

Висновки дослідження і перспективи подальших розробок у цьому напрямі. Виділені фактори є важливими для досягнення вітчизняними підприємствами міжнародної конкурентоспроможності. У подальших роботах доцільно розробити комплексну методику аналізу та підвищення конкурентоспроможності підприємств на міжнародних ринках.

1. Портер М. *Конкуренція: Учеб. пособие / Пер. с англ.* – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2001. – 495 с. 2. Фатхутдинов Р.А. *Стратегический маркетинг.* – 2-е изд. – СПб: Питер, 2002. – 448 с. 3. Баркан Д.И. *Маркетинг для всех.* – Л.: “Культ-информ-пресс”, 1991. – 256 с.

УДК 658.8

І.О. Дейнега

Національний університет “Львівська політехніка”

ВПЛИВ РИНКОВИХ ФАКТОРІВ НА ВИРОБНИЧЕ СПОЖИВАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

© Дейнега І.О., 2003

Обґрунтовано доцільність врахування впливу попиту споживачів на виробниче споживання основних засобів. Визначено критерії, що обумовлюють критичні межі експлуатації основних засобів. Описано параметри, які можуть використовуватися при прогнозуванні періоду їх виробничого споживання.

The necessity is proved to take into account influence of demand of the consumers on industrial consumption of a fixed capital. The criteria are determined which cause critical borders of operation of a fixed capital. The parameters are described which can be used at forecasting the period of their industrial consumption

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. На сучасному етапі розвитку економічних відносин вітчизняні підприємства здійснюють свою виробничо-господарську діяльність під різновекторним впливом ринкових факторів. Планування цієї діяльності ґрунтується на врахуванні потреб споживачів, які визначаються на основі проведення маркетингових досліджень і формування прогнозних сценаріїв розвитку ринку на основі маркетингових програм. Тобто ринкове середовище змушує підприємства при плануванні власної діяльності враховувати в першу чергу не внутрішні, а зовнішні фактори, основними з яких є споживач і його потреби.

За таких умов важливе значення мають саме основні засоби, оскільки з їх допомогою і створюється продукт відповідної якості та кількості. При цьому техніко-економічні характеристики основних засобів не є вирішальними при визначенні корисності останніх для підприємства. Основним критерієм, що визначатиме корисність цих основних засобів для власника, є їх здатність створювати продукцію, яка повністю задовольнятиме потреби споживачів. Ця обставина потребує нестандартного підходу до описання відтворення основних засобів на підприємствах ринкової орієнтації та процесів, що його супроводжують.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких досліджено дану проблему. Незважаючи на важливість висвітленої проблеми, науковці України та пострадянського простору недостатньо повно враховують (або й узагалі не враховують) специфічні особливості відтворення основних засобів у перехідний до ринку період. Спроби певною мірою адаптувати відтворення основних засобів до ринкових умов господарювання були зроблені Л.Г. Мельником, Й.М. Петровичем [6, 8]. Не враховувався вплив ринкових факторів на відтворення основних засобів підприємства в працях А.В. Шегди, С.Ф. Покропивного, Є.Л. Кантора [5, 7, 10].

Цілі статті. Викладене вище вказує на необхідність дослідження впливу ринкових факторів на відтворення основних засобів підприємства. Тому основними завданнями цієї наукової праці є: розгляд теоретичних аспектів відтворення основних засобів, зокрема формування економічної суті понять “знос” і “зношення”, “об’єктивний” та “суб’єктивний” знос, “час споживання основних засобів”, “час використання основних засобів”, “час експлуатації основних засобів” “гранично допустимий рівень експлуатаційних витрат основного засобу”, а також обґрунтування критичних меж експлуатації основних засобів з урахуванням впливу ринкових факторів.

Виклад основного матеріалу. Втрата основними засобами споживчої вартості та вартості в процесі їх споживання отримав в економічній літературі назву “зношення”, а його (зношення) результат – “знос” [4]. Загальноприйнятим є виокремлення фізичного та морального зношення основних засобів, кожен із яких поділяють на два види. Фізичне зношення першого роду відбувається під впливом робочих процесів, другого – сил природи. Моральне зношення першого виду виникає внаслідок постійного росту продуктивності праці в галузях, що виробляють машини, і в галузях, що виготовляють матеріали для їх виробництва. В результаті машина однієї й тієї ж конструкції виробляється з меншими затратами ресурсів. Моральне зношення другого виду виникає з появою нових машин того ж призначення, але більш досконаліх, ніж старі, отже більш продуктивних, економічних, надійніших у використанні, що забезпечують виробництво продукції чи виконання робіт підвищеної якості, здатних більшою мірою полегшити працю тощо.

Крім того, розрізняють ще й постійне та тимчасове фізичне та моральне зношення [9, с. 127–128]. Якщо при ремонті частково або повністю відновлюється споживча вартість та вартість, то така втрата була тимчасова, як і фізичний знос, що виникав при цьому. Тимчасовий фізичний знос по суті не впливає на термін споживання основного засобу. Проте існує і інше зношення, що не може бути відновлене ремонтом і призводить до постійної втрати як споживчої вартості, так і вартості, викликаючи поступове скорочення терміну споживання основного засобу (“втомлене” зношення, в результаті якого зовні деталь не змінюється, проте матеріал деталі з часом “втомлюється”, міцність її знижується у зв’язку з появою тріщин від „втоми” матеріалу та внутрішнього напруження). Аналогічно автор виділяє дві форми морального зношення: якщо модернізація основного засобу економічно виправдана, то моральне зношення тимчасове. В іншому випадку, коли модернізація економічно невиправдана, настає втрата споживчої вартості та вартості основного засобу, і моральне зношення є постійним [9, с. 133–134].

Відповідно до розкритої суті морального зношення слід зазначити, що назва “моральний”, яка широко застосовується в економічній літературі [1, с. 298], не тільки не відображає адекватно його нового економічного змісту, а й далека від сучасного тлумачення цього

поняття: “моральний – стосується до моралі; який містить мораль; який відповідає вимогам моралі; пов’язаний з духовним життям людини”, а “мораль – система норм і принципів поведінки людей у ставленні один до одного та суспільства; етика” [2, с. 540]. Тому більш обґрунтованим для ідентифікації описаних вище процесів є використання поняття “суб’єктивний” у значенні “пов’язаний з діями суб’єкта” [2, с. 1211]. Оскільки виникнення нових (більш продуктивних або дешевших машин) пов’язане насамперед з творчою діяльністю людей, що, в свою чергу, призводить до розвитку науково-технічного прогресу і впровадження його досягнень у суспільному виробництві.

Усунути прояви та результати морального зношення основних засобів частково або повністю можна, провівши їх модернізацію, модифікацію або оновлення.

Модифікація – проведення часткових змін у конструкції основного засобу, що дасть змогу пристосувати продукцію, що створюється за його участю, до спеціальних вимог і особливостей кожного окремого сегмента. При цьому утворюється певне число модифікацій продукції. Модифікація дозволяє більш повно використовувати поглинаючі можливості ринку з врахуванням специфіки, вимог окремих споживачів в різних регіонах країни і закордоном, заповнювати ті ніші, де немає конкуренції або вона незначна. Використовується дуже рідко, оскільки потребує значних матеріальних витрат, скерованих на проведення змін в конструкції основних засобів, диверсифікацію і перебудову збутової мережі, розширення комплексу маркетингу.

Модернізація (франц. *modernisation*, від *moderne* – найновіший, сучасний) — означає зміну, вдосконалення основних засобів, що дає їм змогу створювати продукцію, яка відповідає вимогам сучасності. Модернізація передбачає запровадження при виробництві продукції сучасних технологій, прогресивних основних засобів.

Оновлення в загальному розумінні має такі значення [2, с. 645]:

- 1) усувати пошкодження, руйнування і т. ін., надавати чому-небудь старому вигляду нового; оновлювати;
- 2) замінювати новим що-небудь старе;
- 3) вперше використовувати, застосовувати яку-небудь річ.

Відносно основних засобів оновлення означає зміну вже існуючих основних засобів, при якому вони змінюються та вдосконалюються корінним чином (як правило, із застосуванням інновацій) або без зміни їх властивостей та характеристик (шляхом покращання зовнішнього вигляду, ергономічності тощо).

Виробник, що створює за допомогою основного засобу продукцію, оцінює його (основного засобу) корисність із врахуванням попиту на цю продукцію. Для кінцевого споживача продукції оцінка корисності основного засобу буде здійснюватись через продукцію, що була створена даним основним засобом. Тобто корисність основного засобу в межах суспільного виробництва в умовах ринку буде залежати не лише від розвитку науково-технічного прогресу, що забезпечить появу більш продуктивних, або дешевших основних засобів, але й від попиту на продукцію, що створюється за їх допомогою. В цих умовах доцільно говорити про суб’єктивне зношення основних засобів третього виду, коли продукція, що створюється за допомогою основного засобу, перестає користуватись попитом на ринку. При цьому цей вид суб’єктивного зносу може наставати незалежно від виникнення інших його видів.

З іншого боку, споживча вартість основного засобу може зростати в процесі експлуатації не тільки за рахунок проведення модернізації, але й через постійний (зростаючий) попит на продукцію, що створюється за допомогою цього основного засобу.

При всьому різноманітті технічних проявів фізичного (об'єктивного) зношення, різних напрямках суб'єктивного зношення основного засобу спостерігається єдина економічна суть всіх видів зношення. Вона полягає у втраті основними засобами початкових характеристик абсолютно і відносно, в зменшенні їх споживчої вартості і вартості, у втраті їх корисності.

Зношена машина потребує постійно зростаючих у часі витрат на підтримку її у робочому стані. Зростання витрат на споживання основного засобу – об'єктивний наслідок, що випливає із його (основного засобу) властивостей.

Тому одним із важливих завдань, які постають перед підприємством в процесі споживання основних засобів, є визначення оптимального терміну їх корисного використання, тобто експлуатації. Це завдання передбачає встановлення ряду умов, які будуть визначати критичні межі експлуатації основного засобу.

Можна виділити такі умови необхідної заміни основного засобу:

1. Якість продукції, що створюється за допомогою цього основного засобу, не задовольняє споживачів.

2. Збільшення витрат споживання основного засобу:

- Перевищення гранично допустимого рівня затрат на електроенергію (а також інших ресурсів) на виробництво одиниці продукції.

- Перевищення гранично допустимого рівня частоти зупинок основного засобу, що супроводжує підвищення витрат на його обслуговування (ремонт).

- Економічна недоцільність проведення ремонту основного засобу. Технічна можливість ремонту основного засобу зберігається протягом усього терміну його служби, тоді як економічна ефективність ремонту основного засобу зменшується до кінця терміну його служби.

- Зниження виробітку основного засобу і як наслідок – підвищення умовно-постійних витрат на одиницю продукції, що випускається.

3. Погіршення умов праці.

4. Значний суб'єктивний знос (зокрема й визначений нами вперше суб'єктивний знос третього виду, який виникає у випадку, коли продукція, що створюється за допомогою даного основного засобу, перестає користуватися попитом на ринку) і недоцільність модернізації.

Економічна недоцільність проведення ремонту основного засобу, у свою чергу, буде визначатися такими умовами:

1. Цінність, що зберігається (отримується) внаслідок проведення ремонту основного засобу менша ніж та, що необхідна для його (ремонт) проведення;

2. Вартість проведення ремонту основного засобу вища за вартість придбання нового. При цьому необхідно не лише порівнювати вартості проведення ремонту й придбання основного засобу, але й враховувати продуктивність нового основного засобу. Оскільки економічно недоцільно вкладати капітал у “брухт”, вигідніше витратити більше, проте отримати нову, високопродуктивну техніку з набагато більшим терміном служби, ніж у відремонтованої (більш довговічнішу та надійнішу).

Отже, якщо зростання витрат на експлуатацію основного засобу не супроводжується одночасно достатнім попитом на продукцію, що створюється за його сприянням, експлуатація цього основного засобу є економічно недоцільною. І, навпаки, експлуатація основного засобу навіть у випадку його значного фізичного (об'єктивного) та суб'єктивного зносу (першого та другого видів) буде економічно виправданою, якщо стабільний попит на продукцію, що створюється за його сприянням, забезпечить повне погашення зростаючих витрат на експлуатацію основного засобу доходами від реалізації продукції, а також достатній рівень прибутку.

Тобто, гранично допустимий рівень експлуатаційних витрат основного засобу – це такий максимальний рівень витрат на експлуатацію основного засобу та підтримання його в робочому стані, що при відповідному рівні попиту (обсягах реалізації продукції, що створена за допомогою основного засобу) на продукцію дасть змогу забезпечити мінімально допустимий для підприємства рівень прибутку.

Тому забезпечення необхідного рівня якості продукції при відповідному рівні витрат на споживання основного засобу є завданням, що набуває надзвичайної актуальності в умовах ринку. Оскільки отримувати високі стабільні доходи від реалізації продукції підприємство зможе, якщо споживачів буде задовольняти її якість.

У випадку, якщо споживачів якість продукції не задовольнятиме, існує інший компроміс – зниження цін. Проте це викличе зниження доходів підприємства і, можливо, призведе до втрати довіри споживачів до якості іншої продукції, яку виробляє підприємство, спровокує падіння його іміджу. При наявності несформованої екологічної свідомості українського споживача, майже повної відсутності зв'язків з громадськістю більшості українських підприємств (за винятком реклами, що неоднозначно сприймається українськими споживачами), цінова політика є одним із найважливіших факторів впливу на формування позитивного іміджу підприємства.

У країнах із розвинутою ринковою економікою лояльність споживачів та ділових партнерів до підприємства, загальне сприятливе ставлення до нього формує його репутацію та входить до складу його активів під назвою “гудвіл”. Ці активи хоча і не сприймаються на дотик, проте мають безперечну економічну цінність. Поруч з іншими „невідчутними активами” (патенти, ліцензії) вони відображаються в балансі підприємства. “Гудвіл” не є незмінним активом. З цієї причини, а також в інтересах стабільності “гудвіл” та інші “невідчутні активи” в балансі показуються за мінусом зносу [12, с. 100].

Визначальний вплив на формування позитивного рішення про купівлю певного товару на конкурентному ринку має саме ціна, оскільки лише вона в більшості випадків дозволяє визначити якість товару. В українській свідомості чітко сформувався критерій визначення якості товару: “Висока якість – висока ціна”. Девіз тотального управління якістю товарів (TQM): “Якщо споживачу не подобається якась річ, значить вона є неякісною”, виголошений уперше японцями [3, с. 52], поки що не актуальний для української економіки. Отже, українські споживачі є дуже чутливі до зміни цін в умовах широкої пропозиції товарів-замінників. Ця ситуація, що отримала назву цінової еластичності, є дуже не вигідною українським підприємствам-виробникам, оскільки не дає їм можливості маніпулювати основними фінансовими показниками, гнучко реагувати на зміну ринкової кон'юнктури. Тому в даному випадку існує два шляхи підтримки високого іміджу підприємства:

1) продовжувати утримувати ціну, знижуючи при цьому норму прибутку в ній до критичного рівня (при якому доходи від реалізації продукції лише перебивають витрати на її виробництво);

2) позиціювати товар на ринку як унікальний, який за своїми якісними характеристиками не має прямих аналогів на ринку.

Для монопольного ринку характерна інша ситуація. Монопольний ринок характеризується ситуацією “у певній галузі домінують кілька корпорацій, оскільки вони мають змогу офіційного, а також неофіційного зговору для панування на ринку й отримання монопольного прибутку” [11, с. 168]. У такій ситуації кожен продавець може впливати на загальний обсяг пропозиції, а, отже, на ціну товару. Споживач при цьому не впливає на формування ціни, оскільки при існуючій потребі не має можливості альтернативного вибору. Попит, що формується в такій ситуації, отримав назву нееластичного. У даному випадку підприємство-виробник, що займає монопольне становище на ринку, може підвищувати ціну паралельно з підвищенням витрат на виробництво товару. А критерієм заміни основного засобу може бути лише його повне фізичне (об’єктивне) зношення (постійне), коли він узагалі не буде піддаватися ремонту. Суб’єктивний знос третього виду, визначений нами вище, не характерний для основних засобів, що використовуються на підприємствах, що займають монопольне становище на ринку.

Одним із важливих параметрів, які характеризують тривалість виробничого споживання основних засобів, є час. Обґрунтування економічно доцільного терміну споживання основного засобу – завдання, вирішення якого дасть змогу встановити часові обмеження даного процесу та оптимізувати процес відшкодування вартості основних засобів. Це, у свою чергу, забезпечить ефективне використання основного засобу на підприємстві.

Визначення часових параметрів виробничого споживання основного засобу дасть також змогу краще зрозуміти суть процесу його виробничого споживання.

Формування змісту поняття “час виробничого споживання основного засобу” передбачає визначення суті понять “час використання” та “час експлуатації” основного засобу:

- час споживання основних засобів – час перебування основних засобів на балансі підприємства, тобто це проміжок часу від надходження їх на підприємство і обліку на його балансі до повного їх списання.

- час використання основних засобів – час застосування основних засобів у виробничому процесі, що містить лише їх продуктивне використання (виключаються внутрішньозмінні та зовнішньозмінні простої).

- час експлуатації основних засобів – частина часу використання основних засобів, що передбачає їх використання з отриманням деякого економічного зиску (доходу у натуральному або грошовому виразі).

Отже:

$$T_{\text{вик}} = T_{\text{експ}} + T_{\text{вп}}, \quad (1)$$

де $T_{\text{вик}}$ – час використання основних засобів; $T_{\text{експ}}$ – час експлуатації основних засобів; $T_{\text{вп}}$ – час використання основних засобів для забезпечення внутрішніх потреб підприємства.

$$T_{\text{спож}} = T_{\text{вик}} + T_{\text{пр}}, \quad (2)$$

де $T_{\text{спож}}$ – час виробничого споживання основних засобів; $T_{\text{пр}}$ – час внутрішньозмінних та змінних простоїв або

$$T_{\text{спож}} = T_{\text{експ}} + T_{\text{вп}} + T_{\text{пр}}. \quad (3)$$

В умовах ринку час споживання основних засобів залежить від ринкових потреб, тобто, чим більшим є попит на деякий вид продукції, що створюється на даному основному засобі, тим меншим буде час простоїв і більшим навантаження на основний засіб і тим швидше настане його зношеність і, відповідно, списання.

Висновки. Час споживання основного засобу має прогнозуватися на основі визначення потреб ринку у цьому виді продукції. Вирішення цієї задачі передбачає інформаційний пошук у сфері формування попиту на визначений вид продукції: визначення ємності та насиченості ринку, сегментації ринку, потреб споживачів (у тому числі незадоволених, що дасть змогу ефективно здійснити оновлення, модифікацію чи модернізацію основного засобу та, відповідно, продовжити життєвий цикл продукції, яка випускається за його участю) тощо.

1. *Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 5-е изд., доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.* 2. *Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.: Ірпінь: ВТФ “Перун”, 2003. – 1440 с.* 3. *Всеобщее качество (TQM) в российских компаниях / Гос. ун-т управления; Нац. фонд подготовки кадров. – М.: ОАО “Типография “Новости”, 2000. – 432 с.* 4. *Дейнега О.В., Підцерковна І.О. Корисність в управлінні виробничим споживанням основних засобів // Вісн. Нац. ун-ту “Львівська політехніка”. – Львів, 2000. – № 391. – С. 206–209.* 5. *Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покровського. – 2-ге вид., переоб. та доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 528 с.* 6. *Економіка виробничого підприємства: Навч. посібник / Й.М. Петрович, І.О. Будіщева, І.Г. Устінова та ін.; За заг. ред. Й.М. Петровича. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2001. – 405 с.* 7. *Економіка підприємства: Навч. посібник / А.В. Шегда, Т.М. Литвиненко, М.П. Нахаба та ін.; За ред. А.В. Шегди. – К.: Знання-прес, 2001. – 335 с.* 8. *Экономика предприятия: Учеб. пособие / Под общ. ред. Л.Г. Мельника. – Сумы: ИГД “Университетская книга”, 2002. – 632 с.* 9. *Экономика ремонта сельскохозяйственной техники. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Агропромиздат, 1990. – 366 с.* 10. *Кантор Е.Л., Гинзбург А.И., Кантор В.Е. Основные фонды промышленных предприятий. – СПб.: Питер, 2002. – 240 с.* 11. *Основи економічної теорії: політекономічний аспект: Підручник / Відп. ред. Г.Н. Климко. – 4-е вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2002. – 615 с.* 12. *Фінанси зарубіжних корпорацій: Навч. посібник / В.М. Суторміна, В.М. Федосов, Н.С. Рязанова; За ред. В.М. Федосова. – К.: Либідь, 1993. – 247 с.*