зокрема.

Будучи тісно пов'язаним із загальним станом економіки, роздрібний товарооборот розвивається відповідно зі зростанням промислового і сільськогосподарського виробництва, збільшенням чисельності робітників і службовців, фонду їх заробітної плати, а також зростанням доходів населення.

Роздрібний товарооборот — це дзеркало розвитку промисловості й сільського господарства. Він відображає найважливіші пропорції економічного та соціального розвитку держави, співвідношення промисловості з сільським господарством, розподіл національного доходу на фонд нагромадження та фонд споживання, співвідношення фонду індивідуальної оплати за працю із суспільними фондами споживання, а також попитом і пропозицією.

У роздрібному товарообороті знаходять своє відображення процеси, що проходять в обсязі та структурі споживання матеріальних благ та послуг, а тому він відображає матеріальний добробут народу через величину задоволення потреб населення у продуктах харчування, одязі, взутті, предметах культурно-побутового і господарського призначення.

Роздрібний товарооборот відіграє ключову роль у забезпеченні безперервності процесу відтворення. Роздрібний товарооборот є одним із показників життєвого рівня народу. Він характеризує величину продажу, обсяг і структуру споживання, середньодушове споживання, забезпеченість житлом, дитячими закладами і лікувальними установами, культурний і освітній рівень людей, стан соціального забезпечення і медичного обслуговування, тривалість життя, умов праці та відпочинку. А тому на його підставі можна робити висновки про рівень розвитку і задоволення матеріальних і духовних потреб людей.

Процес формування роздрібного товарообороту здійснюється під впливом соціально-психологічних факторів, національних особливостей, звичаїв та традицій населення.

Обсяг, структуру та перспективи розвитку товарообороту конкретного підприємства визначає певна сукупність факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Серед факторів зовнішнього середовища найважливіше значення мають:

1. Обсяги та структура споживчого ринку. Цей фактор визначає можливість загального обсягу та потрібну асортиментну структуру товарообороту. Досягнення відповідності між обсягом та структурою товарообороту й обсягом та структурою попиту є необхідною передумовою успішної реалізації товарів.

2. Обсяг та структура пропозиції споживчих товарів. Цей фактор обумовлює можливості підприємства щодо закупівлі товарів, які пропонуються для реалізації, а отже, забезпеченість товарообороту товарними ресурсами. Без наявності достатньої товарної пропозиції споживчих товарів вітчизняних та іноземних товаровиробників, забезпечення їх високої якості, оновлення та розширення асортименту відповідно до вимог попиту, досягнень науково-технічного прогресу неможливо забезпечити зростання обсягу роздрібного товарообороту.

3. Стан конкуренції на конкретному регіональному товарному ринку. Якщо купівельні фонди населення певного регіону умовно визначити як константу, то її обсяг, що припадає на торгове підприємство, залежить від кількості суб'єктів спеціалізованого споживчого ринку, тобто кількості підприємств (суб'єктів господарювання), що діють на ньому та спеціалізуються на роздрібному продажу споживчих товарів. Розподіл купівельних фондів між окремими торговельними підприємствами відбувається не централізовано та пропорційно, а відповідно до конкурентних переваг окремих підприємств. Останні визначаються місцезнаходженням підприємства, його товарною, ціною, маркетинговою політикою, якістю торговельного та після продажного обслуговування та іншими факторами. Таким чином, не тільки сучасний, але й перспективний обсяг товарообороту підприємства залежить від стану конкуренції та конкурентних переваг підприємства на певному регіональному ринку.

4. Державне регулювання торгової діяльності. Обсяг товарообороту підприємства значною мірою залежить від державної політики з таких питань:

- регулювання доходів населення на рівні оплати праці як передумови формування купівельних фондів, що використовуються для оплати товарів;
- регулювання максимальної межі торговельної надбавки та максимальних цін соціально значущих товарів;
- регулювання переліку та розмірів податків, що формують ціни закупівлі та реалізації, і, відповідно, визначають рівень відпускних цін.

5. Загальна макроекономічна ситуація в країні. Основою реалізації споживчих товарів є наявність відповідного обсягу купівельних фондів, платоспроможного попиту.

До основних факторів внутрішнього середовища підприємства, що обумовлюють обсяги, структуру та перспективи зростання роздрібного товарообороту належать:

1. Загальна стратегія діяльності підприємства на споживчому ринку, яка розробляється, виходячи із стадії життєвого циклу підприємства, зовнішнього середовища, конкурентних переваг підприємства на певному сегменті споживчого ринку.

Загальна стратегія діяльності підприємства визначає: —орієнтацію на отримання прибутку; —завоювання ринкової ніші;

— цільову питому вагу обороту підприємства на регіональному або товарному споживчому ринку;

—цільовий рівень задоволення потреб споживачів певного регіонального або товарного ринку.

2. Спеціалізація (товарний профіль) підприємства. Цей фактор, насамперед, обумовлює асортиментну структуру товарообороту підприємства, тобто обсяги реалізації окремих груп товарів та співвідношення між ними. У той же час має місце і більш глибока залежність між спеціалізацією підприємства та обсягом його товарообороту.

Розвиток споживчого попиту та культури споживання, загальна макроекономічна ситуація обумовлюють зміни пріоритетів споживачів, які є основним фактором мотивації при здійсненні купівлі того чи іншого товару. Це, відповідно, обумовлює попит на певний товар та на можливі обсяги його реалізації.

6. Аналіз прибутку в торгівлі, задачі, методика проведення, розрахунок чинників впливаючих на прибуток

Аналіз прибутковості торгового підприємства починається з дослідження динаміки прибутку та рентабельності, оцінки факторів, що обумовлюють їх величину, а також визначення достатності прибутку для вирішення завдань виробничого і соціального розвитку підприємства. Аналіз прибутку базується на використанні таких джерел інформації: форма № 2 "Звіт про фінансові результати"; форма № 1 Кр. "Звіт про товарообіг"; форма № 1 "Баланс".

Аналіз формування та використання прибутку підприємства проводиться в декілька етапів.

Перший етап зводиться до аналізу обсягів та динаміки формування балансового прибутку в цілому за підприємством. На цьому етапі визначають абсолютні та відносні зміни в обсязі отриманого балансового прибутку, визначаються та аналізуються джерела його формування, а саме прибуток від торгової діяльності, іншої реалізації, позареалізаційних операцій, оцінюється вклад кожного джерела в формування загального обсягу прибутку. Слід звернути увагу на те, що основним джерелом формування балансового прибутку для торгового підприємства є прибуток від реалізації товарів. Позареалізаційні операції, які, безумовно, є відповідним резервом збільшення обсягу прибутку, не можуть домінувати, оскільки це не відповідає

генеральній стратегії розвитку торговельного підприємства. Якщо такий фактор наявний, це свідчить про диверсифікацію напрямів діяльності підприємства, втрату чисто торгового спрямування, а відповідно, конкурентних переваг на ринку товарів.

Другий етап — це аналіз динаміки прибутковості обороту торгового підприємства. Рівень прибутковості обороту підприємства визначається порівнянням прибутку від реалізації товарів та товарообороту і показує розміри формування прибутку на одиницю товарообороту або питому вагу прибутку в ціні реалізації товарів. Аналіз прибутковості обороту передбачає обчислення рівня показника та його порівняння з рівнем, досягнутим у попередніх періодах.

Третій етап—це оцінка факторів, які впливають на обсяг прибутку від реалізації товарів та обумовлюють зміни в його обсязі. Обсяг прибутку підприємства від реалізації товарів залежить від великої кількості факторів, найважливішими з яких є:

1. Обсяг товарообороту в поточних пінах.
2. Фізична маса товарів, що реалізуються (обсяг товарообороту у зіставних цінах).
3. Індекс цін реалізації товарів.
4. Рівень валового доходу.
5. Рівень витрат обігу.
6. Рівень прибутковості обороту.

Наведені фактори дають можливість кількісно оцінити вплив кожного фактора, що включено до переліку. В зв'язку з тим, що прибуток є функцією від доходів і витрат, для більш глибокого аналізу і вивчення додаткових резервів його зростання слід дати кількісну оцінку факторів, що побічно впливають на його величину. До них відносяться: асортиментна структура і склад товарообороту за видами продажу (населенню, дрібний опт, у кредит населенню), структура товарообороту за джерелами надходження товарів (самостійні закупівлі, через оптові підприємства), за видами комерційних угод (за місцезнаходженням контрагента, умовами транспортування, страхування, формами розрахунків, валютою платежу).

Четвертий етап зводиться до аналізу рівня прибутковості використання ресурсів та капіталу підприємства. Зміна рівня прибутковості використання ресурсів та капіталу підприємства є суттєвим резервом зростання або фактором зниження загального обсягу балансового прибутку підприємства. Кількісна оцінка впливу цього фактора може здійснюватися на базі застосування такої залежності. Балансовий прибуток дорівнює обсягу капіталу, що використовується, помноженому на прибутковість використання відповідної групи ресурсів чи капіталу підприємства у відсотках до обсягу.

П'ятий етап — це оцінка ступеня досягнення мінімального та нормального обсягу прибутку. Для проведення цієї роботи попередньо розраховується обсяг відповідних показників, який потім порівнюється з фактичними обсягами отримання прибутку. Оцінка ступеня досягнення

проводиться на основі розрахунку коефіцієнта досягнення. Це відношення обсягу прибутку, ступінь досягнення якого оцінюється, до фактичного обсягу отриманого прибутку. Інформаційною основою цього етапу аналізу є така додаткова інформація:

—для розрахунку мінімального прибутку використовують середньоринкову ставку капіталізації коштів на фінансовому ринку;

—для розрахунку мінімального прибутку використовують середньоринкову ставку капіталізації коштів на фінансовому ринку;

—для розрахунку нормального прибутку використовують середньогалузевий рівень прибутковості обороту або активів.

Шостий етап — це оцінка резервів зростання прибутку на перспективу. Він зводиться до дослідження факторів, які впливають на прибуток, є вкрай потрібним, оскільки дозволяє не тільки дати кількісну оцінку їх впливу в ретроспективному періоді, але й використати виявлені взаємозв'язки для обґрунтування можливої зміни прибутку в перспективі. Моделювання можливих змін дії факторів у перспективі та їх вплив на зростання (чи зменшення) прибутку підприємства можна здійснити з допомогою математичного моделювання впливу окремих факторів на зміну обсягів отримання прибутку.

ЗАДАЧА

Проаналізуйте надходження товарів у підприємство за квартал, зробіть висновки та пропозиції.

Показники		План-прогноз тис. грн.	Фактично тис.грн.	Відхилення тис. грн.
3.1.	Виробничі підприємства	95300,0	84100,0	-11200
3.2.	Кооперативи	38900,0	25400,0	-13500
3.3.	Малі підприємства	54300,0	50100,0	-4200
3.4.	Індивідуальні виробники	150,0	180,0	+30

РІШЕННЯ

Для того, щоб провести аналіз надходження товарів по підприємству необхідно розрахувати відхилення. Для цього необхідно фактичну суму відняти від суми плану-прогнозу.

1. $84100 - 95300 = -11200$ тис. грн.

2. $25400 - 38900 = -13500$ тис.грн.

3. $50100 - 54300 = -4200$ тис. грн..

4. $180 - 150 = 30$ тис.грн.

ВИСНОВОК: отже провівши розрахунки по даній задачі ми спостерігаємо зниження поставки товарів по виробничих підприємствах, кооперативах, малих підприємствах на 11200 тис. грн., 13500 тис. грн., 4200 тис. грн.. відповідно. Це свідчить про порушення реалізації товарів та їх поставки.

Зросла кількість поставки товарів лише в індивідуальних виробників з 150 тис. грн. до 180 тис. грн..

Отже підприємствам де відбулося зниження поставки товарів необхідно звернути увагу на своїх постачальників, умови поставки товарів, також до зниження поставок товарів могло призвести не якісний аналіз покупців та їх смаків.

7. Дати характеристику видам підприємства і економічним особливостям їх діяльності

Формування ринкової структури економіки України призведе до появи різноманітних форм сучасних підприємств, які функціонують у розвинених країнах, їх можна класифікувати за різними критеріями, найпоширенішими з яких є форма власності, розмір, сфера діяльності.

Види підприємств за формою власності

Залежно від основних форм власності (приватна, колективна, державна) розрізняють такі організаційні види підприємств - одноосібне володіння, партнерство, або товариство, корпорація (акціонерне товариство), державне підприємство.

Одноосібне володіння - підприємство, в якому майно належить одному суб'єкту, що самостійно веде справу, отримує весь доход і несе відповідальність за ризик від бізнесу.

Такі підприємства мають свої переваги і недоліки. До перших належать: економічна самостійність, свобода і оперативність дій, високий безпосередній стимул до ефективного виробництва, низькі організаційні витрати. Недоліками одноосібних володінь є передусім те, що їхніх власних фінансових ресурсів недостатньо для швидкого розширення виробництва, а комерційні структури не охоче надають їм кредити у достатніх розмірах.

Багатоманітність обов'язків, які покладаються на власника підприємства у виробничій, комерційній, технічній та інших сферах, нерідко призводить до помилкових рішень, які стають причиною не тільки значних витрат, а навіть і банкрутства. Через це одноосібні володіння у країнах з ринковою економікою є досить поширеною і водночас найменш стійкою формою організації. Щороку значна кількість їх як виникає, так і припиняє свою діяльність.

Партнерство, або товариство, - форма організації бізнесу, що засновується на об'єднанні (пайовому, дольовому) майна різних власників.

Паї відіграють двоїсту роль. По-перше, одержання товариством прибутку після сплати податків і виділення засобів на нагромадження капіталу та розподілу між його членами на доход, пропорційно до паїв. По-друге, надання права голосу. Кількість їх кожний член отримує пропорційно до його паю.

Товариства, як правило, - це закриті компанії, де зміна власників паїв відбувається лише зі згоди більшості їхніх членів. Кількість членів товариства, які особисто беруть участь у їхній роботі, відносно невелика.

Розрізняють такі види партнерства:

- повне товариство (товариство з необмеженою відповідальністю);
- товариство з обмеженою відповідальністю;
- змішане (командитне) товариство.

Найпоширенішим є **повне товариство** (товариство з необмеженою відповідальністю). Його учасники несуть відповідальність за роботу фірми в розмірах як свого внеску, так і своїх особистих коштів. Найчастіше статус повного партнерства використовують невеликі фірми у сфері професійних послуг (юридичних, аудиторських, медичних тощо).

У товариствах з обмеженою відповідальністю майнова відповідальність партнерів не перевищує суми, яку вони внесли при створенні товариства. Такі партнерства характерні для фірм, зайнятих здійсненням будівельних проєктів, розробкою природничих ресурсів, операціями з нерухомістю та іншими видами діяльності в капіталомістких сферах.

Змішане (командитне) товариство об'єднує частину своїх членів за принципом повної (необмеженої) відповідальності (дійсні члени), а частину - за принципом обмеженої відповідальності, майнова відповідальність яких поширюється лише на внесок, зроблений учасником у капітал товариства. Право голосу в таких фірмах мають лише дійсні члени товариства.

Частка партнерства у ринковій економіці відносно невелика, але має ряд переваг перед одноосібними володіннями, що виявляються у зростанні фінансових можливостей фірми внаслідок об'єднання капіталів; зменшенні ризику банкрутства і створенні довіри у банків для отримання кредиту; вдосконаленні управління в результаті розподілу управлінських функцій між партнерами. Недоліками цієї форми організації є можливі розходження в поглядах, інтересах партнерів, що ускладнює процес управління.

Корпорація (акціонерне товариство) - провідна форма сучасного підприємства в країнах ринкової економіки. Незважаючи на те, що кількість їх невелика, у створенні валового внутрішнього продукту їм належить провідна роль.

Корпорація є юридичною особою, що утворюється об'єднанням на пайових (дольових) засадах засобів своїх членів (акціонерів) і належить до товариств з обмеженою відповідальністю, оскільки кожний акціонер відповідає за свої зобов'язання лише власним капіталом. Отже, майновий ризик акціонерів обмежується тією сумою, яку вони заплатили за придбані акції.

Особливість акціонерних товариств полягає в тому, що їхній капітал утворюється у грошовій формі та поділяється на однакові за номінальною величиною і неподільні паї у вигляді акцій. Цим вони відрізняються від партнерств (товариств).

Засновниками корпорацій можуть бути юридичні та фізичні особи, які купують або розподіляють акції між собою. Той, хто акумулює більшу кількість акцій, які мають право голосу, на загальних зборах, що є вищим органом управління акціонерних товариств, обирає керівні та контролюючі органи (раду директорів, правління, ревізійну комісію тощо).

На практиці ж рішення приймає невелика група акціонерів, які володіють контрольним пакетом акцій. Останній становить не 50 відсотків + 1 акція, що голосують, а набагато менше. Це зумовлено тим, що у великих акціонерних товариствах акції "розпорошені" серед багатьох власників, які володіють мізерним пакетом.

Подібні власники не беруть участі у зборах або укладають трастові угоди на управління акціями, які їм належать, з банками, страховими компаніями, соціальними фондами, членами яких вони є, або спеціально для цього утворюваними трастовими компаніями, які дістали назву інституціональних інвесторів.

Вищим органом управління концерну є загальні збори акціонерів.

Для практичних функцій управління підприємством загальні збори призначають відповідні інституції: президента, правління, ревізійну комісію, вчену раду, раду директорів, апарат управління.

Синонімом сучасної корпорації є холдингові компанії, які виступають власниками контрольних пакетів акцій низки підприємств. Холдинг по відношенню до останніх виступає материнською компанією, а компанії, акціями яких володіє холдинг, є по відношенню до нього дочірніми. Одночасно холдинг може бути дочірньою компанією по відношенню до компанії, що володіє контрольним пакетом акцій холдингу. Такий механізм називають системою участі

Залежно від специфіки утворюваних корпоративних структур **холдингові компанії виконують різні функції**. Це може бути виробнича, інвестиційна, комерційна, збутова, зовнішньоекономічна діяльність тощо. Як показує світовий досвід, холдингові компанії можуть підключати середні та навіть малі підприємства для обслуговування технологічних цілей фінансово-промислових груп.

У країнах з ринковою економікою помітна роль в економічному житті належить фінансово-промисловим групам. Вони здійснюють контроль за виробничо-розподільчим циклом з одного центру. Це дає можливість сформувати потужні виробничі комплекси, які здатні конкурувати з найбільшими світовими компаніями. Недолік їх полягає у

створенні монополії, що потребує застосування методів антимонопольного регулювання.

Державні підприємства засновані на державній власності, яка має два рівні: загальнодержавний і комунальний. Відповідно функціонують і два види підприємств.

Майном і виробничо-комерційною діяльністю загальнодержавних підприємств розпоряджається вищий орган державної влади.

Комунальні підприємства є власністю адміністративно-територіальних одиниць влади, які використовують їхній потенціал у своїх власних інтересах.

Об'єктами державної власності можуть бути різноманітні засоби виробництва. Це залежить від конкретних історичних, кон'юнктурних, геополітичних та інших умов кожної країни. Проте, як правило, у державному секторі знаходяться підприємства, що виробляють продукцію, широко доступну для населення або капіталомістку, яка не може бути прибутковою, проте конче потрібна для технічного та технологічного зміцнення виробничого і наукового потенціалу країни. Саме тому практично в усіх промислово ' розвинених країнах державні підприємства здебільшого є низько ефективними, і спостерігається тенденція до скорочення їхньої чисельності.

З метою глибокого реформування державного сектора економіки України, частка якого у виробництві промислової продукції становить дещо менше ніж 52 відсотки, передбачено здійснити **структурне розмежування державного сектора на дві підгрупи.**

До **першої групи** ввійдуть підприємства, яким буде надано статус казенних. Вони не підлягають акціонуванню і перебуватимуть у прямій адміністративній підпорядкованості відповідним органам державного управління. До них належать такі підприємства: що випускають продукцію, яка забезпечує обороноздатність і національну безпеку; потребують високої мобілізаційної готовності; виробляють особливо екологонебезпечну продукцію; здійснюють державну монополію в окремих секторах економіки (транспорт, порти, трубопроводи, пошта, зв'язок, телекомунікаційні мережі, енергетика, виробництво лікеро-горілчаних виробів).

Власністю казенних підприємств, їхнім управлінням будуть розпоряджатися міністерства і відомства. Такі права їм передасть уряд.

До **другої групи** державних підприємств належатимуть ті, які обов'язково мають корпоратизуватися на таких засадах, щоб не менше ніж 51 відсоток акцій належало державі. Так створюватиметься група нових для нашої країни підприємств - державних акціонерних товариств.

Формуватиметься ще одна група підприємств з часткою державної участі в статутному капіталі, меншою ніж 50 відсотків. Управління цією

групою підприємств здійснюватиметься за участю представників державних органів у наглядових радах.

Підприємства з часткою державної власності в статутних фондах працюватимуть на принципах повного комерційного розрахунку. Таке реформування державного сектора економіки дасть можливість, з одного боку, підвищити ефективність управління народним господарством, а з іншого - створювати ринкове середовище.

Види підприємств за розміром

Розрізняють підприємства малі, середні та великі.

8. Охарактеризувати суть і склад товарних запасів, їх значення в розвитку товарообігу, класифікацію, одиниці виміру, чинники, які впливають на величину товарних запасів

Забезпечення безперервності процесу реалізації товарів та обслуговування покупців потребує створення на торговельному підприємстві певного обсягу товарних запасів.

Товарний запас – являє собою масу товарів, призначену для наступного продажу та здійснення безперебійної торгівлі, що знаходиться в сфері обігу в процесі переміщення від виробництва до споживання.

В процесі переміщення товарні запаси сфери обігу набувають різних форм:

запаси готової продукції на складах підприємств-виробників → товари в дорозі від виробника до оптової ланки → товарні запаси на складах гуртової торгівлі та інших збутових посередників → товари в дорозі від гуртової до роздрібною ланки торгівлі → запаси підприємств роздрібною торгівлі (на складах та в торговельному залі).

Необхідність утворення товарних запасів обумовлена такими причинами:

- 1) невідповідність часу споживання та виробництва товарів;
- 2) сезонністю виробництва та споживання окремих видів товарів;
- 3) нерівномірністю розміщення виробництва і районів споживання товарів;
- 4) необхідністю перетворення виробничого асортименту в торговий;
- 5) необхідністю утворення страхових резервів для згладжування можливих непередбачуваних коливань в попиті та пропозиції товарів, обумовлених різними факторами.

Класифікація товарних запасів:

- 1) за призначенням запасів:
 - запаси поточного зберігання;
 - запаси сезонного зберігання;

- запаси попереднього (дострокового) завозу;
- запаси цільового призначення;
- 2) залежно від місця формування:
 - запаси роздрібної торгівлі;
 - запаси оптової торгівлі;
 - запаси товарів у дорозі;
- 3) залежно від асортиментної структури запасів – запаси за товарними групами;
- 4) залежно від моменту та характеру оцінки:
 - початкові (вхідні) товарні залишки, що характеризують розміри товарних запасів, які фактично склалися на початок певного періоду;
 - вихідні, які характеризують розміри товарних запасів, що фактично склалися на кінець певного періоду;
 - середні товарні запаси, які характеризують розміри товарних запасів протягом певного періоду та розраховуються по середній арифметичній чи середній хронологічній;
 - планові (прогнозні) товарні запаси, які підприємство планує або очікує забезпечити на певну дату;
- 5) за відношенням до зміни обсягу товарообігу (за чутливістю до зміни товарообігу):
 - умовно-змінна частина запасів (розмір обумовлюється розміром та динамікою товарообігу);
 - умовно-постійна частина запасів (представницький асортиментний набір, що має постійно знаходитися в торговельній мережі підприємства, запаси цільового призначення);
- 6) залежно від регулярності поповнення:
 - запаси товарів регулярного поновлення та витрат;
 - запаси регулярного поновлення, але сезонного використання;
 - запаси сезонного формування та регулярного використання;
 - запаси періодичного поновлення;
- 7) в залежності від попиту на споживчі товари:
 - запаси, що відповідають параметрам попиту;
 - запаси, що не відповідають параметрам попиту (неходові товари, залежалі товари, товари, завезені понад норму)
- 8) відповідно до нормативу:
 - запаси у межах нормативу;
 - понаднормативні запаси („заморожування” оборотних коштів, зростанні витрат обігу);
 - запаси менше нормативу (призводить до порушення ритму продажу, неотримання належного обсягу товарообігу та прибутку, формування незадоволеного попиту населення).

ЗАДАЧА

Визначити суму і рівень валового доходу на прогнозуємий період.

№	Товарні групи	Товарообіг тис. грн.	Торгова надбавка, %	Сума торгових надбавок
1.	Товарна група № 1	300,0	20	60
2.	Товарна група № 2	375,0	19,5	73,1
3.	Товарна група № 3	450,0	17,8	80,1
4.	Товарна група № 4	420,0	20	84
5.	Інші товари	875,0	18,1	158,4
	Разом:	23470,0	x	455,6

Для того, щоб порахувати суму торгової надбавки необхідно окремо по кожній групі товарів розмір торгової надбавки помножити на товарообіг.

1. $300 \times 20\% = 60$ тис. грн..
2. $375 \times 19,5\% = 73,1$ тис. грн..
3. $450 \times 17,8\% = 80,1$ тис. грн..
4. $420 \times 20\% = 84$ тис. грн..
5. $875 \times 18,1\% = 158,4$ тис. грн..

ВИСНОВОК: Отже провівши, ряд розрахунків можна зробити висновок, що загальна сума доходу по всім групам товару становить 455,6 тис. грн.. Середня надбавка 19,1 %.

9. Розкрити суть форм і систем оплати праці в торгівлі, формування фонду оплати праці.

Заробітна плата - це виражена в грошовій формі частина національного доходу, яка розподіляється за кількістю та якістю праці, витраченої кожним працівником, надходить у його особисте споживання. Заробітна плата - це винагорода за працю.

Оплата праці працівників - це ціна трудових ресурсів, задіяних у виробничому процесі. В значній мірі вона визначається кількістю і якістю витраченої праці, але на неї впливають і такі ринкові чинники, як попит і пропозиція праці, що склалася конкретна кон'юнктура, територіальні аспекти, законодавчі норми.

Заробітна плата є частиною доходу власника торгового підприємства, що витрачається для оплати праці найманого працівника відповідно до умов найму. Організація заробітної плати включає такі елементи, тарифну систему, форми і системи оплати праці.

Організація заробітної плати в торгівлі здійснюється у відповідності з наступними функціями:

1) Стимулююча функція оплати праці. Цей принцип організації заробітної плати передбачає встановлення відносного рівня заробітної плати в залежності від кількості, якості та результатів праці.

2) Регулююча функція оплати праці. Ця функція полягає в її впливі на співвідношення між попитом і пропозицією робочої сили, на формування персоналу, чисельність працівників і рівень їх зайнятості. Об'єктивною основою реалізації цієї функції є принцип сегментації рівня оплати праці, що передбачає розмежування його по окремих сегментах (субринків), тобто групам працівників, що розрізняються пріоритетністю сфери діяльності та рівнем матеріальної забезпеченості.

3) Відтворювальна функція визначає абсолютний рівень оплати праці, необхідний для забезпечення життєвих потреб працівника та його сім'ї. У нормальних умовах мінімальний рівень оплати праці повинен відповідати вартості набору товарів і послуг, входять до споживчого кошика, включаючи не тільки фізіологічні потреби, але і забезпечення кваліфікаційного росту і розвитку творчого потенціалу працівника.

Диференціація окладів у Залежно від обсягів робіт, кваліфікації працівника, умов праці. Диференціація оплати праці тісно пов'язана з сегментацією ринку праці, регулюючої рівень оплати праці різних категорій працівників.

Заробітна плата ділиться на чотири види: основна, додаткова, номінальна і реальна.

Основна заробітна плата нараховується за фактично відпрацьований час і виконані на підприємстві роботи. Додаткова - це заробітна плата, яка виплачується за невідпрацьований час: оплата чергових і додаткових відпусток; вихідна посібник; оплата пільгових годин підліткам; компенсація за невикористану відпустку та інше. Номінальна заробітна плата - це грошова заробітна плата, це та сума грошей, яку отримує працівник.

Номінальна заробітна плата може відображати явища з різним соціально - економічним змістом: купівлю - продаж робочої сили, оплату послуг, розподіл по праці. Реальна заробітна плата - це та кількість товарів і послуг, який працівник може придбати на свою номінальну заробітну плату. Виділяють наступні фактори, яке визначають рівень заробітної плати:

- 1) розмір номінальної заробітної плати;
- 2) рівень цін на товари масового споживання і послуги;
- 3) розмір стягуваних податків.

В умовах різних організаційно-правових форм власності торгові підприємства отримали право самостійно вибирати порядок оплати праці.

В основі погодинної оплати праці лежить принцип залежності величини заробітної плати від кількості відпрацьованого часу. Однак у силу того, що праця може бути простим і складним, необхідно нормування праці, з допомогою тарифної ставки (показник рівня оплати праці в годину) і тарифної сітки (шкала, визначальна диференціацію тарифної частини заробітної плати залежно від кваліфікації).

Заробітна плата працівника при простій почасовій системі визначається як оплата праці по твердій ставці за пророблена час у даному періоді. При почасово-преміальній системі передбачаються додаткові виплати до основною ставкою заробітної плати у вигляді премії. Погодинна оплата з контрольованої виробленням передбачає зміну тарифної ставки, її зменшення або збільшення в залежності від норм виробітку, трудової дисципліни, торгово-технологічних факторів.

Відрядна система являє собою оплату в залежності від обсягу робіт за встановленими розцінками.

Відрядна оплата праці в залежно від способу обліку виручки та заохочення має такі системи: пряму відрядну, відрядно-преміальну, відрядно-прогресивну, комісійну.

При прямій відрядній системі заробітна плата працівника оплачується за незмінною розцінкою. Загальний заробіток працівника визначається шляхом множення відрядної розцінки на суму або кількість реалізованих товарів. Плюсом системи є особиста зацікавленість окремого працівника, мінусом те, що не зацікавлює працівника в підвищенні ефективності роботи всього підприємства.

При відрядно-преміальною системі працівник понад заробітків за відрядними розцінками отримує премію.

Премія зазвичай встановлюється за досягнення певних показників. Ці показники повинні бути доведені до кожного виконавця. Важливо простежити, щоб знову прийняті робітники були проінформовані про це. Крім того, повинен бути встановлений розмір премії за виконання чи перевиконання показників

При відрядно-прогресивній системі праця робітника в межах встановленого планового завдання оплачується за прямими відрядними розцінками, а при його перевиконанні - за підвищеними розцінками.

Акордна система оплати праці - це оплата на основі договору, який встановлює загальну суму заробітку за певний обсяг, термін та якість виконаних робіт.

Кожна з цих систем може бути індивідуальною або колективною. Колективна (бригадна) оплата праці за відрядними розцінками - це оплата за колективно виконану роботу. Колективна (бригадна) відрядна оплата найбільш ефективна в магазинах (Відділах, секціях) з чисельністю не менше шести осіб, з відносно постійним потоком покупців і стійким асортиментом.

10. Обґрунтувати визначення купівельних фондів населення, ємності ринку, методика розрахунку цих показників, та їх вплив на роздрібний товарообіг.

Купівельні фонди населення - частина грошових доходів населення, призначена для купівлі товарів і характеризує загальний обсяг його платоспроможного попиту на товари народного споживання.

Визначення купівельного фонду в цілому по країні зводиться до розрахунків всієї суми грошових доходів населення та виключенню з неї оплати послуг, обов'язкових платежів, внесків, приросту вкладів і придбання цінних паперів, валюти, витрат на купівлю житлових приміщень.

Купівельні фонди=Грошові доходи -Нетоварні витрати

Розрахований таким чином купівельний фонд визначає необхідний обсяг продажу товарів населенню в грошовому вираженні. До цієї величини додається оборот з продажу товарів організаціям і установам у порядку дрібнооптової торгівлі і в результаті визначається необхідний обсяг товарообігу.

Грошові доходи і витрати населення можна розділити на два види:

- оборот грошей між населенням і державними, кооперативними, комерційними, громадськими організаціями та підприємствами;
- оборот грошей між окремими групами населення.

При першому виді обороту перевищення доходів над витратами або витрат над доходами означає збільшення або зменшення залишку грошей у населення; при другому - лише переміщення грошей від одних груп населення до дру гим, що не змінює їх маси, що знаходиться в обраче нии. У цілому по країні це переміщення не впливає на загальний обсяг купівельного фонду населення. При розрахунку ж купівельних фондів по окремих регіонах не можна не враховувати переміщення грошей за групами населення і окремим адміністративним одиницям.

Нетоварні витрати розраховуються на підставі прогнозних даних розвитку галузей сфери обслуговування населення, прогнозів фінансових органів. Наприклад, величина оплати житлово-комунальних послуг визначається виходячи з житлової площі, обсягу комунальних послуг, середніх ставок квартплати і прогнозованих тарифів по комунальних послугах. Витрати на культурно-побутове обслуговування розраховуються виходячи з розгалуженої мережі видовищних підприємств, їх валового збору, обсягу побутових послуг.

Для ув'язки сукупного попиту на товари народного споживання з товарними ресурсами поряд з прогнозуванням купівельних фондів визначається можливий обсяг продажів товарів.

Всі предмети народного споживання відносять до товарних ресурсів. Джерелами товарних ресурсів є продукція легкої, харчової та інших галузей промисловості, сільського господарства, надходження товарів по імпорту.

Величина товарних ресурсів визначається виходячи з потреб у товарі та можливості їх задоволення. Потреба в товарах служить базою для складання замовлення на їх виробництво.

Загальна потреба товарів розраховується на основі наступних елементів:

необхідний обсяг продажів товарів (необхідний обсяг роздрібного товарообігу, визначеного на основі купівельного фонду);
передбачувана реалізація товарів організаціям і установам;
необхідний приріст або зниження товарних запасів до нормативів;
відшкодування втрат товарів у межах природного убутку;
очікувані втрати від уцінки товарів застарілих фасонів і моделей, а також товарів, які втратили первоналітньої якості.

ЗАДАЧА

Спрогнозуйте необхідну суму валового доходу, який необхідний для забезпечення фінансування господарських завдань підприємства.

1.1. Податок на добавлену вартість (в %) - 20,0.

1.2. Витрати обігу (в тис. грн.) - 3816,0.

1.3. Податок на прибуток (в %) - 30,0.

1.4. Фонд розвитку підприємства (в тис. грн.) - 2346,0.

1.5. Фонд соціального розвитку (в тис. грн.) - 547,5.

РІШЕННЯ

Для того, щоб спрогнозувати необхідну суму валового доходу необхідно:

1. Знаходимо суму коштів необхідна для покриття мінімальних витрат
 $3816 + 2346 + 547,5 = 6709,5$ тис. грн..
2. Знаходимо суму коштів, яка залишається після сплати ПНП
 $2346 + 547,5 = 2893,5$ тис. грн..
3. Податок на прибуток
 $2893,5 \times 30\% / 100\% = 868,05$ тис. грн..
4. Прибуток підприємства
 $2893,5 + 868,05 = 3761,6$ тис. грн..
5. Сума валового доходу
 $3761,6 + 3816 = 7577,6$ тис. грн..

11. Обґрунтувати позикові засоби підприємства: сутність, принципи та функції. Кредитні заклади. Банківська система України, види банків.

Банківська система в Україні започаткована 20 березня 1991 року з прийняттям Закону України "Про банки та банківську діяльність", який став законодавчою основою створення Національного банку України (НБУ). Національний банк України – юридично і фактично центральний банк держави. Цим Законом були закладені основи класичної дворівневої банківської системи України.

За останні дев'ять років в Україні проведена конкретна практична робота щодо створення національної грошової кредитно-дебетової системи:

- впроваджена дворівнева банківська система;
- введена в обіг національна грошова одиниця;
- побудована національна база для емісії паперових грошей і карбування монет;
- запроваджена система електронних рахунків;
- удосконалена система бухгалтерського обліку на основі міжнародних стандартів;
- створено національну біржу тощо.

Але банківська система України на сучасному етапі ще не є ефективною. Велика кількість банків є прихованими банкрутами. Вони функціонують у нестабільному інфляційному середовищі з нерозвиненим податковим і фінансовим законодавством.

Банківська система України сьогодні має високу вартість фінансового посередництва, спостерігається відсутність національної мотивації для збереження коштів і розміщення кредитів, ускладненість питань діяльності небанківських комерційних посередників тощо. Складними для реалізації залишаються питання, що стосуються банківської таємниці.

Тобто існує безліч проблем, які найближчим часом необхідно розв'язати у межах сучасних інформаційних технологій розвитку банківської системи України з метою:

- покращання залучення заощаджень населення України і сприяння росту національної економіки;
- удосконалення розвитку фінансових механізмів;
- підвищення ефективності розподілу грошових ресурсів між українськими підприємствами;
- здійснення контролю за фінансовим станом підприємства на національному ринку під наглядом банків;
- автоматизації проблеми неплатежів та розробки інструментарію її подолання;
- вдосконалення і підвищення ефективності платіжної системи на національному та міжнародному рівнях.

Потрібно створити фінансову інфраструктуру, яка буде базуватися на сучасних інформаційних технологіях, національній правовій системі, системі банківського аудиту тощо.

Національний банк України – гарант стабільної урядової грошової політики

Відомо, що **НБУ** є юридичною особою з державною формою власності, його статутний фонд формується винятково на основі засобів держави. Розмір фонду затверджується рішенням Верховної Ради України, а статут – Президією Верховної Ради. Незалежність НБУ означає, що йому надається можливість досягати мети монетарної політики без втручання інших організацій. Засади незалежності не виключають того, що

НБУ періодично звітує перед Верховною Радою України про свою діяльність. Остання призначає Правління НБУ, регулярно розглядає звіти та аудиторські висновки про діяльність НБУ.

У систему НБУ входить:

- центральний апарат,
- регіональні управління,
- розрахункові палати,
- центральне сховище,
- спеціалізовані підприємства,
- банківські вищі та середні навчальні заклади,
- інші організації, які необхідні для успішної діяльності банку.

Керує НБУ Правління банку. Правління НБУ приймає нормативні постанови, що є обов'язковими для виконання всіма структурами державної влади, а також юридичними та фізичними особами на території України.

Визначимо основні функції НБУ:

- визначення та здійснення єдиної державної грошово-кредитної політики;
- здійснення емісії валюти України та організація її обертання;
- кредитування комерційних банків, організація системи рефінансування;
- встановлення правил проведення банківських операцій, бухгалтерського обліку та звітності;
- визначення системи, порядку і форми розрахунків;
- проведення державної реєстрації банків і кредитних установ та ліцензування банківських операцій;
- здійснення всіх необхідних видів банківських операцій;
- розробка прогнозу платіжного балансу України, укладання звітного платіжного балансу України;
- проведення валютного регулювання, визначення порядку здійснення розрахунків з іноземними державами, організація і здійснення валютного контролю;
- забезпечення накопичення, зберігання і проведення операцій із золотовалютними запасами і резервами;
- здійснення банківського нагляду за діяльністю банків і кредитних установ;
- аналіз та прогнозування стану грошово-кредитних, фінансових, цінових і валютних відносин;
- організація інкасації і перевезення грошових знаків та інших коштовностей;
- реалізація державної політики з питань захисту державних секретів у системі НБУ;
- підготовка кадрів для банківської системи України тощо.

НБУ може використовувати спеціальні засоби, що за технологією поділяються на прямі і непрямі.

До прямих засобів належать обмеження на розмір відсоткових ставок, колективні та індивідуальні кредитні межі, резервні вимоги.

Непрямі засоби побічно впливають на функціонування всієї банківської системи. Ось деякі з них – операції на ринку, договори про викуп цінних паперів, вільні кредитні аукціони, переговори і попередження тощо.

Вважається, що **основними інструментами і методами грошово-кредитної політики НБУ є:**

- визначення меж відсоткових ставок за кредитами і депозитами НБУ;
- визначення норм обов'язкових резервів, що депонуються в НБУ;
- операції на відкритому ринку;
- встановлення для банків і фінансово-кредитних установ прямих кількісних обмежень;
- рефінансування банків і надання кредитів уряду України;
- регулювання об'єму грошової маси в обігу;
- валютне регулювання.

Універсальні і спеціалізовані банки України

Відомо, що універсальні і спеціалізовані або комерційні банки є базовою ланкою дворівневої банківської системи України. Їх головна характерна особливість – відсутність права емісії банкнот. Універсальні банки здійснюють усі види банківських операцій, а спеціалізовані мають обмежені функції і здійснюють один або декілька видів банківських послуг.

Комерційний банк – це сучасна фінансова організація, що займається широким спектром послуг кредитного, страхового і платіжного напрямів та виконує різноманітні фінансові операції щодо будь-якого економічного об'єкта.

Вважається, що питаннями діяльності українських комерційних банків є: прийом заощаджень та інших коштів; надання кредитів; здійснення інвестицій; переміщення коштів тощо.

Але комерційним банкам забороняється діяльність у сферах матеріального виробництва і торгівлі та у всіх видах страхування.

Сучасну систему комерційних банків в Україні інколи умовно поділяють на три групи:

- системні банки;
- нові комерційні банки;
- банки з 100% іноземного капіталу.

Перша група складається з колишніх державних спеціалізованих банків:

- "Промінвестбанк",
- "Ощадбанк",
- "Приватбанк",
- "Укрсоцбанк".

12. Розкрити сутність валових доходів в торгівлі. Аналіз валових доходів, розрахунок, чинників впливаючих на доходи.

Реалізація товарів торговим підприємством здійснюється переважно за вільними роздрібними цінами. Однак цінову політику на ринку значною мірою обумовлюють виробники чи зарубіжні постачальники, вибираючи ту чи іншу стратегію. А тому кожному торговому підприємству потрібно враховувати цінову політику виробників товарів. Разом із цим, роздрібні торгові підприємства здійснюють продаж товарів, встановлюють кінцеві роздрібні ціни відповідно до кон'юнктури ринку, виходячи з відпускної ціни підприємства-виробника і торгової надбавки.

Різниця між товарооборотом за цінами ринку (роздрібними й оптовими) і товарооборотом за цінами їх закупівлі, взятих без ПДВ і акцизного збору, являє собою дохід від торгової діяльності чи суму торгових (оптових) надбавок.

Торгова надбавка визначається торговим підприємством, виходячи з кон'юнктури ринку. В торгову надбавку включають витрати обігу, в тому числі транспортні й інші розходи роздрібних торгових організацій і підприємств, а також ПДВ.

Дохід від торгової діяльності використовується підприємством для відшкодування витрат й інших затрат, пов'язаних зі здійсненням його господарської діяльності та створенням прибутку від реалізації. Таким чином підприємство забезпечує самоокупність поточної господарської діяльності й створює умови для самофінансування в майбутньому періоді.

Органи виконавчої влади на місцях можуть регулювати розміри торгових надбавок шляхом встановлення їх граничного розміру, граничного рівня рентабельності, а також іншими методами. Іноді можуть самостійно встановлювати розміри торгових надбавок. Торгові підприємства мають право встановлювати на деякі товари надбавку нижчу чи на рівні її граничної величини і при потребі вона може підлягати розподілу між оптовою і роздрібною ланкою на договірних засадах.

Часто при визначенні торгової надбавки використовують затратний підхід до розрахунку її величини. Її визначають у відсотках до товарообороту шляхом сумування рівня затрат і заданого показника рентабельності. Сьогодні цей метод визначення величини надбавки використовується торговими підприємствами для товарів, на ринку яких відсутня конкуренція.

Широко застосовують торгові підприємства розрахунки оптимальних рівнів оптових і роздрібних торгових надбавок з урахуванням покриття витрат обігу, сплати податків, формування необхідних для подальшого розвитку прибутків.

Окремо виділяють доходи з нереалізаційних операцій. Це доходи з операцій, які не належать до основної діяльності підприємства і безпосередньо не пов'язані з реалізацією товарів, продажем основних засобів чи іншого майна підприємства.

До доходів від позареалізаційних операцій підприємств і організацій відносять доходи від здавання майна в оренду, доходи (дивіденди, відсотки) з цінних паперів (акцій, облігацій), присудження штрафів, пені, неустойки, інших санкцій, суми страхових відшкодувань від страхових компаній у випадку поступлення платежів і перевищення отриманих страхових відшкодувань над страховим внеском, прибутки минулих років, виявлені у звітному році.

Доходи, які отримує торгове підприємство, характеризуються абсолютними, структурними та відносними показниками.

Абсолютний розмір доходів відображає загальну суму доходів, отриманих торговим підприємством загалом та від окремих видів діяльності в грошовій формі.

Склад доходів характеризується питомою вагою доходів за окремими напрямками діяльності в їх загальному обсязі. Цей показник дозволяє визначити найбільш доходні види діяльності підприємства та встановити пріоритети їх подальшого розвитку.

Валовий дохід торгового підприємства від реалізації товарів характеризується сумою та рівнем.

Рівень доходів відображає частину ціни торговельної послуги в ціні товару і розраховується як відношення: в роздрібі—валового доходу роздрібу до роздрібного товарообороту, помноженого на 100; в опті— валового доходу опту до оптового товарообороту; в підприємствах громадського харчування—валового доходу громадського харчування до валового обороту громадського харчування.

Доходи від інших видів діяльності підприємств також можна характеризувати не тільки абсолютними, але й відносними показниками.

Загальним підходом до їх формування є оцінка обсягу доходу, отриманого від певної діяльності на одиницю показника, що оцінює їх обсяг у грошовому чи натуральному вимірі.

Розглядаючи доходи торгового підприємства в системі показників його економічного розвитку, слід зазначити, що це найважливіший фінансовий показник, який є джерелом покриття поточних витрат, сплати ПДВ та формування прибутку підприємства. Від його розміру залежить оплата праці, формування чисельності та складу працівників, податкова політика, можливість розвитку матеріально-технічної бази, фінансування відтворювальних процесів, виплати дивідендів тощо.

Доходи характеризують за місцем їх формування: доходи від торговельної діяльності, доходи від виробничої діяльності, доходи від посередницьких операцій, доходи від інвестиційної діяльності, доходи від іншої діяльності. Разом вони складають сукупний бруто-дохід підприємства, з якого визначається ПДВ. Потім визначають дохід підприємства за мінусом ПДВ. Це буде нетто-дохід. З нього покривають витрати обігу, поточні витрати на інші види діяльності і визначають прибуток.

Рівень валового доходу як економічний показник характеризує залежність доходів від обсягу товарообороту та його структури, кількості ланок товаропросування, форми організації торговельного обслуговування.

Розмір доходів торговельного підприємства, який отримується від різних видів діяльності, є функцією від обсягу проведення відповідних операцій (торговельних, виробничих, посередницьких) та рівня цін, які встановлюються на них. Обґрунтування цін на товари, роботи, послуги підприємства є визначальним рішенням, від якого залежить успіх усієї комерційної діяльності підприємства, ефективність його функціонування.

Практична реалізація самостійності підприємства з питань встановлення цін на товари (продукцію, роботи, послуги), які реалізуються, передбачає розробку його цінової політики, яка являє собою систему рішень підприємства, пов'язаних із визначенням рівня цін.

Розробка цінової політики підприємства покликана забезпечити умови досягнення його стратегічних цілей і завдань та окреслити принципи ціноутворення, методи визначення базового рівня цін, умови і розміри їх диференціації та коригування. Підприємство, враховуючи специфіку свого положення на ринку, може реалізувати різні цінові стратегії.

Виходячи з принципів, покладених в основу ціноутворення, розрізняють стратегії, які групуються на:

- збуті, які полягають в орієнтації на збільшення обсягів реалізації та максимізації своєї частки ринку у боротьбі з конкурентами;

- прибутку, які полягають в орієнтації на отримання підприємством цільової норми та маси прибутку з кожної одиниці товарів, що реалізуються;

- ринкової ситуації, яка склалася. Вони полягають у визначенні рівня ціни, виходячи з кон'юнктури ринку, що склалася.

З позиції активності та ініціативи підприємства з питань ціноутворення прийнято розрізняти активну та пасивну стратегію ціноутворення. Активну стратегію ціноутворення здійснюють підприємства, які більш або менш автономно встановлюють ціни на свою продукцію, орієнтуючись на ринкові умови реалізації. Пасивна стратегія цін характеризується пасивністю підприємства при встановленні цін, їх орієнтацією, перш за все, на дії конкурентів. Застосовуючи активну стратегію ціноутворення, підприємство може реалізувати різні тенденції щодо рівня цін та їх руху в часі.

ЗАДАЧА

1. План надходження товарів в першому кварталі по кожній групі і в магазині в цілому.

В магазині встановлені наступні показники на I квартал:

Групи товарів	Товарооб. На I кв. тис.грн.	Товарні запаси на I/I тис.грн.	Запаси товарів I/IУ	
			Сума тис.грн.	Норма, дні
1. Швейні вироби	900	530	295	50
2. Тканини	360	295	231	70
3. Трикотаж	405	190	94,5	45
Всього:	1665,0	1015,0	620,5	x

РІШЕННЯ

1. Визначаємо одноденний товарооборот товарних запасів по кожній групі

$$530/90=5,9 \text{ тис. грн.}$$

$$295/90=3,3 \text{ тис. грн.}$$

$$190/90 = 2,1 \text{ тис. грн.}$$

2. визначаємо суму товарних запасів відповідно до норми

$$5,9 \times 50 = 295 \text{ тис. грн.}$$

$$3,3 \times 70 = 231 \text{ тис. грн.}$$

$$2,1 \times 45 = 94,5 \text{ тис. грн.}$$

3. визначаємо одноденний товарооборот

$$900/90=10 \text{ тис.грн.}$$

$$360/90= 4 \text{ тис.грн.}$$

$$405/90 = 4,5 \text{ тис. грн.}$$

13. Підприємство як суб'єкт ринкових відносин. Підприємництво, види. Малий бізнес.

Формування ринкової структури економіки України призведе до появи різноманітних форм сучасних підприємств, які функціонують у розвинених країнах, їх можна класифікувати за різними критеріями, найпоширенішими з яких є форма власності, розмір, сфера діяльності.

Види підприємств за формою власності

Залежно від основних форм власності (приватна, колективна, державна) розрізняють такі організаційні види підприємств - одноосібне володіння, партнерство, або товариство, корпорація (акціонерне товариство), державне підприємство.

Одноосібне володіння - підприємство, в якому майно належить одному суб'єкту, що самостійно веде справу, отримує весь дохід і несе відповідальність за ризик від бізнесу.

Такі підприємства мають свої переваги і недоліки. До перших належать: економічна самостійність, свобода і оперативність дій, високий безпосередній стимул до ефективного виробництва, низькі організаційні витрати. Недоліками одноосібних володінь є передусім те, що їхніх власних фінансових ресурсів недостатньо для швидкого розширення виробництва, а комерційні структури не охоче надають їм кредити у достатніх розмірах.

Багатоманітність обов'язків, які покладаються на власника підприємства у виробничій, комерційній, технічній та інших сферах, нерідко призводить до помилкових рішень, які стають причиною не тільки значних витрат, а навіть і банкрутства. Через це одноосібні володіння у країнах з ринковою економікою є досить поширеною і водночас найменш стійкою формою організації. Щороку значна кількість їх як виникає, так і припиняє свою діяльність.

Партнерство, або товариство, - форма організації бізнесу, що засновується на об'єднанні (пайовому, дольовому) майна різних власників.

Паї відіграють двоїсту роль. По-перше, одержання товариством прибутку після сплати податків і виділення засобів на нагромадження капіталу та розподілу між його членами на доход, пропорційно до паїв. По-друге, надання права голосу. Кількість їх кожний член отримує пропорційно до його паю.

Товариства, як правило, - це закриті компанії, де зміна власників паїв відбувається лише зі згоди більшості їхніх членів. Кількість членів товариства, які особисто беруть участь у їхній роботі, відносно невелика.

Розрізняють такі види партнерства:

- повне товариство (товариство з необмеженою відповідальністю);
- товариство з обмеженою відповідальністю;
- змішане (командитне) товариство.

Найпоширенішим є **повне товариство** (товариство з необмеженою відповідальністю). Його учасники несуть відповідальність за роботу фірми в розмірах як свого внеску, так і своїх особистих коштів. Найчастіше статус повного партнерства використовують невеликі фірми у сфері професійних послуг (юридичних, аудиторських, медичних тощо).

У товариствах з обмеженою відповідальністю майнова відповідальність партнерів не перевищує суми, яку вони внесли при створенні товариства. Такі партнерства характерні для фірм, зайнятих здійсненням будівельних проектів, розробкою природничих ресурсів, операціями з нерухомістю та іншими видами діяльності в капіталомістких сферах.

Змішане (командитне) товариство об'єднує частину своїх членів за принципом повної (необмеженої) відповідальності (дійсні члени), а частину - за принципом обмеженої відповідальності, майнова

відповідальність яких поширюється лише на внесок, зроблений учасником у капітал товариства. Право голосу в таких фірмах мають лише дійсні члени товариства.

Частка партнерства у ринковій економіці відносно невелика, але має ряд переваг перед одноосібними володіннями, що виявляються у зростанні фінансових можливостей фірми внаслідок об'єднання капіталів; зменшенні ризику банкрутства і створенні довіри у банків для отримання кредиту; вдосконаленні управління в результаті розподілу управлінських функцій між партнерами. Недоліками цієї форми організації є можливі розходження в поглядах, інтересах партнерів, що ускладнює процес управління.

Корпорація (акціонерне товариство) - провідна форма сучасного підприємства в країнах ринкової економіки. Незважаючи на те, що кількість їх невелика, у створенні валового внутрішнього продукту їм належить провідна роль.

Корпорація є юридичною особою, що утворюється об'єднанням на пайових (дольових) засадах засобів своїх членів (акціонерів) і належить до товариств з обмеженою відповідальністю, оскільки кожний акціонер відповідає за свої зобов'язання лише власним капіталом. Отже, майновий ризик акціонерів обмежується тією сумою, яку вони заплатили за придбані акції.

Особливість акціонерних товариств полягає в тому, що їхній капітал утворюється у грошовій формі та поділяється на однакові за номінальною величиною і неподільні паї у вигляді акцій. Цим вони відрізняються від партнерств (товариств).

Засновниками корпорацій можуть бути юридичні та фізичні особи, які купують або розподіляють акції між собою. Той, хто акумулює більшу кількість акцій, які мають право голосу, на загальних зборах, що є вищим органом управління акціонерних товариств, обирає керівні та контролюючі органи (раду директорів, правління, ревізійну комісію тощо).

На практиці ж рішення приймає невелика група акціонерів, які володіють контрольним пакетом акцій. Останній становить не 50 відсотків + 1 акція, що голосують, а набагато менше. Це зумовлено тим, що у великих акціонерних товариствах акції "розпорошені" серед багатьох власників, які володіють мізерним пакетом.

Подібні власники не беруть участі у зборах або укладають трастові угоди на управління акціями, які їм належать, з банками, страховими компаніями, соціальними фондами, членами яких вони є, або спеціально для цього утворюваними трастовими компаніями, які дістали назву інституціональних інвесторів.

Вищим органом управління концерну є загальні збори акціонерів.

Для практичних функцій управління підприємством загальні збори призначають відповідні інституції: президента, правління, ревізійну комісію, вчену раду, раду директорів, апарат управління.

Синонімом сучасної корпорації є холдингові компанії, які виступають власниками контрольних пакетів акцій низки підприємств. Холдинг по відношенню до останніх виступає материнською компанією, а компанії, акціями яких володіє холдинг, є по відношенню до нього дочірніми. Одночасно холдинг може бути дочірньою компанією по відношенню до компанії, що володіє контрольним пакетом акцій холдингу. Такий механізм називають системою участі

Залежно від специфіки утворюваних корпоративних структур холдингові компанії виконують різні функції. Це може бути виробнича, інвестиційна, комерційна, збутова, зовнішньоекономічна діяльність тощо. Як показує світовий досвід, холдингові компанії можуть підключати середні та навіть малі підприємства для обслуговування технологічних цілей фінансово-промислових груп.

У країнах з ринковою економікою помітна роль в економічному житті належить фінансово-промисловим групам. Вони здійснюють контроль за виробничо-розподільчим циклом з одного центру. Це дає можливість сформувати потужні виробничі комплекси, які здатні конкурувати з найбільшими світовими компаніями. Недолік їх полягає у створенні монополії, що потребує застосування методів антимонопольного регулювання.

Державні підприємства засновані на державній власності, яка має два рівні: загальнодержавний і комунальний. Відповідно функціонують і два види підприємств.

Майном і виробничо-комерційною діяльністю загальнодержавних підприємств розпоряджається вищий орган державної влади.

Комунальні підприємства є власністю адміністративно-територіальних одиниць влади, які використовують їхній потенціал у своїх власних інтересах.

Об'єктами державної власності можуть бути різноманітні засоби виробництва. Це залежить від конкретних історичних, кон'юнктурних, геополітичних та інших умов кожної країни. Проте, як правило, у державному секторі знаходяться підприємства, що виробляють продукцію, широко доступну для населення або капіталомістку, яка не може бути прибутковою, проте конче потрібна для технічного та технологічного зміцнення виробничого і наукового потенціалу країни. Саме тому практично в усіх промислових розвинених країнах державні підприємства здебільшого є низько ефективними, і спостерігається тенденція до скорочення їхньої чисельності.

З метою глибокого реформування державного сектора економіки України, частка якого у виробництві промислової продукції становить

дещо менше ніж 52 відсотки, передбачено здійснити **структурне розмежування державного сектора на дві підгрупи.**

До **першої групи** ввійдуть підприємства, яким буде надано статус казенних. Вони не підлягають акціонуванню і перебуватимуть у прямій адміністративній підпорядкованості відповідним органам державного управління. До них належать такі підприємства: що випускають продукцію, яка забезпечує обороноздатність і національну безпеку; потребують високої мобілізаційної готовності; виробляють особливо екологонебезпечну продукцію; здійснюють державну монополію в окремих секторах економіки (транспорт, порти, трубопроводи, пошта, зв'язок, телекомунікаційні мережі, енергетика, виробництво лікеро-горілчаних виробів).

Власністю казенних підприємств, їхнім управлінням будуть розпоряджатися міністерства і відомства. Такі права їм передасть уряд.

До **другої групи** державних підприємств належатимуть ті, які обов'язково мають корпоратизуватися на таких засадах, щоб не менше ніж 51 відсоток акцій належало державі. Так створюватиметься група нових для нашої країни підприємств - державних акціонерних товариств.

Формуватиметься ще одна група підприємств з часткою державної участі в статутному капіталі, меншою ніж 50 відсотків. Управління цією групою підприємств здійснюватиметься за участю представників державних органів у наглядових радах.

Підприємства з часткою державної власності в статутних фондах працюватимуть на принципах повного комерційного розрахунку. Таке реформування державного сектора економіки дасть можливість, з одного боку, підвищити ефективність управління народним господарством, а з іншого - створювати ринкове середовище.

Види підприємств за розміром

Розрізняють підприємства малі, середні та великі.

14.Розкрити сутність валових витрат, склад, структуру, класифікацію. Аналіз витрат обігу, задачі, методика проведення.

До валових витрат суб'єктів підприємницької діяльності належать насамперед усі витрати, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції (придбання сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, напівфабрикатів, оплата праці робітників і службовців, відрахування у загальнодержавні цільові фонди, витрати на відрядження, орендна плата, позареалізаційні витрати, пов'язані з відвантаженням та транспортуванням продукції, інші витрати, які пов'язані з виробництвом та реалізацією (продажем) продукції, і крім амортизаційних відрахувань від вартості основних засобів і нематеріальних активів).

Причому всі вказані витрати відносять до валових витрат незалежно від того, чи списані вони на затрати виробництва. Так, вартість придбаних промисловим підприємством сировини і матеріалів, наприклад у III кварталі 2001 р., які не використані на виробництво продукції поточного кварталу, відносять до валових витрат даного кварталу. При цьому закон передбачає збільшення валових витрат на суму зменшення за звітний період балансової вартості покупної сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів на складах, у незавершеному виробництві і в залишках готової продукції. Тим самим враховуються витрати перелічених матеріальних ресурсів, які здійснені за рахунок залишку на початок звітної періоду. І навпаки, якщо за звітний період наявне зростання балансової вартості перелічених матеріальних ресурсів, то на відповідну суму валові витрати зменшуються. Це, зокрема, перешкоджає створенню під кінець звітної періоду завищених запасів матеріальних ресурсів понад нормальні потреби виробництва.

Кожне підприємство у процесі своєї діяльності несе безліч витрат за рахунок інших, ніж собівартість продукції, джерел фінансування (прибуток, цільові фонди, кошти спеціального призначення, позичені кошти). Значна частина цих витрат включається до складу валових витрат. Серед них для більшості підприємств найважливіше значення мають такі витрати.

Заохочувальні витрати на оплату праці, які встановлюються за згодою власників підприємства і працівниками у грошовій або в будь-якій іншій формі. До них належать виплата винагороду підсумками роботи за рік, матеріальна допомога, вартість путівок на відпочинок, лікування, інші подібні витрати, якщо вони передбачені колективним або трудовим договором.

Витрати на утримання та експлуатацію об'єктів соціальної інфраструктури. Це витрати на утримання та експлуатацію житлового фонду, що перебуває на балансі підприємства (якщо є рішення про передання його на утримання місцевих рад), дитячих дошкільних закладів, об'єктів охорони здоров'я, клубів і будинків культури тощо; якщо ці заклади ведуть комерційну діяльність, то витрати підприємств на їх утримання до складу валових не входять. Не входять до них також капітальні витрати підприємств на будівництво нових об'єктів соціальної інфраструктури

Витрати, пов'язані з поліпшенням основних засобів у розмірі до 5 відсотків їхньої балансової вартості у вигляді витрат на поточний і капітальний ремонт, реконструкцію, технічне переоснащення.

Витрати за операціями з борговими зобов'язаннями й валютними цінностями. До цієї групи витрат належать:

- витрати, пов'язані зі сплатою процентів за кредити;
- купівля облігацій, ощадних сертифікатів, емітованих іншими фізичними особами;
- виплата емітентом облігацій, ощадних сертифікатів, процентів за ними й номінальної вартості цих боргових зобов'язань при їх погашенні;

- від'ємні курсові різниці, які виникають внаслідок коливання курсу національної валюти, на залишок іноземної валюти на кінець звітного періоду;

- балансова вартість проданої за гривні іноземної валюти.

Витрати на благодійні цілі. Кожне підприємство має право вносити кошти або майно на безповоротній основі на користь благодійних фондів, установ, закладів (неприбуткових) для провадження благодійної, оздоровчої, освітньої, наукової, спортивної та іншої діяльності. Ці витрати у розмірі, що не перевищує 4 відсотків від суми прибутку, яка підлягає оподаткуванню, відносять до валових витрат підприємства.

Суми безнадійної дебіторської заборгованості та заборгованості, на яку минув строк позовної давності. До складу валових витрат списана безнадійна заборгованість входить у разі, якщо підприємством ужито заходів для стягнення такої заборгованості, але вони не принесли позитивних результатів.

Суми сплачених (або нарахованих) податків, зборів, обов'язкових платежів. До валових витрат відносять усі податки і збори, обов'язкові платежі, які встановлені чинним податковим законодавством, за винятком податку на прибуток, на дивіденди, а також податку на додану вартість, який сплачується підприємством через ціну товарів і послуг, які воно придбаває для виробничого та невиробничого використання.

Низка витрат, які здійснює підприємство в процесі фінансово-господарської діяльності, до складу валових витрат не відноситься (і, отже, вони не впливають на оподаткування прибутку). До таких витрат належать:

- придбання та будівництво основних засобів;

- витрати на поточний, капітальний ремонт основних засобів, їх реконструкцію, технічне переоснащення у розмірах, що перевищують 5 відсотків їх балансової вартості на початок року;

- витрати на прямі інвестиції у вигляді внесення коштів або майна з метою придбання корпоративних прав, емітованих іншою юридичною особою;

- витрати на утримання органів управління, яким підпорядковані підприємства — платники податку на прибуток;

- збитки, понесені в результаті реалізації товарів (робіт, послуг) пов'язаним особам за зниженими цінами (за цінами, які нижчі від звичайних). Пов'язані юридичні і фізичні особи — це організації або фізичні особи, які здійснюють контроль над підприємством або, навпаки, контролюються даним підприємством, посадові особи підприємства, які уповноважені ним здійснювати юридичні дії від імені підприємства, члени їхніх сімей;

- оплата штрафів, пені, неустойок за порушення податкового законодавства, інші фінансові санкції, в тому числі штрафи за порушення господарських договорів;

- деякі інші витрати підприємств, установлені законодавством

ЗАДАЧА

Розрахуйте ємність ринку;

Фонд заробітної плати населення міста -2460 тис.грн.

Інші доходи населення -7,5 %,до фонду заробітної плати, нетоварні витрати - 29 % від усіх доходів.

Інорайонний попит - 7 % від покупних фондів населення,

Закупки підприємств - 42,36 тис. грн.

Товарообіг підприємств громадського харчування і других організацій в прогнозованому році -504 тис.грн.

РІШЕННЯ

Купівельні фонди населення = всі доходи – нетоварні витрати

Ємність ринку = Купівельні фонди населення + інорайонний попит+ закупки іншими організаціями

1. Інші доходи населення $2460 \times 7,5\% = 184,5$ тис.грн

2. Всі доходи $2460 + 184,5 = 2644,5$ тис. грн..

3. Нетоварні витрати $2644,5 \times 29\% = 766,9$ тис. грн..

4. Купівельні фонди населення $2644,5 - 766,9 = 1877,6$ тис. грн..

5. Інорайонний попит $1877,6 \times 7\% = 131,4$ тис. грн..

6. Ємність ринку $1877,6 + 131,4 + 42,36 = 2051,36$ тис. грн..

15.Розкрити сутність та структуру ринку. Види ринків в залежності від різних типів власності.

Ринок - поняття більш широке і містке. Це і магазини, універмаги, універсами, різні палатки, де продаються продукти харчування, одяг, взуття, товари щоденного вжитку. Є ринки, на яких продаються і купуються цінні папери (акції, облігації). Це фондові біржі. На товарних біржах, де пропонуються товари (зерно, цукор, цемент) за стандартними якісними показниками, покупці та продавці вступають у конкретні відносини. Два учасники або більше беруть на себе юридичні зобов'язання, якими визначаються їхні дії та відповідальність. Ці та інші відносини між продавцями і покупцями з приводу існуючих та потенційних товарів утворюють ринки.

Ринок - це обмін, який здійснюється за законами товарного виробництва і обігу. Проте, коли мова йде про ринок як сфери обміну, слід мати на увазі, що це не просто сфера обміну (він може відбуватися і у неринковій формі - наприклад, бартеру), а така сфера, в якій обмін товарів здійснюється за суспільною оцінкою, що знаходить своє відбиття у ціні.

Інакше кажучи, збалансування активів купівлі-продажу має досягатися за допомогою цін. Це положення має надзвичайно важливе значення, тому що лише ринок виконує роль механізму, через який досягається рівновага попиту і пропозиції.

Ринок сприяє вирішенню трьох основних економічних завдань: що, як і для кого виробляти.

1. Що виробляти, які товари, послуги, визначають не парламент чи уряд, а покупці та продавці. Перші платять гроші за певні товари, які представлені на ринку, а другі виробляють ті товари, які мають збут і приносять прибуток. Адже, якщо немає попиту на якийсь товар, то на його виробництво будуть витрачені матеріали, сировина, знаряддя праці, робоча сила, а отже, і фірма чи виробник матимуть збитки. Ясно і те, що покупець заплатить за певний товар ціну, яка його влаштує, а продавець віддасть свій товар за суму, що принесе йому вигоду. Отже, головну роль у вирішенні питання, що виробляти, у ринковому механізмі належить ціні.

2. Як виробляти товари, визначає конкуренція між виробниками. Застосовуючи примітивну техніку, технологію, організацію виробництва, суб'єкти господарської діяльності матимуть індивідуальні витрати виробництва вищі за суспільне необхідні, а отже, продаватимуть свої товари за цінами, які нижчі, ніж витрати на ці товари. В результаті вони стануть банкрутами. Отже, конкуренція спонукає всіх товаровиробників зменшувати витрати виробництва, що можливо завдяки запровадженню нової техніки, технології, організації виробництва тощо.

3. Для кого виробляти товари, визначає попит. Якщо населення отримує високі доходи, то воно може купувати різноманітні товари. У тому разі, коли більшість населення країни має обмежені доходи, вона купуватиме лише предмети першої необхідності. У першому випадку попит стимулюватиме виробництво, а в другому - де-стимулюватиме і зумовлюватиме його згортання.

Важливим споживачем, а отже, стимулятором виробництва є підприємства, фірми. Якщо вони отримують значні прибутки, то купують чинники виробництва (матеріали, сировину, техніку, робочу силу), що сприяє розвитку виробничого споживання. І, навпаки, при значній збитковості підприємств попит на чинники виробництва зменшуватиметься.

Замовниками різних товарів можуть бути і уряд, і іноземні фірми, що також визначає спрямованість виробництва.

Ринок забезпечує зв'язок між виробництвом і споживанням, пропорційність процесу відтворення, його цілісність. Тут відбувається суспільне визнання створеного продукту, суспільного характеру праці, що втілюється в ньому. Будь-яка споживна вартість починає служити людям лише після її реалізації, а праця, витрачена на виробництво товару, стає суспільне необхідною. Відбувається це завдяки досягненню рівноваги між попитом і пропозицією. На ринку кількість товарів, яку хочуть купити покупці, має відповідати кількості товарів, яку хочуть продати продавці. У цьому разі ціни встановлюються на рівні попиту і пропозиції, що й веде до рівноваги.

Отже, **ціна рівноваги - це ціна, за якої пропозиція відповідає попиту.** Рівновага ринкових цін забезпечує збалансованість між різними

галузями виробництва, виробничою і невиробничою сферами, між сумою вартостей і цін товарів, між платоспроможним попитом і пропозицією.

Якщо ж рівноваги між попитом і пропозицією немає, то ринок через такий його важіль, як ціна, впливає і на виробництво. Недостатня кількість певних споживних вартостей на ринку призводить до підвищення на них цін і навпаки. Це, в свою чергу, впливає на виробництво, зумовлює його розгортання або скорочення.

Ефективний ринок

Якщо запаси товарів реалізуються за цінами, близькими до ціни рівноваги, ринковий механізм працює ефективно, а подібні ринки є ефективними. Найефективніше ринки функціонують в умовах чистої конкуренції, де відтворюються основні ознаки "вільного ринку".

Ці ознаки сформульовані світовою економічною наукою і зводяться ось до чого:

- необмежена кількість учасників конкуренції, абсолютно вільний доступ до ринку і такий же вільний вихід з нього. Вільному ринку відповідають будь-які форми власності, крім державної;
- абсолютна мобільність матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів. Кожний учасник конкуренції вкладає гроші в акції, облігації та інші цінні папери для отримання доходу. Це можливо лише при залученні додаткових ресурсів та розширенні виробництва;
- вироби на ринку однорідні (тобто "одне яблуко не гірше за інше");
- наявність у кожного учасника конкуренції повного обсягу інформації про попит, пропозицію, ціни, норму прибутку тощо;
- у системі вільного ринку немає місця будь-яким типам монополії, виключені інфляція, безробіття, надвиробництво.

Ознайомившись з такими ознаками "вільного ринку", будь-хто зробить висновок: такого ринку немає і ніколи не може бути. Водночас стане зрозумілим і те, що будь-який реально функціонуючий ринок (його ще називають конкурентним, або операційним) має в собі елементи вільного.

Поняття "вільний ринок" - це не стихія і анархія, як інколи думають. Він має зовсім інший зміст: надання права вільного вибору споживачеві того чи іншого блага у межах доходів, якими володіє населення, і рівня цін, що склалися. Це має забезпечити: по-перше, незалежність економічного суб'єкта від владних структур та їхніх чиновників; по-друге, вільний вибір товару; по-третє, диктат на ринку споживача, а не виробника.

Ринок є одним з найбільших досягнень цивілізації, загальноекономічним явищем, характерним для будь-якого способу виробництва, де діють закони товарного господарства.

Ринкові відносини динамічні, вони несуть в собі не тільки генетичну пам'ять економічних перетворень, здійснених людством, а й особливості історичних, економічних, природничих, соціально-політичних, національних, культурних та інших умов розвитку різних країн. Реальний стан цих умов визначає ступінь розвитку ринкових відносин. У зв'язку з цим характер ринку

і ринковий механізм (мотивація праці, критерії ефективності, ступінь розвитку банківсько-кредитної системи, організація та методи регулювання) у різних країнах мають значні відмінності.

Сучасний ринок як високорозвинений продукт цивілізації докорінно відрізняється від ринку епохи вільної конкуренції. Для нього характерні гарантований збут значної кількості товарів, соціальний захист непрацевдатного і малозабезпеченого населення, регулювання фінансової, грошової, кредитної та цінової політики з боку держави, високі організованість та виконавча дисципліна.

Функції ринку

Ринок є складним утворенням, що, з одного боку, являє собою сферу обміну, сукупність процесів купівлі-продажу, які здійснюють збалансування за рахунок цін, а з іншого - забезпечує зв'язок між виробництвом і поживанням, безперервність процесу відтворення, його цілісність

Більш повно і глибоко сутність ринку можна розкрити через функції, які він виконує. Головні з них такі:

- регулююча,
- стимулююча,
- розподільча,
- інтегруюча.

Регулююча функція ринку забезпечує постійність зв'язків між різними галузями виробництва, попитом і споживанням, встановленням пропорцій в економіці та безперервність процесу відтворення. Через конкуренцію ринкові відносини активно впливають на рівень витрат на виробництво будь-якого товару, науково-технічний прогрес, на задоволення платоспроможного попиту населення.

Внаслідок дії закону вартості, закону попиту та пропозиції, інших законів ринкової економіки індивідуальна праця зводиться до суспільне необхідної та визначення цінності товару. Без конкуренції, еквівалентного обміну вартість не може бути визначена. Цей механізм сприяє вирівнюванню прибутків підприємців різних галузей виробництва, утворенню середньої норми прибутку, що досягається через перелив капіталів між галузями. Останнє, в свою чергу, є регулятором пропорцій в економіці.

У зв'язку з тим, що створена споживна вартість перетворюється на товар лише після визнання її суспільством (після продажу), можна зробити висновок, що споживач здійснює контроль над виробником. Якщо цього немає, то в суспільстві принижується роль ринку як регулятора, що призводить до наростання диспропорцій між попитом і пропозицією товарів, виникнення дефіциту як загальноекономічного явища.

Визначаючи важливість регулюючої функції ринку, не можна абсолютизувати її. У сучасних розвинених ринкових системах ринок регулюється також державою і товаровиробниками. А це означає, що методи регулювання можуть бути також державними і недержавними.

До державних належать:

- а) економічні важелі - кредити, податки, ціни, які встановлює держава;
- б) адміністративні важелі - державне замовлення, державні програми, правила укладання господарських договорів.

Недержавними є різні угоди між товаровиробниками про ринки збуту, ціни, квоти тощо.

Стимулююча функція ринку полягає в тому, що вона сприяє заохоченню тих, хто найбільш раціонально використовує чинники виробництва для одержання найкращих кінцевих результатів, застосовуючи найновіші досягнення науки, техніки, організації, стимулювання праці та управління. Якщо суб'єкти господарювання не прагнуть до постійного підвищення ефективності виробництва, їхні індивідуальні витрати виробництва будуть вищими, ніж суспільне необхідні, вони будуть неконкурентоспроможними і стануть банкрутами. А це означає, що ринок виконує і розподільчу функцію.

У конкурентному середовищі ринкова ціна диференціює доходи товаровиробників, виявляє переможців і переможених. Для перших створюються умови щодо подальшого розвитку і процвітання, а для других постає питання про їхнє існування. Відповідно відбувається і соціальне розшарування суспільства за доходами - на багатих і бідних.

Ринок робить економіку єдиним цілим, розвиваючи систему горизонтальних і вертикальних зв'язків (підприємств, галузей, регіонів), у тому числі зовнішньоекономічних. У цьому виявляється інтегруюча функція ринку.

Будучи за своєю природою інтернаціональним, ринок сприяє проникненню товарів у різні країни і куточки світу. Обмін товарами між країнами здійснюється за світовими цінами, які засновуються на інтернаціональній вартості. Якщо ж на світовий ринок потрапляє товар, витрати на виготовлення якого перевищують суспільне необхідні інтернаціональні витрати праці, їхній власник стає неконкурентоспроможним.

З викладеного можна зробити висновок, що результати діяльності ринкового механізму є ефективними завдяки певному порядку, який діє в економічній системі. Адам Сміт довів, що подібний порядок встановлюється згідно з принципом "невидимої руки". Сутність останнього полягає в тому, що кожна особа виходить з власної вигоди, якою керує "невидима рука", мета якої - досягти найбільшої вигоди для всіх. Адам Сміт вбачав за невидимою рукою непередбачену силу, яка сприяє досягненню гармонії інтересів між особою і суспільством. Через це він вважав будь-яке втручання держави у вільну конкуренцію шкідливим.

Історія спростувала таку категоричність, довівши, що "невидима рука" призводить і до нераціональних витрат, неефективного ведення економіки, соціальних суперечностей.

Світовий досвід переконливо засвідчив, що можливості ринкового механізму не безмежні.

16.Розкрийте сутність майна, його характеристика і джерела утворення. Показники ефективності використання основних засобів і оборотних активів.

Ефективність використання оборотних активів на підприємстві має важливе значення, оскільки справляє значний вплив на загальну ефективність всієї сукупності засобів, залучених підприємством. Це пояснюється тим, що тривалість обороту основних і оборотних засобів суттєво відрізняється через принципові відмінності за характером участі у виробничому процесі основних та оборотних фондів. Якщо перші неодноразово беруть участь у процесі виробництва, то оборотні фонди — один раз, повністю споживаючись у кожному його циклі. Обороти основних фондів вимірюються роками, водночас як оборотні фонди і фонди обігу протягом року здійснюють, як правило, декілька оборотів. Отже, оборотні активи, що обслуговують оборот оборотних фондів і фондів обігу, багато в чому визначають загальні темпи і ефективність виробництва.

В системі заходів, спрямованих на підвищення ефективності роботи підприємства і зміцнення його фінансового стану, важливе місце займають питання раціонального використання оборотних активів.

Ефективність використання оборотних коштів не можна виміряти за допомогою одного показника. Для цього необхідна система показників, найважливішим з яких є **швидкість обертання**. Цей показник обчислюється у днях і характеризується періодом, за який оборотні кошти підприємства здійснюють один оборот.

$$O = \frac{C \cdot D}{P}, \quad (6.7)$$

де O — термін обертання оборотних коштів (днів);

C — середні залишки нормованих оборотних коштів (грн);

D — тривалість періоду, за який обчислюється обертання (днів);

P — обсяг реалізованої продукції (грн).

Цей показник водночас відображає обсяг реалізації створених товарів і наданих послуг за даний період і ефективність використання матеріальних засобів і коштів.

Обертання оборотних коштів обчислюється за планом і фактично. Порівнюючи фактичний час обертання з плановим, визначають прискорення або сповільнення обертання як щодо всіх нормованих оборотних коштів, так і до окремих їх статей.

Для характеристики ефективності використання оборотних коштів використовується **коефіцієнт обертання** (K_o), який визначається за формулою

$$K_o = \frac{P}{C}, \quad (6.8)$$

де P — обсяг реалізованої продукції (грн);

C — середні залишки нормованих оборотних коштів (грн).

Цей показник характеризує кількість оборотів оборотних коштів за звітний період. Чим більше оборотів здійснюють оборотні кошти, тим краще вони використовуються.

Коефіцієнт завантаження визначається за формулою

$$K_z = \frac{C}{P}, \quad (6.9)$$

де K_z — коефіцієнт завантаження оборотних коштів (коп.).

Він характеризує величину оборотних коштів на 1 грн реалізованої продукції. Чим менше оборотних коштів припадає на одну гривню реалізованої продукції, тим краще вони використовуються.

Коефіцієнт ефективності (K_e) визначається за формулою:

$$K_e = \frac{\Pi}{C}, \quad (6.10)$$

де Π — прибуток від реалізації товарної продукції (грн).

Цей показник характеризує, скільки прибутку припадає на 1 грн оборотних коштів. Чим більший він, тим ефективніше використовуються оборотні кошти.

В результаті прискорення обертання оборотних активів з обігу вивільняються матеріальні ресурси і джерела їх формування, при уповільненні — до обігу залучаються додаткові активи.

Вивільнення оборотних активів може бути абсолютним і відносним. Абсолютне має місце у випадку, коли фактичні залишки оборотних активів менші від нормативу або залишків попереднього періоду при збереженні чи перевищенні обсягу реалізації за визначений період.

Відносне вивільнення має місце у випадках, коли прискорення їх обертання відбувається одночасно зі зростанням виробничої програми підприємства, причому темп зростання залишків виробництва випереджає темп зростання залишків оборотних активів.

Прискорення обертання оборотних активів і вивільнення в результаті цього їх певної суми дає змогу підприємству спрямувати їх за своїм бажанням і обійтись без залучення додаткових фінансових ресурсів.

Пошук шляхів поліпшення оборотних активів передбачає насамперед впровадження сучасних технологій та інших досягнень науково-технічного прогресу, що забезпечують економію ресурсів, здешевлення виробництва і зростання якості продукції. Важливу роль у цьому відіграє удосконалення відносин з іншими господарюючими суб'єктами, контрагентами даного підприємства. Мова йде про удосконалення умов матеріально-технічного обслуговування. Крім того, покращання свого становища на ринку передбачає стабільність у відносинах з покупцями, вибір форм розрахунків,

що гарантують платежі і забезпечують прискорення завершення реалізації продукції і надходження коштів на рахунки підприємства. Це не тільки сприяє поліпшенню фінансового стану конкретного підприємства, а й забезпечує закріплення господарських зв'язків, поліпшення фінансової і платіжної дисципліни.

ЗАДАЧА

1. Проаналізуйте роздрібний товарообіг в цілому по підприємству, зробіть висновки.

Квартал	План		Фактично		% виконання
	оборот тис.грн.	питома вага	оборот тис.грн.	питома вага	
I	2419	24	2344,0	23	96,9
II	2469,6	24,5	2548,0	25	103,2
III	2570,4	25,5	2497,0	24,5	97,1
IV	2620,8	26	2802	27,5	106,9
Всього за рік	10080,0	100	10191	1500	x

Для розрахунку обороту по плану використовуємо метод пропорції.

I квартал 10080 – 100%

X - 24

$X = 10080 \times 24 / 100 = 2419$ тис. грн..

Аналогічно рахуємо наступні квартали

Фактична питома вага розраховується за допомогою методу пропорції

I квартал 10191 - 100%

2344 - x%

$X = 2344 \times 100 / 10191 = 23\%$

Аналогічно рахуємо наступні квартали

% виконання плану визначається як відношення фактичного обороту до планового обороту

I квартал $2344/2419 \times 100\% = 96,9\%$

Аналогічно рахуємо наступні квартали

ВИСНОВОК: отже провівши розрахунок по даній задачі можна сказати, оборот в I та III кварталі фактично було не виконано. В II та IV кварталі фактичний оборот було перевиконано на 3,2 % та 6,9% відповідно.

Отже в I та III кварталі необхідно звернути увагу на кількість споживачів, переглянути асортимент продукції, провести додаткові аналізи.

17. Охарактеризувати природу ціни, структура цін, на товари, система цін в торгівлі.

В умовах ринкової економіки комерційний успіх будь-якого підприємства багато в чому залежить від правильно вибраної стратегії і тактики ціноутворення на товари і послуги. Складність ціноутворення полягає в тому, що ціна – категорія кон'юнктурна. На її рівень істотно впливає комплекс політичних, економічних, психологічних і соціальних чинників.

Існує три основні цілі цінової політики:

- забезпечення збуту;
- максимізація прибутку;
- утримання своєї частки ринку.

Підприємство може або переслідувати вказані цілі одночасно, або вибрати для себе пріоритетну мету.

Система цін на підприємствах промисловості, таким чином, мусить будуватися так, щоб вона забезпечувала самофінансування підприємств і об'єднань (повну окупність виробничих витрат і управління, отримання прибутку), також активно впливала на розвиток виробництва, тобто на збільшення випуску продукції, поліпшення її якості і т.д.

Ціна на будь-який товар складається з певних елементів, перелік яких міняється залежно від виду ціни. Співвідношення окремих елементів ціни, виражене в частках або відсотках, є структурою ціни.

Визначення структури ціни дозволяє зрозуміти, яку частку в ціні становлять собівартість, прибуток і податки. На основі цієї інформації можна ухвалювати рішення про можливі резерви і напрями зниження цін, витрат, про збільшення прибутку, тобто розробляти стратегію і тактику ціноутворення на підприємстві. Якщо в структурі ціни найбільшу частку займає собівартість, то це можна сприймати як сигнал до зниження конкурентоспроможності, оскільки підприємство не може брати повноцінну участь в ціновій конкуренції. Велика частка прибутку і податків і низька частка собівартості свідчать про зворотну ситуацію – підприємство конкурентоспроможна і може в конкурентній боротьбі використовувати чинник зниження цін вільніше.

Коли відома структура ціни, можна легко уявити собі, як на ній позначається подвійне оподаткування (у випадку, якщо товар обкладається акцизом), а також вплив великого числа посередників на формування структури роздрібною ціни (чим ширше коло посередників, тим більше число раз повторюватимуться такі елементи, як купівельна і роздрібна ціна оптового посередника, що приведе до зростання частки постачальницько-збутових надбавок в роздрібній ціні).

Необхідно відзначити, що частка собівартості у складі ціни потребує додаткового ретельного аналізу. Це було пов'язано з тим, що всі витрати виробництва продукції і надання послуг діляться на умовно-змінні, частка яких у складі собівартості може бути різною, і умовно-постійні. Якщо

підприємство намічає понизити частку витрат в ціні продукції, то воно мусить провести додатковий аналіз в цій галузі.

Діючі в економіці ціни утворюють єдину систему і знаходяться у взаємозв'язку і взаємодії. Система цін складається з ряду блоків, які у свою чергу діляться на підблоки. В основі взаємодії всіх блоків лежить принцип сполучених судин: зміна цін в одному з блоків приводить до обов'язкової їхньої зміни в інших блоках. Взаємозалежність і взаємодія цін обумовлені двома чинниками:

1. формування цін всіх блоків базується на єдиних законах – законах вартості, пропозиції і попиту:

2. господарська діяльність всіх підприємств взаємопов'язана, вони використовують продукцію один одного. Наприклад, зміна тарифів на вантажні перевезення, електроенергію знаходить швидке віддзеркалення в цінах практично на будь-яку продукцію.

Існує велика кількість ознак, за якими здійснюється класифікація цін. Проте твердих меж цих класифікацій немає – одна і та ж ціна може одночасно відноситися до декількох груп цін. Ціни можна розділити на такі групи:

1. Ціна базисна – ціна товару з фіксованими в прейскурантах параметрами якості, розміру, хімічного складу.

2. Ціна демпінгова – одинично понижена ціна продажу товарів, що використовується як спосіб витіснення конкурентів з ринку.

3. Ціна диференційована – ціна, яка диференціюється в межах певного району або за іншими ознаками.

4. Ціна змінна – ціна, яка встановлюється на вироби з певним терміном виготовлення.

5. Ціна зовнішньоторговельна – ціна на експортні і імпорتنі товари, рівень якої формується на світовому ринку.

6. Ціна зональна – ціна, яка відображає географічні умови виробництва або реалізації продукції.

7. Ціна комерційна – ціна на предмети споживання, реалізовані в комерційних магазинах.

8. Ціна лімітна – верхня межа рівня цін, встановлювана на проєктовані вироби.

9. Ціна нормальна – ціна товару, позначена в прейскурантах; біржова котирувальна ціна на товар.

10. Ціна паритетна – ціна, яка регулює рівень цін на основні види сільськогосподарської продукції.

11. Ціна початкова – ціна на пропоновану до продажу на аукціоні партію товару, яка встановлюється його власником.

12. Ціна престижна – ціна на унікальний товар, який користується підвищеним попитом.

13. Ціна продажна – кінцева ціна, за якою продавець реалізує товар споживачу.

14. Ціна разова – ціна на продукцію виробничо-технічного призначення, яка виготовлена за одиничними замовленнями.

15. Ціна СІФ ціна в зовнішньоекономічній діяльності, включаючи вартість товару, транспортні витрати і страхування вантажу.

16. Ціна тверда – ціна, встановлювана у момент підписання контракту і не міняється протягом його дії.

17. Ціна фактурна – ціна закупівлі і продажу товарів; залежить від умов угоди між імпортером і експортером.

18. Ціна ФОБ – контрактна ціна в зовнішній торгівлі, що включає вартість товару і всі витрати експортера на доставку в порт відправки.

18.Розкрити основні етапи розробки стратегічного плану торговельного підприємства, система планів послідовність розробки.

Стратегічне планування є однією з основних функцій стратегічного управління. Воно являє собою процес прийняття управлінських рішень щодо стратегічного передбачення (формування стратегій), розподілу ресурсів, адаптації компанії до зовнішнього середовища, внутрішньої організації.

Процес стратегічного планування посідає центральне місце в системі стратегічного управління. Більшість західних і східних фірм використовують стратегічне планування для того, щоб змінити себе, вийти з безнадійних ситуацій, які сформувались зовні та в середині підприємства. Основні передумови переходу до стратегічного планування такі:

- необхідність реакції на зміни умов функціонування підприємств;
- потреба в об'єднанні різних напрямків діяльності підприємства в умовах розвитку процесів децентралізації та диверсифікації;
- наявність яскраво виражених конкурентних переваг і необхідність їхньої підтримки (у підприємств, що їх мають) або створення їх (в аутсайдерів), посилення конкуренції;
- інтернаціоналізація бізнесу, розвиток зв'язків з підприємствами, які використовують систему стратегічного планування;
- наявність висококваліфікованих менеджерів, здатних вирішувати складні питання, застосовуючи систему стратегічного управління;
- розвиток теорії та практики, стратегічного планування, які допомагають перейти від методу «проб і помилок» до наукових методів передбачення й підготовки майбутнього та до майбутнього;
- наявність доступної інформації (глобальних інформаційних мереж) для вивчення сильних і слабких сторін підприємства, зовнішнього середовища та умов конкуренції;
- посилення інноваційних процесів, генерація та швидке освоєння підприємствами нових ідей;

- необхідність впровадження високої культури управління, орієнтованої на запобігання опору змінам та стимулювання розвитку підприємства.

Крім того, існують макропроцеси, які стимулюють розвиток стратегічного планування. Понад 40 країн розвивають свою економіку за допомогою системи п'ятирічних планів. Наприклад, у Японії планувалося 10 п'ятирічок, у Франції п'ятирічні плани застосовуються з 1947 року. Наявність таких планів орієнтує підприємства на певні напрямки та спонукає їх планувати свою діяльність.

Стратегічне планування — це систематизовані та більш-менш формалізовані зусилля всього підприємства, спрямовані на розробку та організацію виконання стратегічних планів, проектів і програм. У свою чергу, розробка планів як специфічний вид діяльності — це послідовний ітераційний процес, що складається з кількох взаємопов'язаних етапів:

- встановлення цілей;
- визначення стратегій («стратегічного набору») та заходів щодо їхньої реалізації;
- передбачення послідовності дій у межах досить тривалого часу та закріплення її у планах, проектах і програмах різного типу, що є інструментами досягнення цілей та реалізації стратегій;
- організація виконання планових завдань;
- облік, контроль та аналіз їхнього виконання.

Останні два етапи є переходом до впровадження цілісної системи стратегічного управління, оскільки зумовлюють необхідність організаційно-аналітичної та контрольної-координаційної діяльності не лише в органах стратегічного планування, а й у ланках, де виконуються дії, визначені стратегічними планами та програмами.

Мета стратегічного планування — встановити певний порядок дій для підготовки ефективного функціонування конкурентоспроможного підприємства.

Реалізація мети стратегічного планування можлива, якщо воно відповідає таким основним принципам:

- цілевстановлення та цілереалізація — всі заходи та шляхи їхнього здійснення, передбачені в системі стратегічного планування, спрямовано на встановлення та досягнення цілей (стратегічних орієнтирів): система планування відповідальна за це. Відповідність цьому принципу свідчить про дієвість планів, які цінні тим, що дають змогу досягти результатів;

- багатоваріантність, альтернативність та селективність — реакція на середовище, що змінюється, шляхом переходу на заздалегідь обгрунтовані та визначені альтернативи;
- глобальність, системність, комплексність і забалансованість — орієнтація на охоплення окремими стратегіями всіх аспектів діяльності об'єкта та взаємозв'язок між ними; в межах стратегічного планування готують систему рішень, а не окремі рішення; спрямованість на зміну ситуації зовні та всередині підприємства;
- спадковість і послідовність — стратегічні зміни мають впроваджуватися в певному порядку (про це йшлося під час розгляду «стратегічного набору») з урахуванням досягнутих результатів і специфічних особливостей процесів та явищ;
- безперервність — стратегічна діяльність є складним процесом, зупинка якого повертає підприємства у початкову позицію;
- наукова та методична обгрунтованість — використання поширених науково-методичних підходів допомагає розробляти реальні плани, узгоджені з параметрами зовнішнього та внутрішнього середовища;
- реалістичність, досяжність — врахування особливостей функціонування об'єкта, відносно якого розробляються стратегічні плани, та можливості досягнення певних параметрів;
- гнучкість, динамічність, реакція на ситуацію — урахування часових характеристик і характеру змін, що відбуваються на підприємстві згідно з етапами «життєвих циклів» (підприємства та пов'язаних з ним окремих підсистем); цьому сприяє наявність надійного зворотного зв'язку.

ЗАДАЧА

1. Проаналізувати виконання плану валового доходу, розрахувати вплив чинників на валові доходи.Зробити висновки.

№ п/п	Показники	План тис. грн.	Фактичне тис.грн.	Відхилення
				тис.грн.
1	Товарообіг	1150	1200	50
2.	Валові доходи:			
	А).сума	63,3	67,6	4,2
	Б).рівень,%	17	17,3	0,3

РІШЕННЯ

Щоб розрахувати відхилення необхідно від фактичного показника відняти планове.

Товарообіг : $1200 - 1150 = 50$ тис. грн..

Валові доходи СУМА: $67,6 - 63,3 = 4,2$ тис. грн..

Рівень: $17,3 - 17 = 0,3$ тис. грн..

ВИСНОВОК: отже, як свідчать розрахунки, товарооборот у звітному періоді зріс на 50 тис. грн., відповідно і валові доходи зросли на 4.2 тис.грн.

ЗАДАЧА

№ п/п	Показник	Одиниці виміру	План	Фактично	Відхилення
1.	Товарообіг	Тис.грн.	2670,0	2715,0	45
2.	Фонд оплати праці	Тис.грн.	120,2	127,6	7,4
	А) Сума	%	4,5	4,7	0,2
	Б) % до обороту				
3.	Середньооблікова чисельність.	осіб	70	72	2
4.	Продуктивність праці, рік		38,1	37,8	-0,3
5.	Середня річна заробітна плата.	тис.грн.	1,717	1,772	0,055

РІШЕННЯ

Продуктивність праці розраховується як відношення суми товарообігу до середньооблікової чисельності населення.

Планова продуктивність праці $2670/70 = 38,1$ тис. грн.

Фактична продуктивність праці $2715 / 72 = 37,8$ тис. грн..

Для розрахунку відхилення необхідно від фактичних показників відняти планові.

ВИСНОВОК:

Отже проведені розрахунки свідчать про фактичне зростання товарообігу, а саме на 45 тис. грн., зріс також і фонд оплати праці на 7,4 тис. грн., чисельність працівників на підприємстві також зросла на 2 чол., середня заробітна плата зросла на 0,055 тис. грн..

ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

ОСТАННЯ ЦИФРА ШИФРУ											
ПЕРЕДОСТАННЯ ЦИФРА ШИФРУ	A	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	0	B10	B9	B8	B7	B5	B6	B4	B3	B1	B2
	1	B9	B2	B3	B5	B4	B9	B7	B10	B6	B8
	2	B8	B3	B2	B6	B1	B7	B10	B5	B9	B4
	3	B7	B4	B1	B9	B3	B2	B5	B6	B10	B8
	4	B6	B5	B4	B8	B9	B10	B3	B2	B1	B7
	5	B5	B6	B10	B1	B6	B2	B7	B9	B4	B3
	6	B4	B7	B5	B2	B8	B1	B6	B10	B6	B9
	7	B3	B6	B9	B10	B7	B4	B1	B8	B2	B5
	8	B2	B9	B6	B3	B10	B8	B9	B7	B4	B1
	9	B1	B10	B7	B4	B2	B3	B8	B1	B5	B6

Варіант №1

1. Бізнес - план, характеристика, послідовність розробки, значення в період ринкових відносин.
2. Розкрити сутність валових витрат в цілому по підприємству і окремим видам витрат.

3. ЗАДАЧА

Проаналізуйте товарооборотність по підприємству на основі даних:

- 1) Очікуваний товарообіг на рік 29500 тис. грн.
- 2) Товарні запаси склали тис. грн.:
 - на 01.02 - 5180
 - на 01.04.- 5200
 - на 01.07.- 5260
 - на 01.10.- 5060
 - на 01.01.- 4980.
- 3) Норматив товарних запасів і товарооборотності 54 дні.
- 4) Зробіть висновки, в яких визначте, як вплинули на обертання об'єм товарообігу і середній товарний запас. Розробіть заходи по прискоренню товарооборотності.

Варіант №2.

1. Розкрити сутність і принципи податкової політики.
2. Обґрунтувати рівень валових витрат, як якісний показник діяльності підприємства. Чинники, які впливають на об'єм і рівень витрат обігу.

3. Задача

Визначити ефективність проведення рекламних заходів.

- обсяг реалізації товарів до рекламного періоду (тис. грн.);
- I група товарів - 900,0;
- II група товарів - 920,0;
- обсяг реалізації товарів рекламного періоду (за 10 днів) тир грн.;
- I група товарів - 999,0;
- II група товарів - 980,0;
- розмір торгової надбавки в %;
- I група товарів 25;
- II група товарів 25;
- Витрати обігу в %;
- I група товарів - 20,0;
- II група товарів - 19,5.

Варіант №3.

1. Товарообіг, економічне значення, методи розрахунку і шляхи прискорення товарообігу. Роль комерсанта в формуванні оптових товарних засобів і прискорення товарообігу.

2. Аналіз прибутку в торгівлі, задачі, методика проведення, розрахунок чинників впливаючих на прибуток.

3. Задача

Проаналізуйте надходження товарів у підприємство за квартал, зробіть висновки та пропозиції.

Показники	План-прогноз тис. грн.	Фактично Тис.грн.	Відхилення Тис. грн.
3.1. Виробничі підприємства	95300,0	84100,0	
3.2. Кооперативи	38900,0	25400,0	
3.3. Малі підприємства	54300,0	50100,0	
3.4. Індивідуальні виробники	150,0	180,0	

Варіант №4.

1. Дати характеристику видам підприємства і економічним особливостям їх діяльності.
2. Визначити необхідну суму надходження по групі «Кондитерські вироби», яка забезпечить виконання плану товарообігу. План реалізації товарів ІУ квартал - 920 тис грн. Норматив товарного запасу - 28 днів. Фактичні товарні запаси - 275,5 тис. грн..

3. Задача

Визначити суму і рівень валового доходу на прогнозуємий період.

№	Товарні групи	Товарообіг тис. грн.	Торгова надбавка, %	Сума торгових надбавок т.г.
1.	Товарна група № 1	300,0	20	
2.	Товарна група № 2	375,0	19,5	
3.	Товарна група № 3	450,0	17,8	
4.	Товарна група № 4	420,0	20	
5.	Інші товари	875,0	18,1	
	Разом:	23470,0	x	

Варіант №5.

1.Охарактеризувати суть і склад товарних запасів, їх значення в розвитку товарообігу, класифікацію, одиниці виміру, чинники, які впливають на величину товарних запасів.

2.Розкрити суть форм і систем оплати праці в торгівлі, формування фонду оплати праці.

3.Задача

Спрогнозуйте необхідну суму валового доходу який необхідний для забезпечення фінансування господарських завдань підприємства.

- Податок на добавлену вартість (в %) - 20,0.
- Витрати обігу (в тис. грн.) - 3816,0.
- Податок на прибуток (в %) - 30,0.
- Фонд розвитку підприємства (в тис. грн.) - 2346,0.
- Фонд соціального розвитку (в тис. грн.) - 547,5.

Варіант №6.

1. Обґрунтувати визначення купівельних фондів населення, ємності ринку, методика розрахунку цих показників, та їх вплив на роздрібний товарообіг.
2. Обґрунтувати позикові засоби підприємства: сутність, принципи та функції, Кредитні заклади. Банківська система України, види банків.

3. Задача:

Визначити:

- Нормативи товарних запасів в сумі по кожній групі товарів і по магазину в цілому на I/IV.
- Середню норму товарних запасів в днях до обороту по магазину в цілому на I/IV
- План надходження товарів в першому кварталі по кожні групі і в магазині в цілому.

В магазині встановлені наступні показники на I квартал:

Групи товарів	Товарооб. на I кв. тис.грн.	Товарні запаси на I/I тис.грн.	Запаси товарів I/IV	
			Сума тис.грн.	Норма, дні
1. Швейні вироби	900	530		50
2. Тканини	360	295		70
3. Трикотаж	405	190		45
Всього:	1665,0	1015,0		

Варіант №7.

1. Розкрити методику проведення економічного аналізу в торгівлі.
2. Розкрити сутність валових доходів в торгівлі. Аналіз валових доходів, розрахунок, чинників впливаючих на доходи.

3.ЗАДАЧА

Розрахуйте ємкість ринку;

Фонд заробітної плати населення міста -2460 тис.грн.

Інші доходи населення -7,5 %,до фонду заробітної плати,

нетоварні витрати - 29 % від усіх доходів.

Інорайонний попит - 7 % від покупних фондів населення,

Закупки підприємств - 42,36 тис. грн.

Варіант № 8

1. Підприємство як суб'єкт ринкових відносин. Підприємництво, види. Малий бізнес.

2. Розкрити сутність валових витрат, склад, структуру, класифікацію. Аналіз витрат обігу, задачі, методику проведення.

3. ЗАДАЧА

Проаналізуйте роздрібний товарообіг в цілому по підприємству, зробіть висновки.

Квартал	План		Фактично		% виконання
	оборот тис.грн.	питома вага	оборот тис.грн.	питома вага	
I		24	2344,0		
II		24,5	2548,0		
III		25,5	2497,0		
IV		26	2802		
Всього за рік	10080	100	10191	100	

Варіант № 9

1.Розкрити сутність та структуру ринку. Види ринків в залежності від різних типів власності.

2.Розкрийте сутність майна, його характеристика і джерела утворення. Показники ефективності використання основних засобів і оборотних активів.

3.ЗАДАЧА

Проаналізувати виконання плану валового доходу, розрахувати вплив чинників на валові доходи.Зробити висновки

№ п/п	Показники	План тис. грн.	Фактичне тис.грн.	Відхилення тис.грн.
1	Товарообіг	1150	1200	
2.	Валові доходи:			
	А).сума	63,375	67,6	
	Б).рівень,%	17	17,3	

Варіант № 10

1. Охарактеризувати суть і склад товарних запасів, їх значення в розвитку товарообігу, класифікацію, одиниці виміру, чинники, які впливають на величину товарних запасів.

2. Розкрити суть форм і систем оплати праці в торгівлі, формування фонду оплати праці.

3. ЗАДАЧА

Проаналізувати показники з праці та заробітної плати за звітний рік.

№ п/п	Показник	Одиниці виміру	План	Фактично	Відхилення
1.	Товарообіг	Тис.грн.	2670,0	2715,0	
2.	Фонд оплати праці А) Сума Б) % до обороту	Тис.грн. %	4,5	127,6	
3.	Середньооблікова чисельність.	осіб	70	72	
4.	Продуктивність праці, рік				
5.	Середня річна заробітна плата.	тис.грн.			

Список рекомендованої літератури

1. Закон України «Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 20-21, ст.745)
2. Постанова Кабінету Міністрів України «Про економію державних коштів та недопущення втрат бюджету» від 01.03.2014 № 65
3. Аласова Н.О. Економіка ресторанного господарства: Навчальний посібник . – Х.: Світ книг, 2013. – 389с.
4. Бойчик І.М. . Економіка підприємства: навч. посібник. – Вид. 2-ге, доповн. і переробл. – К.: Атіка, 2006. – 528с.
5. Гулаєва Н.М. Економіка підприємства: О.К.Л. – К.:КНТЕУ, 2009. – 58с.
6. Іванілов О.С. Економіка підприємства: підруч. Для студ. вищ. навч. закл. – К.: Центр учбової літератури , 2009. – 728с
7. Марцин В.С. Економіка торгівлі: Підручник. – 2-ге видання. Випр. і доп. – К.: Знання, 2008.- 603 с.
10. Мацибора В.І. Економіка підприємства: Навч. посібник . – К.: Каравела, 2008. – 312с.
8. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: Підручник. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2005. – 528с., іл.
9. Семернікова І.О.; Мішкова-Кравченко Н.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник (курс лекцій).- Херсон, 2014. -312ст.
10. Степанова Г.С., Вініковецька Ж.С. Економіка торговельного підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів I-II рівнів акредитації. – К.: 2006. -274 с.
11. Усланова Н.М., Лігоненко Л.О. Економіка торговельного підприємства: О.К.Л.. – К.: КНТЕУ, 2011, 171с.
12. Яковлєв Ю.П. Економіка торгівлі: Навчальний посібник. – Херсон: Олді-плюс, 2009. – 356 с.

Інтернет-ресурси

1. Український журнал «Економіст». – режим доступу: <http://ua-ekonomist>
2. Електронне видання «Ефективна економіка». – режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/>