

Міністерство освіти і науки України

Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова

**Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра економіки підприємства та корпоративного управління**

**ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ
РАДІОЗВ'ЯЗКУ, РАДІОМОВЛЕННЯ
ТА ТЕЛЕБАЧЕННЯ**

Навчальний посібник

Одеса - 2017

Рецензенти:

Васіліу Є.В., д.т.н., проф., лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, директор навчально-наукового інституту радіо, телебачення та інформаційної безпеки ОНАЗ ім. О.С. Попова

Кібік О.М., д.е.н., проф., зав. каф. Національної економіки Національного університету «Одеська юридична академія»

Економіка підприємств радіозв'язку, радіомовлення та телебачення:

навч. посіб./ [Орлов В.М., Князева О.А., Бірбіренко С.С., Гапанович Я.В.] – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2017. – 94 с.

У навчальному посібнику у скороченій формі наведено базові знання щодо функцій та закономірностей сучасної економіки, визначено техніко-економічні особливості підприємств сфери зв'язку та інформатизації, зокрема, підприємств радіозв'язку, радіомовлення та телебачення. Для усвідомлення студентами методів управління економічною діяльністю підприємств запропоновано для вивчення основні складові ресурсної бази підприємства, а саме трудові, матеріальні та фінансові ресурси. Надано методичку урахування результатів діяльності підприємств. Узагальнено особливості менеджменту і маркетингу підприємств радіозв'язку, радіомовлення та телебачення, а також функції державного нагляду.

Рекомендується для студентів вищих навчальних закладів сфери зв'язку та інформатизації (зокрема, для студентів за напрямом підготовки «Радіотехніка», «Кібербезпека»), а також фахівцям служб операторів зв'язку, викладачам та студентам економічних та технічних напрямів.

РОЗГЛЯНУТО ТА РЕКОМЕНДОВАНО до друку на засіданні кафедри економіки підприємства та корпоративного управління ОНАЗ ім. О.С. Попова (протокол № 4 від 6 листопада 2017 р.) та радою Навчально-наукового інституту економіки та менеджменту ОНАЗ ім. О.С. Попова (протокол № 4 від 6 листопада 2017 р.)

ЗАТВЕРДЖЕНО Вченою радою Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова (протокол № 5 від 30.11.2017 р.)

© Орлов В.М., Князева О.А.,
Бірбіренко С.С., Гапанович Я.В., 2017.

© ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2017

ЗМІСТ

Вступ.....	5
 <i>Розділ 1. ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ НАДАННЯ ПОСЛУГ РАДІОЗВ'ЯЗКУ, РАДІОМОВЛЕННЯ ТА ТЕЛЕБАЧЕННЯ</i>	
РАДІОЗВ'ЯЗКУ, РАДІОМОВЛЕННЯ ТА ТЕЛЕБАЧЕННЯ.....	7
1.1. Функції, закономірності та предмет вивчення економіки.....	7
1.2. Особливості економіки підприємств радіозв'язку, телебачення та радіомовлення.....	18
1.3. Мета та завдання діяльності операторів у сфері РРТ. Структура підприємств РРТ.....	20
1.4. Організація виробництва Концерну радіозв'язку, радіомовлення та телебачення.....	25
Питання для самоконтролю.....	28
Список рекомендованої літератури до розділу 1.....	28
 <i>Розділ 2. ВИРОБНИЧІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВ РРТ</i>	
2.1. Трудові ресурси підприємства сфери зв'язку та інформатизації.....	30
2.2. Матеріальні ресурси підприємства сфери зв'язку та інформатизації ...	33
2.3. Фінансові ресурси та джерела їх формування.....	36
Питання для самоконтролю.....	38
Список рекомендованої літератури до розділу 2.....	39
 <i>Розділ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РРТ</i>	
3.1. Послуги сфери зв'язку та інформатизації, їх облік та показники якості	40
3.2. Витрати, доходи, прибуток та рентабельність оператора.....	43
3.3. Проектування та капітальне будівництво у сфері зв'язку та інформатизації	48

3.4. Фінансове управління та моделювання.....	53
3.5. Аналіз ризику при управлінні інвестиційними проектами підприємств.....	58
<i>Питання для самоконтролю.....</i>	63
<i>Список рекомендованої літератури до розділу 3.....</i>	64
Розділ 4. УПРАВЛІННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РАДІОЗВ'ЯЗКУ, РАДІОМОВЛЕННЯ ТА ТЕЛЕБАЧЕННЯ.....	65
4.1. Основні функції менеджменту та маркетингу підприємств.....	65
4.2. Державний нагляд за діяльністю підприємств в сфері телекомунікацій, користування радіочастотним ресурсом України, радіомовлення та телебачення	77
4.3. Державний нагляд за користуванням радіочастотним ресурсом та дотриманням законодавства України.....	85
<i>Питання для самоконтролю.....</i>	89
<i>Список рекомендованої літератури до розділу 4.....</i>	90
Тематика практичних занять.....	92
Комплексне завдання	95
Тематика аналітичних доповідей.....	100
Глосарій.....	101

ВСТУП

Важливою складовою сучасних економічних систем є сфера надання послуг, яка сягає до 70% ВВП країн. Розвиток конкуренції на національних та світових ринках позитивно позначається на розвитку сфери послуг. Найбільш активно сьогодні розвиваються сучасні послуги, серед яких важливе місце займають послуги сфери зв'язку та інформатизації, зокрема, послуги радіозв'язку, радіомовлення та телебачення.

Сфери радіозв'язку, телебачення та радіомовлення – це багатогранні, зі складною ієрархією напрями розвитку суспільства, що охоплюють: діяльність органів державного управління та уповноважених державних регуляторних органів і недержавних інституцій, що беруть участь у формуванні та реалізації державної політики в цих сферах; відповідні галузі науки, освіти та інновацій; суб'єктів господарської діяльності, юридичних та фізичних осіб; користувачів послуг; ресурси (персонал, інфраструктуру, інформаційно-комунікаційні технології; середовища для передачі сигналів, мережі, системи, інформаційний та кібернетичний простір, радіочастотний ресурс України); ринок телекомунікацій; ринок інформатизації; ринок телевізійного та радіомовлення, інші складові. Також особливістю цих сфер є їх важлива роль і місце в розвитку інших сфер життя суспільства через надання електронних послуг, використання інфокомунікаційних технологій, як засобів досягнення мети.

В умовах сьогодення теле- і радіомовлення – це інформаційний ресурс держави, призначений для формування у громадянина України почуття гідності за свою державу, формування високих моральних якостей, підвищення культурного та освітнього рівня, а також для надання оперативної інформації про політичний та соціальний стан, про події в країнах СНД та світу, де мешкають та працюють громадяни України.

Суттєве значення радіозв'язку, радіомовлення та телебачення в розвитку економіки країни та сфери зв'язку та інформатизації приводить до необхідності вивчення студентами за напрямом підготовки 172 «Телекомунікації та радіотехніка» основ економіки та організації виробництва. Це сприяє розвитку умінь осмислювати й систематизувати безліч економічних процесів, відношень, подій, фактів, явищ соціально-економічного середовища для прийняття

відповідних рішень як в особистому житті, так і в професійній діяльності, надає теоретичні основи та практичні вміння щодо принципів та методів ведення бізнесу.

Навчальний посібник підготовлено відповідно до програми дисципліни «Економіка» співробітниками кафедри економіки підприємства та корпоративного управління (ЕП та КУ) Навчально-наукового інституту економіки і менеджменту ОНАЗ ім. О.С. Попова.

Керівник авторського колективу – завідувач кафедри ЕП та КУ, д.е.н., проф., академік академії економічних наук України **В.М. Орлов**. Він є також автором розділу 2.

Співавторами підручника є:

професор кафедри ЕП та КУ, д.е.н., проф. **Князєва О.А.** – розділ 1, підрозділ 3.3;

доцент кафедри ЕП та КУ, к.е.н., доц. **Бірбіренко С.С.** – розділ 3;

старший викладач кафедри ЕП та КУ, к.н.д.у. **Гапанович Я.В.** – розділ 4.

Автори, користуючись нагодою, висловлюють щиру подяку доктору технічних наук, професору, директору навчально-наукового інституту радіо, телебачення та інформаційної безпеки ОНАЗ ім. О.С. Попова **Васілію Євгену Вікторовичу** та доктору економічних наук, професору, завідувачій кафедри Національної економіки Національного університету «Одеська юридична академія» **Кібік Ользі Миколаївні** за цінні зауваження при рецензуванні рукопису.

РОЗДІЛ 1

ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ НАДАННЯ ПОСЛУГ РАДІОЗВ'ЯЗКУ, РАДІОМОВЛЕННЯ ТА ТЕЛЕБАЧЕННЯ

План викладу матеріалу

- 1.1. Функції, закономірності та предмет вивчення економіки.*
- 1.2. Особливості економіки підприємств радіозв'язку, телебачення та радіомовлення.*
- 1.3. Мета та завдання діяльності операторів у сфері РРТ. Структура підприємств РРТ.*
- 1.4. Організація виробництва Концерну радіозв'язку, радіомовлення та телебачення.*

1.1. Функції, закономірності та предмет вивчення економіки

Економіка – одна із самих давніх наук. Як тільки людина стала використовувати природні ресурси, вона стала замислюватися над їх найбільш раціональним використанням.

Перші уявлення про економіку як науку пов'язані з іменами Ксенофонта, Платона, Аристотеля, Кантона і багатьох інших. Як самостійна наукова дисципліна економіка сформувалася лише в XVI-XVII ст. Розвиток і ускладнення господарських зв'язків між сім'ями, всередині підприємств і між ними, формування місцевих, національних і міжнародних ринків обумовили необхідність широких економічних знань [8].

Насправді науковий характер економічна теорія отримала, коли предметом її інтересу стали закономірності сфери виробництва матеріальних благ і послуг. Цей термін у науковий обіг був уведений меркантилістом Антуаном Монкретьєном (1575-1621) в період промислового перевороту.

До економістів-класиків слід віднести імена Вільяма Петті (1623-1687), Адама Сміта (1723-1790), Давида Рікардо (1772-1823). Їхня заслуга полягала в тому, що вони першими підійшли з наукових позицій до розвитку економіки як закономірного процесу зі своїми внутрішніми законами. Їхні наукові

дослідження були присвячені переважно змісту категорій товару, грошей, заробітної плати, прибутку, ренти, відтворювальних процесів.

У період XIX – XX ст. створюється низка нових наукових шкіл, частина яких отримала визнання й сьогодні. Виділимо найбільш важливі з них.

Австрійська школа відома, насамперед, теорією граничної корисності благ, маржиналізму, відповідно до якої цінність благ визначається їхньою обмеженістю і рідкістю, а також тією користю, що може принесена суспільству. Серед представників цієї школи назовемо К. Менгера (1840-1921), Е. Бем-Баверка (1851-1914), В. Візера (1851-1926).

В **англійській** економічній науці необхідно виділити кембриджську школу, засновник якої А. Маршалл (1842-1924) зробив спробу об'єднати теорію витрат виробництва, попиту та пропозиції, продуктивності і помірності, з одного боку, і теорії граничної корисності і продуктивності, – з іншого. У **США** Дж. Кларк (1847-1938) сформулював закон граничної продуктивності і закон зменшення продуктивності факторів виробництва, відповідно до якого з послідовним збільшенням фактора зменшується його продуктивність.

Найглибша „велика депресія” і значні економічні потрясіння крім усього були обумовлені явно недостатнім і неефективним втручанням держав у національну економіку. У 30-ті рр. XX ст. економічна думка вступила в новий етап свого розвитку, початок якому поклала відома робота Джона Мейнарда Кейнса (1883-1946) «Загальна теорія зайнятості, відсотка і грошей». Кейнс заклав основи теоретичного обґрунтування регульованого капіталізму, розробив низку практичних заходів, використаних президентом США Ф. Рузвельтом. Кейнс розвив ідеї про динаміку доходу у функціях інвестицій і споживання та положення про мультиплікаційний ефект.

Для побудови моделей економічного зростання він використовував висунутий А. Афталійоном і Дж. Кларком принцип акселерації. Кейнсіанські моделі економічного зростання отримали розвиток у працях Р. Харрода, А. Хансена, Д. Хікса і П. Самуельсона. Економетричну концепцію успішно розвивав і В. Леонтьєв. Теорії економічного зростання отримали розвиток також у працях У. Ростоу (стадії економічного зростання), Р. Арона (єдине індустріальне суспільство) і Д. Белла (постіндустріальне суспільство).

Одним із найбільших представників **сучасної** економічної думки є Д. Гелбрейт. У працях, переведених на російську мову, „Нове індустріальне суспільство”, „Економічні теорії і цілі суспільства”, „Капіталізм, соціалізм,

співіснування”, автор не тільки суттєво розвиває економічні питання регулювання економіки, але й оригінально трактує глобальні проблеми розвитку людства.

Говорячи про видатних економістів, не можна не згадати і про сучасних учених-економістів, що продовжують розвивати економічну науку і проголошують нові закони і закономірності. Багато економістів зробили видатні відкриття в теорії, що знайшли своє застосування на практиці, сприяли удосконалюванню впливу на економічний розвиток. Свідченням тому є щорічне присудження **Нобелівської премії** – вищої наукової нагороди. Серед лауреатів – автор одного з найбільш розповсюджених підручників „Економікс” П. Самуельсон, В. Леонтьев – за розробку методу „витрати – випуск”, без застосування якого неможливий жоден глибокий аналіз стану і прогнозу національної економіки. За дослідження в області теорії і практики грошового обігу Нобелівської премії визнаний гідним М. Фрідмен, що є видатним вченим в області монетаризму. Лауреатом Нобелівської премії став і академік Л. Канторович – автор теорії оптимального використання ресурсів (разом з Т. Купмансом).

Багато відомих економістів є великими державними діячами і надто впливають на розробку і реалізацію економічної політики адміністрації США, урядів Великобританії, Франції, Німеччини та інших країн. Перехід України до інноваційно-інвестиційної моделі розвитку обумовив використання досягнень сучасної економічної науки, що особливо актуально в період глобалізації і становлення всіх механізмів ринкової економіки.

Розглядаючи **функції**, що виконує сучасна економічна наука, слід зазначити найбільш важливі [8]:

1. Пізнавальна функція – вивчення процесів, що протікають на усіх рівнях економічної діяльності.
2. Методологічна функція – розробка методів, засобів, наукового інструментарію, необхідних для досліджень усім економічним наукам.
3. Практична функція – безпосереднє забезпечення економічної політики, управління виробництвом на різних етапах розвитку економіки.

Сучасна економічна наука спирається на безліч історично закріплених і нових економічних **законів**. До законів, що найбільш часто виявляються на практиці, можна віднести такі [8]:

Закон економії часу, що виявляється в ефективному функціонуванні суспільного виробництва й обумовлює перебування оптимальних пропорцій, що за даного рівня розвитку продуктивних сил з найменшими витратами забезпечують найбільш повне задоволення потреб суспільства і є об'єктивною основою оптимального планування. Серед найважливіших пропорцій, установлення і підтримка яких впливає з вимог закону планомірного, пропорційного розвитку, пропорції розвитку засобів зв'язку як галузі інфраструктури й інших галузей народного господарства, від яких залежить ефективність народного господарства країни.

Закон неухильного зростання продуктивності праці. Закон зростання продуктивності праці – загальний закон, що виражає економію живої й упередженої праці, тобто зниження витрат суспільно необхідного робочого часу на виробництво одиниці продукції, зменшення вартості і збільшення маси продукції, виробленої за одиницю часу. Сутність закону зростання продуктивності праці полягає саме в тому, що частка живої праці зменшується, а частка минулої праці збільшується, але збільшується так, що загальна сума, що укладається в товарі, зменшується. Дія цього закону в галузі зв'язку виявляється у систематичному і планомірному розвитку та технічному удосконалюванні технічних засобів, удосконалюванні організації виробництва, розвитку нових форм матеріальної і моральної зацікавленості працівників.

Закон розподілу праці. Це об'єктивний економічний закон, відповідно до якого матеріальні блага для особистого індивідуального споживання розподіляються відповідно до кількості й якості праці, витраченої працівником у виробництві. Для того щоб забезпечити відповідність між кількістю й якістю праці, витраченої працівником, і кількістю матеріальних благ, отримуваних працівником, оплата праці вимагає установлення виміру праці. З цією метою передбачаються норми праці (норми виробітку, норми часу, норми обслуговування, кваліфікаційні характеристики і т.д.). Науково обґрунтовані норми праці є основою оплати праці.

Закон вартості. Відповідно до цього закону в основі ціни на телекомунікаційні послуги лежить їхня вартість. Ціна є засобом обліку витрат виробництва і суспільно необхідних витрат праці. Для більш повного використання закону вартості в економіці зв'язку розроблена і діє система тарифікування телекомунікаційних послуг.

На закінчення розгляду питання про предмет економічної науки відзначимо наступне. Неможливо вивчати сучасну ринкову економіку лише з позицій мікро- або макроекономіки. Так, діяльність окремої фірми значною мірою визначається фіскальною політикою держави.

У той самий час соціальна політика держави і добробут громадян прямо і побічно залежать від ефективності діяльності фірми, яка спричиняє взаємопроникнення макро- і мікроекономіки, що особливо чітко простежується в економічно розвинених країнах.

Економічну діяльність здійснюють не просто члени суспільства, а **економічні агенти**, до яких відносяться не тільки рядові працівники в усіх сферах національного господарства, але і менеджери, банкіри, власники будинків і квартир, акцій та облігацій, земельних ділянок, фермери, генеральні директори підприємств і т.п. Усі вони можуть приймати необхідні рішення в рамках своєї господарської компетенції і реалізовувати їх, використовуючи різні методи і засоби.

Проблема виявлення **предмета** дослідження економіки є однією із суперечливих в економічній науці. Відповідно до того або іншого підходу до форми виробництва існують різні визначення предмета економічної теорії. За К. Марксом і В. Леніним, предметом політичної економії є економічні відносини виробництва, розподілу, обміну і споживання на різних етапах розвитку суспільства. У марксистсько-ленінській політичній економії було два основних розділи: „Капіталізм” і „Соціалізм”. І відповідно – два „вторинних” предмети. В даний час з таким підходом погодитися не можна.

Предметом сучасної економічної науки є поведінка людей у процесі виробництва благ у світі обмежених ресурсів. Метою тут виступає досягнення максимального задоволення безмежних потреб людини на основі забезпечення прибутку.

У сучасній економічній науці в основу класифікації покладений принципово інший принцип: національне господарство в цілому (макроекономіка) та інший рівень – функціонування фірм і домогосподарств (мікроекономіка). Під останніми прийнято розуміти групи людей, що спільно використовують майно, свій дохід; вони спільно приймають рішення, усі створені блага використовують усередині домогосподарств. Домогосподарства пропонують на ринку фактори виробництва.

Зупинимось спочатку на особливостях предмета **мікроекономіки**. По-перше, це дослідження поведінки фірми, домогосподарства як економічних агентів у ринковій системі і, отже, з урахуванням постійного вибору рішень, коливань цін у процесі взаємодії попиту та пропозиції і визначення витрат. По-друге, це дослідження впливу держави (парламент, що регулює державні органи, суди і т.п.) на фірми, домогосподарства. По-третє, вивчення кон'юнктури і факторів, що визначають її на приватних ринках. По-четверте, дослідження таких явищ, як інтереси індивідів, корисність благ і послуг, попит та пропозиція.

Макроекономіка досліджує національне господарство (або світове господарство) як єдину систему. Тому її предметом виступають галузі і сфери економіки, господарські зв'язки між ними, розвиток національного господарства. Предметом макроекономіки є такі явища і процеси, як зайнятість і безробіття, загальна динаміка цін, національного доходу, витрат тощо.

Слід звернути увагу на те, що головне розходження між мікро- і макроекономікою укладається не в масштабах досліджуваних ними об'єктів, а в тих національних господарствах, що мають місце в економічних процесах, що складають ці об'єкти.

У зв'язку зі сказаним виникає питання: що раніше вивчати – мікро- чи макроекономіку. У виданих підручниках і навчальних посібниках немає єдності з цього приводу. Автори виходять з того, що більш правильним є послідовність – спочатку мікроекономіка, потім макроекономіка. Підставою для такого підходу є наступне.

У мікроекономіці вивчається економічне поведінка окремого економічного агента і визначальні його фактори. Макроекономіка, як відзначалося вище, розглядає національне господарство в цілому як єдину систему, що впливає з різних боків на поведінку ринкового суб'єкта. Звідси випливає, що перш, ніж досліджувати як, якими засобами і методами здійснюється цей вплив, необхідно вивчити його об'єкт впливу, тому що вибір засобів і методів значною мірою залежить саме від нього.

Об'єктом вивчення макроекономіки виступає **національна економіка** країни – це господарський комплекс, який являє собою сукупність взаємозалежних галузей, що відрізняють її національне господарство від господарств інших країн. Господарський комплекс поділяють на матеріальне і нематеріальне виробництво.

У свою чергу, сфери економіки поділяються на спеціалізовані сфери економічної діяльності.

Сфера економічної діяльності (галузь) – це якісно однорідна сукупність господарських одиниць (підприємств, організацій, установ) різних форм власності, що характеризуються особливими умовами виробництва у системі суспільного розподілу праці, однорідною продукцією і виконують однакову функцію в національному господарстві.

Кількісне співвідношення між окремими сферами і визначені виробничі взаємозв'язки між ними визначають галузеву структуру господарства країни. Ця структура не залишається постійною: одні сфери і види виробництв характеризуються швидким розвитком, інші, навпаки, сповільнюють темпи свого розвитку.

Питання теорії і практики господарювання на рівні підприємства, принципи формування і використання виробничого потенціалу, раціонального ресурсного забезпечення, організації й ефективності господарської діяльності підприємства є об'єктом мікроекономіки, тобто такої спеціальної галузі економічних знань, як економіка підприємства.

Економіка підприємства – це наука про ефективність виробничої діяльності, шляхи і методи досягнення підприємством найкращих результатів за умови найменших витрат.

В умовах ринкових відносин підприємство є основною ланкою всієї економіки, оскільки саме на цьому рівні створюється потрібна суспільству продукція, надаються необхідні послуги.

Підприємство – це самостійний, організаційно відособлений суб'єкт народного господарства, який виробляє та реалізує продукцію, виконує роботи промислового характеру або надає платні послуги. Підприємство має конкретні назви – завод, фабрика, комбінат, шахта, майстерня тощо.

Підприємства сфери зв'язку та інформатизації – це специфічні підприємства, що покликані забезпечувати суспільні, виробничі й особисті потреби в передаванні і поширенні інформації засобами поштового, телефонного, стільникового зв'язку, радіомовлення і телебачення, мережі Інтернет.

Оператор зв'язку – оператор телекомунікацій – це суб'єкт господарювання, який має право на здійснення діяльності у сфері зв'язку та інформатизації із правом на технічне обслуговування та експлуатацію мереж.

Будь-яке підприємство є юридичною особою, має закінчену систему обліку і звітності, самостійний бухгалтерський баланс, розрахунковий та інший рахунки, печатку з власним найменуванням і товарний знак (марку).

Головною метою (місією) створення і функціонування підприємства є тримання максимально можливого прибутку за рахунок реалізації споживачам виробленої продукції (виконаних робіт, наданих послуг), на основі якої задовольняються соціальні й економічні потреби трудового колективу і власників засобів виробництва.

Кожне підприємство – це складна виробничо-економічна система з багатогранною діяльністю. До головних **напрямів діяльності підприємства** відносяться:

- виробнича діяльність (виготовлення продукції, виконання робіт і надання послуг, адекватних попиту на ринку);
- комерційна діяльність (організація і стимулювання збуту продукції та послуг, рекламна підтримка);
- матеріально-технічне забезпечення виробництва (постачання сировини, матеріалів, забезпечення усіма видами енергії, технікою, устаткуванням, тарою);
- економічна діяльність (усі види планування, ціноутворення, облік і звітність, організація й оплата праці, аналіз господарської діяльності тощо);
- комплексне вивчення ринку (маркетингова діяльність);
- інноваційна діяльність (науково-дослідні і дослідно-конструкторські розробки, упровадження технологічних, організаційних, управлінських та інших нововведень у виробництво);
- післяпродажний сервіс продукції виробничо-технічного і споживчого призначення (пусконаладжувальні роботи, гарантійне обслуговування, забезпечення запасними частинами для ремонту);
- соціальна діяльність (підтримка на належному рівні умов праці і життя трудового колективу, створення соціальної інфраструктури підприємства, що включає власні житлові будинки, їдальні, лікувально-оздоровчі і дитячі дошкільні установи, навчальні центри).

Діяльність підприємства упорядковують численні юридичні акти, основними з яких є: Закон України «Про підприємство», Устав підприємства і Колективний договір, що регулює відносини трудового колективу з адміністрацією підприємства.

Відповідно до Закону України «Про власність», можуть створюватися підприємства таких **видів**:

- індивідуальні підприємства, засновані на особистій власності фізичної особи і винятково його праці;
- приватні підприємства, засновані на власності окремого громадянина, із правом наймання робочої сили;
- сімейні підприємства, засновані на власності і праці членів однієї родини;
- державні підприємства, засновані на загальнодержавній власності;
- колективні підприємства, засновані на власності трудового колективу підприємства;
- спільні підприємства, засновані на базі об'єднання майна різних власників (у числі їхніх засновників можуть бути іноземні юридичні особи і громадяни);
- орендні підприємства, засновані на договірному тимчасовому володінні і використанні майна, яке необхідне орендареві для здійснення підприємницької діяльності (об'єктами оренди можуть бути цілі майнові комплекси підприємств, їхні структурні підрозділи або окремі одиниці майна).

Незважаючи на відмінності між окремими видами підприємств, можна виділити загальні аспекти, характерні для економіки підприємства кожного виду:

- наявність відособленого майна;
- витрати (витрати), що характеризують вартість спожитих ресурсів;
- доходи і прибуток, що характеризують результат діяльності підприємства;
- капіталовкладення (інвестиції), що характеризують відтворювальні процеси підприємства.

Підприємства можуть поєднуватися в:

- асоціації – договірні об'єднання, створені з метою постійної координації господарської діяльності, але лише в тій області, до якої має відношення асоціація;
- корпорації – договірні об'єднання, створені на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників;

– консорціуми – тимчасові статутні об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення загальної мети (після виконання задач консорціум припиняє своє існування);

– концерни – статутні об'єднання підприємств промисловості, наукових організацій, транспорту, банків, торгівлі на основі повної фінансової залежності від одного або групи підприємців;

– картелі – договірні об'єднання підприємств однієї галузі для здійснення спільної комерційної діяльності;

– синдикати – різновид картельної угоди, що припускає реалізацію продукції через єдиний спільний збутовий орган або вже наявну збутову мережу одного з учасників об'єднання;

– трести – монополістичне об'єднання підприємств, що раніше належали різним підприємцям, у єдиний виробничо-господарський комплекс при витрачанні юридичної та господарської самостійності;

– холдинги – специфічні організаційні форми об'єднання капіталів, за яких акціонерне товариство безпосередньо не займається виробничою діяльністю, а лише використовує свої фінансові засоби для придбання контрольних пакетів акцій інших акціонерних фірм із метою фінансового контролю за їх роботою й отримання доходу на вкладений в акції капітал;

– фінансові групи (фінансово-промислові групи) – об'єднання юридично й економічно самостійних підприємств різних галузей народного господарства, при формуванні яких у якості головних ставиться задача об'єднання банківського капіталу і виробничого потенціалу; основним доходом діяльності повинні бути дивіденди від підвищення ефективності роботи підприємств, а не відсоток на кредит.

Підприємства зв'язку – це специфічні підприємства, що покликані забезпечувати суспільні, виробничі й особисті потреби в передаванні і поширенні інформації засобами поштового, телефонного, стільникового зв'язку, радіомовлення і телебачення, мережі Інтернет.

Сфера зв'язку та інформатизації – це одна зі сфер виробничої інфраструктури держави, специфічний вид економічної діяльності, що відрізняється від інших сфер матеріального виробництва та здійснює надання різноманітних послуг пошти та зв'язку (поштового; телеграфного; телефонного міського, сільського та телефонного міжміського; кур'єрської діяльності; проводового мовлення; спеціального і фельдзв'язку; передачі і прийому

телевізійних та радіопрограм; кабельного телебачення, Інтернет; мобільного; інших видів послуг).

Діяльність підприємств сфери зв'язку та інформатизації має свої економічні особливості, обумовлені технологічними процесами.

1.2. Особливості економіки підприємств радіозв'язку, телебачення та радіомовлення

Особливістю сфери зв'язку та інформатизації є розгляд її як єдиного господарського комплексу, що сприяє функціонуванню всіх інших сфер економічної діяльності. До таких особливостей слід відносити [1, 6, 7]:

1. Продукція зв'язку не має речової форми і являє собою послугу з переміщення інформації або матеріальних цінностей.

2. Специфічні вимоги до якості послуг, тому що неякісну послугу не можна вилучити з виробництва, вона дійде до споживача і нанесе йому моральний і матеріальний збитки.

3. Процес виробництва послуги найчастіше невіддільний від споживання, що спричиняє підвищені вимоги до якості.

4. У процесі виробництва послуги беруть участь декілька структурних підрозділів (вихідні, вхідні, транзитні) та декілька суб'єктів економічної діяльності (оператори та провайдери послуг, виробники, постачальники).

5. Оплата за послуги здійснюється, як правило, на вихідному етапі і ці доходи розподіляються між усіма учасниками технологічного процесу.

6. Незначна частка матеріальних витрат.

7. Нерівномірність надходження навантаження до підприємства сфери зв'язку та інформатизації, що обумовлена особливостями ділового й особистого життя населення і класифікується за трьома категоріями: за місяцями року, спричинена святами, відпустками, сесіями, сільськогосподарськими роботами; за днями тижня, спричинена режимом робочих і вихідних днів; за годинами доби, спричинена графіком режиму роботи підприємств і біологічних режимів праці і відпочинку.

Нерівномірність спричиняє нестійкість у роботі підприємства, простої і перевантаження, тому в галузі існує декілька способів вирівнювання

навантаження. Найбільш розповсюдженим є уведення пільгового тарифу у вечірні і нічні години, вихідні і святкові дні.

Підприємства радіозв'язку – це специфічні підприємства, що покликані забезпечувати суспільні, виробничі й особисті потреби в передаванні і поширенні інформації засобами радіозв'язку, тобто з випромінюванням електромагнітної енергії в навколишнє середовище. Ці підприємства структурно входять до сектору користування радіочастотним ресурсом сфери зв'язку та інформатизації України.

Поряд з вищезазначеним до складу сфери зв'язку та інформатизації входять такі сектори (складові): телекомунікацій, поштового зв'язку, інформатизації, спеціального зв'язку та захисту інформації.

Сучасний стан сфери зв'язку та інформатизації, з огляду на активний вплив факторів упровадження новітніх ІКТ, характеризується такими тенденціями: глобалізацією знань і технологій з одночасним збільшенням швидкості змін правил, норм і законів щодо технологій управління, застосуванням їх у багатьох сферах людської діяльності; зростанням конкуренції постачальників інформації та запитів громадян до її володільців щодо доступу до публічної інформації; швидкими змінами – скороченням життєвого циклу нематеріальних ресурсів розвитку, до яких належить інформація; необхідністю створення національної інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури; створенням ринків телекомунікацій, інформатизації, послуг поштового зв'язку, ринків інформаційних, інформаційно-комунікаційних, інформаційно-телекомунікаційних послуг; розвитком системи національних інформаційних ресурсів і кіберпростору; застосуванням новітніх технологій, телекомунікаційних мереж, інформатизацією процесів [1, 7].

1.3. Мета та завдання діяльності операторів у сфері РРТ. Структура підприємств РРТ

Сучасне телерадіомовлення – найважливіший засіб масової інформації, що впливає на духовний розвиток суспільства, економічне зростання, соціальну стабільність і розвиток інститутів цивільного суспільства.

Вплив телебачення й радіо на політичний і соціальний клімат сучасного світу важко переоцінити, як складова культури кожної окремої країни, регіону, телебачення й радіо впливають на збереження мови, традицій, формування шкали матеріальних цінностей суспільства, є інструментом міжнаціонального спілкування, діалогу культур і релігій.

Телебачення й радіо також є важливим фактором стимулювання розвитку економіки країни. Історія розвитку телебачення та радіомовлення в Україні досить динамічна і в цілому обумовлена світовими тенденціями розвитку технологій телебачення та радіомовлення [2...5].

В 1970-1990 роках у результаті впровадження кольорового телебачення, вітчизняне телебачення й радіомовлення отримали потужний імпульс розвитку. Не тільки Центральне телебачення, але й місцеві студії телебачення були оснащені устаткуванням для виробництва кольорових програм. Були переоснащені новим телевізійним і радіообладнанням республіканські, крайові й обласні теле- і радіостудії.

Значний розвиток отримало радянське радіомовлення в зарубіжних країнах. Програми іномовлення транслювалися на 78 мовах, мали великий вплив на суспільну думку в багатьох країнах і були важливим інструментом зовнішньополітичного впливу. Приділялася велика увага підготовці й перепідготовці професійних кадрів для телебачення й радіомовлення країни.

З розпадом Радянського Союзу система телебачення й радіомовлення в Україні перетерпіла значних змін. З'явилася значна кількість комерційних телевізійних і радіомовних станцій (каналів) як у Києві, так і в регіонах країни. Канали стали поповнювати свій бюджет за допомогою реклами, що привело до зміни змісту програм, витисненню культурних, освітніх програм і дитячих передач, падінню загального інтелектуального рівня програм.

Радіо й телебачення не лише стали орієнтуватися на невимогливий смак масової аудиторії, але й самі стали нав'язувати такий смак населенню. Рівень розвитку телерадіомовлення в Україні відстає від європейського за багатьма параметрами: правовим, економічним, за кількістю програм, їхньою технічною якістю.

Як член світового співтовариства Україна повною мірою відчуває вплив бурхливого розвитку телекомунікацій і побудови Глобального інформаційного суспільства, що вимагає створення й впровадження сучасних інфокомунікаційних технологій.

Підприємства телебачення та радіомовлення державної та приватної форм власності структурно входять до сфери телебачення та радіомовлення. Відповідно до вимог Закону України «Про телебачення та радіомовлення» до основних понять цієї сфери слід віднести наступні [4, 5]:

Мовлення (телерадіомовлення) - створення (комплектування та/або пакетування) і розповсюдження програм, пакетів програм, передач з використанням технічних засобів телекомунікацій для публічного приймання за допомогою побутових теле- та радіоприймачів у відкритий спосіб чи за абонентну плату на договірних засадах.

Мовник (теле- чи радіо) – суб'єкт господарювання, який створює (комплектуює та/або пакетує) телевізійні чи радіопрограми та передачі і розповсюджує їх у відкритому або кодованому вигляді за допомогою технічних засобів шляхом трансляції та ретрансляції для приймання їх споживачами.

Суб'єкт інформаційної діяльності – юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність у сфері телебачення і радіомовлення (телерадіоорганізації, провайдери програмної послуги тощо).

Підприємство телебачення та радіомовлення (телерадіоорганізація) – зареєстрована в установленому законодавством порядку юридична особа, яка на підставі виданої Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення ліцензії на мовлення створює або комплектує та/чи пакетує телерадіопрограми і/або передачі та розповсюджує їх за допомогою технічних засобів мовлення.

Оператор багатоканальної телемережі – суб'єкт господарювання (юридична або фізична особа), який здійснює обслуговування та технічну експлуатацію багатоканальної телемережі відповідно до вимог Закону України «Про телекомунікації», без права надання програмної (інформаційної) послуги.

Провайдер програмної послуги – суб'єкт господарювання, який на підставі ліцензії, виданої Національною радою України з питань телебачення та радіомовлення, на договірних засадах надає абонентам можливість перегляду пакетів програм, використовуючи для передавання цих програм ресурси багатоканальних телемереж.

Програма (телерадіопрограма) – поєднана єдиною творчою концепцією сукупності передач (телерадіопередач), яка має постійну назву і транслюється телерадіоорганізацією за певною сіткою мовлення.

Програмна послуга – формування пакетів програм та забезпечення абонентам можливості їх перегляду на договірних засадах; телебачення – виробництво аудіовізуальних програм та передач або комплектування (пакетування) придбаних аудіовізуальних програм та передач і їх поширення незалежно від технічних засобів розповсюдження.

Телерадіопрацівник – штатний або позаштатний працівник телерадіоорганізації, який за характером своєї професійної діяльності та відповідно до посадових обов'язків бере участь у створенні та розповсюдженні телерадіопрограм та передач.

Універсальна програмна послуга – обов'язкове забезпечення абонентам можливості перегляду пакета програм у складі програм телерадіоорганізацій, які відповідно до ліцензій здійснюють наземне ефірне мовлення на території розташування відповідної багатоканальної телемережі, за винятком випадків застосування абонентами індивідуальних приймальних приладів або систем.

У Європейському Співтоваристві прийнято низку директив стосовно розвитку ринку телекомунікацій та стимулювання розвитку конкурентного середовища на цьому ринку, серед них варто виділити такі:

- Директива Комісії 96/19/ЄС; ОЛ 74/13, 22.03.96 „Про повну конкуренцію на ринках телекомунікацій”;
- Директива Комісії 88/301/ЄС, ОЛ 131/73, 27.5.88 „Про конкуренцію на ринках устаткування телекомунікаційних терміналів”.

Пріоритетними напрямками розвитку сфери телебачення та радіомовлення України є формування заходів, спрямованих на створення умов і розробку механізмів забезпечення:

- свободи доступу до ресурсів телебачення та радіомовлення в інтересах забезпечення конституційних прав громадян України;
- потреб операторів ринку послуг технічного обслуговування та експлуатації технічних засобів ефірних мереж теле - та радіомовлення в технологічній базі світового рівня в інтересах гармонічного розвитку національної інфокомунікаційної інфраструктури як частини світової системи телекомунікацій;
- підтримки вітчизняного виробника;
- зайнятості працівників сфери телебачення та радіомовлення при впровадженні високотехнологічних рішень у практику операторів телекомунікацій;

- установлення заохочувальної державної політики в розвитку телекомунікаційної промисловості;
- підвищення інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств-виробників телекомунікаційного обладнання;
- створення правових гарантій залучення до інвестиційної діяльності в Україні вітчизняних і закордонних фінансових і телекомунікаційних компаній;
- розвитку сучасних технологій;
- захисту інтелектуальної власності.

На часі приєднання України до європейської конвенції про трансграничне телебачення, що ґрунтується на відомому постулаті, що немає меж для телебачення. В Україні вказаний процес лише обговорюється і реальних кроків щодо поширення вітчизняної культури засобами телебачення та радіо з адаптацією до кінцевого іноземного споживача інформації не здійснюється.

Важливою проблемою для безперебійного інформування населення є завдання підтримки працездатності й модернізації технічних засобів мереж телерадіомовлення. Переважна більшість радіотелевізійних передавачів виробила технічний ресурс і вимагає термінової заміни. Частина антенних щогл перебуває в аварійному стані. Якщо не з'явиться можливість збільшити бюджетне фінансування робіт з модернізації технічної інфраструктури телебачення й радіомовлення, необхідно буде залучити інвестиційні й кредитні ресурси для цих цілей.

1.4. Організація виробництва Концерну радіозв'язку, радіомовлення та телебачення

Концерн радіомовлення, радіозв'язку та телебачення (КРРТ) є домінуючим оператором ринку телебачення та радіомовлення України. Концерн радіомовлення, радіозв'язку та телебачення (Концерн РРТ) було засновано після здобуття незалежності України у 1991 році для створення єдиного інформаційного простору у державі. На сьогоднішній день Концерн РРТ під своїм началом об'єднує 30 підприємств та філій, які розташовані в обласних центрах та великих містах України. Майно Концерну – це повністю державна

власність. Концерн РРТ входить до сфери управління Міністерства інфраструктури України [2...5, 7].

Майже п'ять тисяч висококваліфікованих спеціалістів Концерну РРТ здатні одночасно забезпечити телерадіотрансляцію 15-ти загальнонаціональних телевізійних та 15-ти загальнонаціональних радіопрограм, радіопрограм іномовлення (Всесвітньої служби радіо України), програм регіональних, обласних державних та переважної більшості недержавних телерадіокомпаній по території всієї держави. При цьому здійснюється повне технічне обслуговування й експлуатація телекомунікаційних мереж та мереж супутникового та ефірного телерадіомовлення приблизно на 400 різноманітних об'єктах Концерну РРТ.

Унікальна інфраструктура Концерну включає у себе понад 560 антенно-щоголових споруд (заввишки від 70 до 386 метрів), понад 12 тис. км радіорелейних ліній, 80 потужних телевізійних станцій, понад 1350 телевізійних передавачів, зокрема 31 цифровий передавач стандарту DVB-T у м. Києві, Київській, Житомирській та Одеській областях, 365 радіомовних передавачів, 2 потужних радіоцентри, 2 центри супутникового зв'язку.

Концерн РРТ є членом Міжнародної організації супутникового зв'язку "INTELSAT" та акціонером Європейської організації супутникового зв'язку "EUTELSAT S. A.". Засоби космічного зв'язку Концерну працюють у системах "INTELSAT", "AMOS" та "HELLAS SAT" і можуть забезпечити супутникове розповсюдження програм мовлення на всі регіони світу.

Концерн РРТ пропонує:

- будівництво, технічне обслуговування та експлуатацію технічних засобів радіомовлення, радіозв'язку та телебачення (в тому числі наземного цифрового), супутникових систем та радіорелейного зв'язку;
- організацію цифрових каналів та трактів в радіорелейних лініях;
- організацію телевізійних каналів наземного цифрового мовлення;
- організацію цифрових каналів супутникового телерадіомовлення;
- організацію швидкісних каналів передачі даних до користувачів за допомогою технології DVB-T та IP;
- організацію каналів телевізійного обміну майже на всі країни світу;
- найнижчі тарифи на радіорелейні та міжнародні супутникові канали зв'язку (в тому числі для широко впроваджуваних послуг Інтернет) за гарантованої якості.

До складу **КРРТ** входять філії в усіх областях України, а також мережа радіотелевізійних передавальних центрів в м. Одеса, Бровари, Харків. Розглянемо їх діяльність:

1. Державне підприємство **Одеський обласний радіотелевізійний передавальний центр** було створено на базі Одеського радіоцентру, будівництво якого почалось у вересні 1944 року і було введено в постійну експлуатацію в 1945 році, а також на базі технічного вузла республіканських магістральних зв'язків і телебачення (РМЗ-1).

Основними напрямками діяльності Одеського ОРТПЦ є технічне обслуговування й експлуатація мереж ефірного телемовлення та ефірного радіомовлення, а також надання в користування каналів електрозв'язку, розвиток, удосконалення та експлуатація технічних засобів телекомунікацій на базі найновіших досягнень науки і техніки, передового виробничого досвіду, введення в дію нових та раціональне використання наявних виробничих потужностей.

Для виконання основних завдань Одеський ОРТПЦ має широку розвинену інфраструктуру з технічними будівлями, енергозабезпеченням. На території області розташовано 32 об'єкти, з висотними спорудами від 45 до 257 м.

На території Одеської області працюють 110 телевізійних та 40 радіомовних передавачів, які забезпечують трансляцію 26 телевізійних програм і 18 радіопрограм. Одеський ОРТПЦ має розвинену мережу РРЛ загальною протяжністю 1113,5 км.

2. **Радіопередавальний центр м. Бровари** на сьогоднішній день веде передачу радіопрограм державного мовлення: в діапазоні довгих хвиль (1 програма) – покриваючи при цьому близько 95% території України; в діапазоні середніх хвиль (2 програма) – працює в мережі синхронного мовлення; має широкі можливості мовлення та радіозв'язку в діапазоні коротких хвиль.

3. **Харківський обласний радіотелевізійний передавальний центр** розпочав роботу у 1920 році. Він приймав безпроводові радіотелеграфні повідомлення з Берліна, Константинополя, Лондона, Мадрида, Москви, Парижа, Риму. Сьогодні основними напрямками діяльності підприємства є розповсюдження телевізійних та радіопрограм, телефонної, телеграфної, комп'ютерної та іншої інформації через передавальні засоби згідно з договорами телерадіокомпаній, а також з іншими замовниками, які мають ліцензії на такі види діяльності та на право користування каналом мовлення у відповідності з чинним законодавством.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть найбільш важливі наукові школи періоду XIX-XX ст.
2. Охарактеризуйте найбільш важливі функції, які виконує сучасна економічна наука.
3. Назвіть найвідоміші економічні закони, що найбільш часто виявляються на практиці.
4. Що є предметом сучасної економічної науки?
5. Охарактеризуйте сутність мікро- та макроекономіки.
6. Назвіть особливості сфери зв'язку та інформатизації.
7. У чому полягає мета та завдання діяльності операторів у сфері РРТ?
8. У чому полягає сутність організації виробництва Концерну РРТ?

Список рекомендованої літератури до розділу 1

1. Економіка й організація інноваційної діяльності: [підручник для вузів] / [О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.]; за ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. — К.: ВД «Професіонал», 2004. — 960 с.
2. Сучасні телекомунікації: мережі, технології, економіка, управління, регулювання / С.О. Довгий, О.Я. Савченко, П.П. Воробієнко та ін.; за ред. С.О. Довгого. — К.: Український Видавничий Центр, 2002. — 520 с.
3. Закон України «Про телекомунікації»: за станом на 20.10. 2003 // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003. — № 12. — Офіц. вид. — К., 2004. — С. 155.
4. Закон України «Про радіочастотний ресурс» [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.rada.gov.ua/>
5. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.rada.gov.ua/>
6. Економіка телекомунікації: навч. посіб. [В.М.Орлов, В.М.Гранатуров, Л.А.Захарченко, Г.А.Отливанська, Н.Ю.Потапова-Сінько]; за заг. ред. \ В.М. Орлова. — [2-ге вид. перер.]. — О.: ОНАЗ, 2015. — 140 с.
7. Князева О.А. Економіка та організація виробництва підприємств радіозв'язку, радіомовлення та телебачення: навч. посіб./ Князева О.А — Одеса: ОНАЗ ім. О.С.Попова, 2011. — 84 с.
8. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: підруч; відп. ред. Г.Н. Климко. — [4-те вид., перероб. і доп.]. — К.: Знання, 2002. — 615 с.

РОЗДІЛ 2

ВИРОБНИЧІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВ РРТ

План викладу матеріалу

- 2.1. Трудові ресурси підприємства сфери зв'язку та інформатизації.*
- 2.2. Матеріальні ресурси підприємства сфери зв'язку та інформатизації.*
- 2.3. Фінансові ресурси та джерела їх формування.*

2.1. Трудові ресурси підприємства сфери зв'язку та інформатизації

Трудові ресурси – це кваліфікований склад працівників, що пройшов спеціальну підготовку і має досвід роботи у сфері зв'язку. Усі працівники поділяється за професіями та спеціальностями.

Професія – це вид трудової діяльності, що вимагає спеціальної підготовки. **Спеціальність** – це вид діяльності в рамках професії. Наприклад, професія економіст має низку спеціальностей: економіка праці, економіка підприємства, економіка промисловості і т.п.

У залежності від рівня підготовки всі працівники поділяються на кваліфікації. Кваліфікації виробничого персоналу поділяються на сім розрядів (сьомий розряд – найвищий). Інженерно-технічний персонал поділяється на три категорії (перша категорія – найвища).

В залежності від ступеня впливу на виробництво працівники поділяється таким чином:

1. Адміністративно-управлінський персонал (АУП), що займається організацією й управлінням підприємством. До них відносяться і директор (генеральний директор), заступники директора, бухгалтер, керівники структурних підрозділів, секретар тощо. До цієї категорії працівників ставляться особливі вимоги, з якими можна ознайомитися в Законах України «Про Телекомунікації», «Про Поштовий зв'язок», «Про телебачення і радіомовлення» [2, 3].

2. Інженерно-технічний персонал – це кадри з вищою освітою, займаються інженерною і/або управлінською діяльністю.

3. Виробничий персонал – це кадри із середньою спеціальною або вищою освітою, що займаються безпосередньо наданням послуг або обслуговуванням обладнання.

4. Молодший обслуговуючий персонал – це допоміжні працівники, стажисти, учні й інший некваліфікований персонал.

Урахування чисельності працівників підприємства сфери зв'язку та інформатизації здійснюється за такими групами:

- штатна чисельність визначається виходячи з нормативів у залежності від кількості надаваних послуг, кількості обладнання й інших виробничих факторів;

- облікова чисельність – це кількість персоналу, фактично прийнятого на роботу за наказом і з записом у трудовій книжці;

- наявна чисельність – це кількість працівників, що фактично вийшли на роботу.

Найважливішим показником, що характеризує ефективність використання трудових ресурсів, є продуктивність праці.

Продуктивність праці визначає ефективність живої праці працівників витрати праці, що бере участь у виробничому процесі або, що припадають на виробництво одиниці продукції. Крім того, продуктивність праці побічно відображує ефективність використання обладнання. Визначити продуктивність праці можна в натуральному й у грошовому вираженні:

У натуральному вираженні $B_n = \frac{Q_n}{\bar{Ш}}$, [од./чол.].

У грошовому вираженні $B_{гр} = \frac{Д}{\bar{Ш}}$, [грн./чол.],

де Q_n – обсяг послуг в натуральному вимірюванні (одиниці); $Д$ – доходи підприємства (у грошових одиницях); $\bar{Ш}$ – середньспискова кількість працівників (чоловік).

Випереджальне зростання продуктивності праці щодо зростання зарплати є запорукою підвищення економічної ефективності усього виробництва.

Заробітна плата – це частина сукупного суспільного продукту, вираженого в грошовій формі, що залежить від кількості й якості вираженої праці і, що йдуть в особисте користування працівника. Зарплата є основним аспектом взаємовідносин працівника з підприємством і залежить від

ефективності його діяльності, а також кваліфікації трудового штату, умов роботи й інших факторів.

У загальнооекономічному змісті розрізняють реальну і номінальну заробітну плату.

Номінальна заробітна плата – це сума коштів, отримуваних робітниками за одиницю часу.

Реальна заробітна плата – це та кількість товарів і послуг, що може бути придбана на зарплату.

Існує три основних форми оплати праці:

1. Погодинна, коли зарплата залежить від кількості відпрацьованого часу.
2. Відрядна, коли зарплата залежить від кількості виробленої продукції.
3. Відрядно-преміальна і почасово-преміальна – це основна зарплата (тарифна ставка) з додаванням премії за результатами праці.

Існує також акордна зарплата за певний обсяг виконаної роботи.

На підприємствах зв'язку, здебільшого, використовується погодинна або почасово-преміальна, крім будівельно-монтажної і пусконаладжувальної роботи, де використовується відрядна або акордна форма оплати праці.

Зарплата (Z) складається з трьох основних елементів:

$$Z = Z_m + Z_n \pm Z_h \text{ [грн.]},$$

де Z_m – тарифна ставка (фіксована вартість години або одиниці виробу);

Z_n – різні премії (за індивідуальні досягнення, за результатами роботи оператора за рік, до Дня зв'язківця);

Z_h – надбавки (+) (за шкідливі умови роботи, за вислугу років, за роботу у вихідні і святкові дні і т.п.) чи вирахування (-).

Уся зарплата створює фонд оплати праці (ФОП), що цілком перекладається на собівартість продукції.

Середня зарплата ($\bar{Z}$) розраховується за формулою:

$$\bar{Z} = \frac{\text{ФОП}}{\bar{Ш}} \text{ [гр./чол.]},$$

де ФОП – фонд оплати праці; $\bar{Ш}$ – середньоспискова чисельність працівників.

2.2. Матеріальні ресурси підприємства сфери зв'язку та інформатизації

Результати економічної діяльності підприємства прямо залежать від наявності, стану й ефективності використання всіх матеріальних (виробничих) ресурсів. Матеріальні ресурси підприємства називають ще виробничими фондами.

Усі виробничі фонди поділяються на дві групи:

1. Основні виробничі фонди.
2. Оборотні кошти.

Основні виробничі фонди (ОВФ) – це матеріальні ресурси, що відповідають наступним вимогам:

- багаторазово беруть участь у процесі виробництва протягом тривалого часу (більше року);
- практично не змінюють свою матеріальну форму;
- переносять свою вартість на продукцію частинами в міру зносу, протягом усього терміну служби у виді амортизаційних відрахувань.

До ОВФ відносяться: будинки, споруди, обладнання, транспорт тощо.

Оборотні засоби – це матеріальні ресурси, що відповідають наступним вимогам:

- беруть участь тільки в одному виробничому циклі;
- цілком споживаються або втрачають свою первісну форму;
- переносять свою вартість на готову продукцію (послугу) відразу, тобто цілком включаються в ціну товару.

До оборотних засобів відносяться також малоцінні (вартістю до 15 неоподаткованих мінімумів) і такі, що швидко зношуються (термін служби до 1-го року) засоби (сировина, матеріали, паливо, канцелярські приладдя).

Облік виробничих фондів здійснюється в натуральній і грошовій формах.

До показників ефективності використання основних фондів відносяться:

- **фондовіддача** – показує, яка кількість продукції чи послуг (Д чи Q) припадає на одиницю фондів (ОВФ):

$$K' = \frac{D}{\text{ОВФ}} \text{ [грн. Д/грн. ОВФ]} \text{ або } K = \frac{Q}{\text{ОВФ}} \text{ [шт./грн. ОВФ]};$$

– **фондоємність** – показує яка кількість фондів ОВФ необхідна для отримання одиниці доходів (Д) або послуг (Q):

$$h' = \frac{1}{K'} = \frac{ОВФ}{Д} \text{ [грн. ОВФ/грн. Д]}, \text{ або } h = \frac{1}{K} = \frac{ОВФ}{Q} \text{ [грн. ОВФ/шт]};$$

– **фондоозбросність праці** показує рівень забезпеченості працівників (Ш) засобами і предметами праці (ОВФ):

$$V = \frac{\overline{ОВФ}}{\overline{Ш}} \text{ [грн./чол.]}$$

До показників використання оборотних засобів ($\Phi_{об}$) відносяться:

– **коефіцієнти оборотності** оборотних засобів:

$$K_{об} = \frac{Д}{\Phi_{об}} \text{ [оборотів на рік]};$$

– **середня тривалість одного обороту:**

$$W_{об} = \frac{T}{K_{об}} \text{ [дн./1 оборот]},$$

де Т – кількість робочих днів у році (360) або у кварталі (90).

У процесі роботи ОВФ втрачають свій первісний вид і свою первісну вартість. Це відбувається під впливом різних процесів: умов експлуатації; якості самого обладнання і його складових; умов навколишнього середовища, режиму роботи; кваліфікації працівників; своєчасністю ремонту і профілактики тощо.

Втрата споживчих властивостей ОПФ, пов'язана з вищезгаданими причинами, називається **зносом**. Знос буває фізичний і моральний.

Фізичний знос являє собою втрату первісних властивостей ОВФ у ході роботи з часом. Фізичний знос викликаний інтенсивністю роботи ОВФ.

Моральний знос викликаний науково-технічним прогресом і постійним удосконалюванням обладнання. Моральний знос полягає в тому, що ОВФ фізично працездатні, але існують більш ефективні аналоги, які за цим ОПФ морально застарівають.

Зносу піддаються тільки основні продуктивні фонди, оскільки оборотні цілком споживаються у виробництві і не встигають зношуватися. У будь-якого підприємства формується спеціалізований цільовий фонд, що спрямовується на покриття зносу. Цей фонд називається **амортизаційним**.

Економічна сутність амортизації полягає в тому, що вся амортизована вартість поділяється на рівномірні частини за роками протягом усього терміну

служби. Таким чином, протягом нормативного терміну служби підприємство цілком повертає витрачені кошти.

Всі амортизаційні відрахування цілком включаються у вартість виробленої продукції. Розмір амортизаційних відрахувань визначається кожним підприємством, індивідуально виходячи з обраного методу нарахування амортизації.

Найпростішим методом визначення амортизації є прямолінійний, тобто метод рівномірного розподілу за роками вартості ОВФ. Розмір щорічних амортизаційних відрахувань визначається:

$$A_p = \sum H_{ai} \cdot \text{ОВФ}_i,$$

де ОВФ_i – вид основних фондів;

H_{ai} – норма амортизації для i -го виду ОВФ.

Норма амортизації – це відсоток щорічних відрахувань, що залежить від групи фондів або терміну служби.

Норма амортизації визначається таким чином:

$$H_{ai} = \frac{1}{t_n} \cdot 100(\%),$$

де t_n – нормативний термін служби ОВФ.

Амортизаційний фонд знаходиться в постійному русі, тобто відбуваються регулярні відрахування. Цей фонд спрямовується, здебільшого, на розширене виробництво, тобто на розширення діяльності підприємства. Підприємством зв'язку може бути обраний один із існуючих методів розрахунку амортизації: прямолінійний, кумулятивний, виробничий, податковий, метод зменшення залишкової вартості або метод прискореної амортизації.

2.3. Фінансові ресурси та джерела їх формування

Фінансові ресурси підприємства – це грошові доходи і надходження, що знаходяться в розпорядженні підприємства сфери зв'язку та інформатизації і призначені для виконання фінансових зобов'язань, здійснення витрат за розширеним відтворенням й економічним стимулюванням працюючих. Формування фінансових ресурсів здійснюється за рахунок власних і прирівняних до них засобів, мобілізації ресурсів на фінансовому ринку і

надходження коштів від фінансово-банківської системи в порядку перерозподілу.

Фінансові ресурси підрозділяються на:

- капітал;
- витрати на споживання;
- інвестиції в невиробничу сферу;
- фінансовий резерв.

Капітал – це частина фінансових ресурсів підприємства, що спрямовується на виробничо-господарські цілі (поточні витрати і розвиток). Капітал – це гроші, призначені для формування прибутку. У структуру капіталу входять кошти, вкладені в:

- основні фонди;
- нематеріальні активи;
- оборотні фонди.

Сукупність майнових прав, що належать підприємству, являють собою активи підприємства. До складу активів входять основні засоби, нематеріальні активи, оборотні кошти.

Основні засоби – це засоби, вкладені в основні виробничі фонди.

Нематеріальні активи – це вартість об'єктів промислової й інтелектуальної власності та інших майнових прав. До них відносяться права, що виникають:

- з патентів на винаходи, промислові зразки, товарні і фірмові знаки, торговельні марки;
- із прав на «ноу-хау»;
- із прав користування земельними ділянками і природними ресурсами тощо.

Оборотний капітал (оборотні кошти) – частина капіталу підприємства, вкладений у його поточні активи. Частина оборотного капіталу авансована в сферу виробництва і формує оборотні виробничі фонди.

Фінансові ресурси утворюються за рахунок різних джерел. За формою права власності розрізняються дві групи джерел:

- власні;
- позикові і притягнуті (чужі).

Основними джерелами власних коштів є статутний капітал (статутний фонд), прибуток та амортизаційні відрахування. До притягнутих коштів відносяться кредиторська заборгованість, кредити і позики.

Основним джерелом фінансових ресурсів на діючих підприємствах зв'язку є вартість реалізованої продукції (наданих послуг), різні частини якої в процесі розподілу отриманих коштів набувають форму грошових доходів і накопичень. Фінансові ресурси формуються головним чином за рахунок прибутку (від основного та інших видів діяльності) й амортизаційних відрахувань.

Джерелами фінансових ресурсів підприємств можуть також виступати:

- виторг від реалізації вибулого майна;
- стійкі пасиви;
- різні цільові надходження (плата за перебування дітей у дошкільних установах тощо);
- мобілізація внутрішніх ресурсів у будівництві й ін.

Використання фінансових ресурсів здійснюється підприємством за багатьма напрямками, головними з яких є:

- платежі органам фінансово-банківської системи, обумовлені виконанням фінансових зобов'язань. Сюди відносяться: податкові платежі в бюджет і позабюджетні фонди, сплата відсотків банкам за користування кредитами, погашення раніше узятих позичок, страхові платежі;
- інвестування власних засобів у капітальні витрати (реінвестування), пов'язане з розширенням виробництва і технічним його відновленням, переходом на нові прогресивні технології, використання «ноу-хау»;
- інвестування фінансових ресурсів у цінні папери, що купуються на ринку, акції й облігації інших фірм;
- утворення грошових фондів заохочувального і соціального характеру;
- благодійні цілі, спонсорство тощо.

Питання для самоконтролю

1. Склад трудових ресурсів підприємств сфери зв'язку та інформатизації.
2. Що таке продуктивність праці і яка методика її розрахунку?
3. Заробітна плата. Реальна і номінальна заробітна плата.
4. Основні форми нарахування заробітної плати на підприємствах.
5. Сутність і показники ефективності використання основних фондів.
6. Сутність і показники використання оборотних засобів.
7. Що таке знос основних фондів? У чому полягає сутність амортизації та призначення амортизаційних відрахувань?
8. Економічна сутність фінансових ресурсів підприємства.

Список рекомендованої літератури до розділу 2

1. Закон України «Про телекомунікації»: за станом на 20.10. 2003 // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003. – № 12. – Офіц. вид. – К., 2004. – С. 155.
2. Закон України «Про радіочастотний ресурс» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.rada.gov.ua/>
3. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.rada.gov.ua/>
4. Економіка телекомунікації: навч. посіб. / [В.М.Орлов, В.М.Гранатуров, Л.А.Захарченко, Г.А.Отливанська, Н.Ю.Потапова-Сінько]; за заг. ред. В.М. Орлова. – [2-ге вид. перер.]. – О.: ОНАЗ, 2015. – 140 с.
5. Князева О.А. Економіка та організація виробництва підприємств радіозв'язку, радіомовлення та телебачення: навч. посіб. / Князева О.А. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 84 с.

РОЗДІЛ 3

РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РРТ

План викладу матеріалу

- 3.1. Послуги сфери зв'язку та інформатизації, їх облік та показники якості.*
- 3.2. Витрати, доходи, прибуток та рентабельність оператора.*
- 3.3. Проектування та капітальне будівництво у сфері зв'язку та інформатизації.*
- 3.4. Фінансове управління та моделювання.*
- 3.5. Аналіз ризику при управлінні інвестиційними проектами підприємств.*

3.1. Послуги сфери зв'язку та інформатизації, їх облік та показники якості

Продукцією сфери зв'язку та інформатизації є **послуги**. До особливостей послуг зв'язку відносяться наступні:

- послуги не можуть існувати окремо від процесу виробництва;
- послугі не потрібні складування;
- у процесі надання послуги беруть участь декілька територіально окремих і фінансово незалежних підприємств;
- послуга вважається наданою тільки після проходження повного виробничого циклу.

Послуги сфери зв'язку та інформатизації різноманітні і залежить від секторів (телекомунікацій, користування радіочастотним ресурсом, поштового зв'язку, інформатизації). Кожний сектор надає певну кількість послуг. У загальному виді всі послуги поділяються на основні і додаткові. До основних послуг відносяться такі послуги, що відповідають традиційним видам діяльності, характерним для конкретного оператора (провайдера). До інших послуг відноситься вся неосновна і додаткова діяльність суб'єктів економічної діяльності (реалізація, контент-послуги тощо). Крім того, оператори багато займаються фінансовою й інвестиційною діяльністю (розміщення капіталу, обмін валют).

Усі телекомунікаційні послуги операторів вимірюють або враховують за допомогою трьох способів обліку [3]:

1. Натуральний вимірник (Q_n) полягає в натуральному обліку кількості одиниць наданих послуг. При натуральному обліку вся продукція враховується за окремими видами. Недоліком методу є значна кількість розрахунків і неможливість підсумовування різних видів послуг.

2. Умовно натуральний вимірник полягає в розробці усереднених натуральних показників діяльності підприємства за видами послуг. Використовується для порівняння діяльності однорідних підприємств (наприклад, кількість телефонів на 100 чоловік – телефонна щільність).

3. Грошовий (Q_r) – це універсальний показник, що дозволяє підсумовувати будь-які послуги в цілому по підприємству або галузі. Це найбільш використовуваний в економіці показник. Для отримання грошового показника використовують наступну формулу:

$$Q_r = \sum_{i=1}^n Q_{ni} \cdot \Pi_{Ti} ,$$

де Q_n – обсяг послуг по кожному i -му виду в натуральному вимірюванні;

Π_{Ti} – тариф або середньодоходна такса (усереднена такса).

Якість у сфері зв'язку є найважливішим і найчастіше єдиним показником, що характеризує придатність послуги для користування споживачем. Якість відбиває не тільки технічні, але й економічні параметри послуг. У сфері зв'язку якості надається найважливішого значення, оскільки браковану послугу не можна вилучити з виробництва. Особливістю якості послуг зв'язку є те, що вона характеризується з двох сторін:

- кількість послуг з дотриманням норм якості;
- кількість бракованих послуг.

З огляду на різноплановість видів діяльності підприємства сфери зв'язку та інформатизації, оцінка якості послуг провадиться за трьома аспектами:

- якість послуги;
- якість обслуговування споживачів;
- якість роботи співробітників зв'язку.

Якість послуг оцінюється за трьома категоріями:

1) Швидкість – це один із найважливіших показників, що характеризує більшість послуг (швидкість доставляння повідомлення, швидкість усунення ушкодження). Показник швидкості визначається його граничними рівнями та контрольними термінами.

Контрольні терміни – це максимальний час, протягом якого повинна бути представлена послуга. Контрольні терміни поділяються на:

2) Точність і вірогідність – це характеристики споживчих властивостей послуги, тобто наскільки вона придатна для користування. До показників відносяться: відсутність перекручувань сигналу; відсутність шумів; правильність передавання повідомлень; цілісність відправлень; правильність доставляння; естетичність повідомлення і т.п.

3) Надійність – це властивість технічних засобів надавати якісні послуги. Характеризує більшою мірою підприємства, ніж послуги. До показників можна віднести: дотримання графіка роботи; надійність апаратури; наявність резервного обладнання; безвідмовність роботи; кількість відділень зв'язку; кількість населення, що припадає на одне відділення зв'язку.

Якість обслуговування характеризує споживчі і ринкові властивості послуги з погляду зручностей користування і ступеня доступності послуг. Характеризується показниками: доступність технічних засобів, рівень розвитку мережі, тривалість роботи технічних засобів.

У кожному секторі ведеться індивідуальний облік **якості роботи кожного штатного працівника**. Якість роботи залежить від кваліфікації, досвіду роботи, освіти, умов роботи й індивідуальних якостей людини.

Положення про якість телекомунікаційних послуг, затверджено рішенням Національної комісії з питань регулювання зв'язку України (на даний час чинним є рішення від 15.04.2010 № 174, зареєстроване в Міністерстві юстиції України 23.06.2010 за № 429/17724)

Існують певні стандарти якості послуг, до яких слід віднести ГОТС, ДСТУ та ISO.

3.2. Витрати, доходи, прибуток та рентабельність

Будь-яке підприємство ринку телекомунікацій у своїй виробничій діяльності витрачає наявні в нього ресурси (матеріальні, трудові і фінансові). Для обліку всіх здійснюваних витрат їх необхідно привести до одного

грошового еквівалента, тому облік витрат ведеться в їхньому вартісному вираженні.

Для зручності обліку розроблена укріплена методика обліку витрат у цілому по підприємству. Витрати складаються з наступних статей [2]:

$$E = \text{ФОП} + N_{\text{ФОП}} + A + M + E_{\text{л}} + T + A_{\text{УВ}} + I_{\text{н}},$$

де ФОП – фонд оплати праці;

$N_{\text{ФОП}}$ – нарахування на ФОП, що являє собою грошові кошти, які відчисляються оператором у спеціалізовані цільові фонди (соціальні). Ці відрахування прямо пропорційні штатній чисельності персоналу і визначаються виходячи з розмірів ФОП. Нарахування на ФОП складаються з чотирьох складових: Пенсійний фонд, Фонд безробіття, Фонд соціального страхування, Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві;

A – амортизація;

M – матеріали і запасні частини;

$E_{\text{л}}$ – електроенергія;

T – транспортні витрати;

$A_{\text{УВ}}$ – інші адміністративно-управлінські витрати;

$I_{\text{н}}$ – інші витрати;

На підприємствах робиться калькуляція виробничих витрат, тобто визначення частки або міри впливу кожної статті витрат (E_i) на загальну суму (ΣE_i). Частка кожної статті d_i визначається:

$$d_i = \frac{E_i}{\Sigma E_i} \cdot 100, (\%)$$

Собівартість показує, у що обходиться підприємству виробництво одиниці продукції або послуги. У галузі зв'язку вкрай складно виділити одиницю продукції з загального виробничого циклу. Тому визначають умовну собівартість одиниці доходів:

$$\bar{C} = \frac{E}{D},$$

де E – виробничі витрати; D – доходи.

Собівартість повинна мати тенденцію до постійного зниження, оскільки чим менше витрат на виробництво одиниці доходу, тим ефективніше працює підприємство.

Доходи підприємства сфери зв'язку та інформатизації прямо залежать від обсягу і видів діяльності. Види діяльності відповідно до закону «Про державне підприємство» класифікуються в такий спосіб:

1. Основна діяльність. Це всі операції, що пов'язані з наданням послуг зв'язку і є основною метою роботи підприємства.

2. Звичайна діяльність. Це діяльність, яка включає у себе операційну, фінансову та інвестиційну діяльність.

3. Операційна діяльність. Це основна та інша діяльність, пов'язана з наданням послуг та виробництвом продукції.

4. Надзвичайна діяльність. Це діяльність підприємства в незвичайних умовах, що не повторюються регулярно.

5. Фінансова й інвестиційна діяльність. Це будь-яка діяльність, що передбачає фінансові операції не пов'язані основною діяльністю (інвестування, участь у капіталі дочірніх підприємств тощо).

Відповідно до класифікації видів діяльності відбувається й облік доходів.

Доходи – це надходження у виді економічних вигод (грошових або матеріальних), що приводять до зростання власного капіталу підприємства. Доходи є початковим показником при визначенні економічної ефективності діяльності підприємства.

Доходи підприємств розраховуються на підставі всіх наявних видів надаваних послуг. У загальному виді доходи визначаються:

$$D = \sum Q_{ni} \cdot C_i,$$

де Q_{ni} – обсяг надаваних послуг у натуральному вимірюванні;

C_i – тариф на i -ту послугу.

Загальний дохід підприємства сфери зв'язку та інформатизації визначається як сума доходів з усіх видів діяльності. Після визначення сумарного доходу визначається чистий дохід.

$$ЧД = D_{\Sigma} - ПДВ,$$

де D_{Σ} – сумарний дохід;

ПДВ – податок на додану вартість. ПДВ є загальнодержавним єдиним і обов'язковим податком, що стягується зі споживачів при здійсненні будь-якої торговельної угоди і через підприємство надходить у державний бюджет.

Ставка ПДВ є єдиною для всіх товарів і послуг і складає 20% відповідно до поточного Податкового Кодексу.

Прибуток – це основний результуючий показник, що характеризує ефективність виконання всіх ресурсів підприємства (трудових, матеріальних і фінансових). Прибуток є кінцевою метою і результатом роботи всього підприємства. Прибуток включає цілу низку функцій, основними з яких є:

1. Узагальнюючий показник результативності роботи підприємства, який відбиває дію основного економічного закону (Гроші-Товар-Гроші').

2. Розподільна функція, що дозволяє підприємству або галузі за рахунок прибуткових послуг фінансувати менш прибуткові або збиткові галузі.

3. Стимулююча функція, що дозволяє підприємству здійснити додаткове стимулювання співробітників (премії), а також здійснювати розширене відтворення.

Прибуток є різницею між отриманими доходами від реалізації послуг і здійсненими для цього витратами

$$\Pi = \text{ЧД} - E,$$

де E – виробничі витрати; ЧД – чистий дохід.

Чистий прибуток підприємства визначається як:

$$\text{ЧП} = \Pi_o - \Pi_{\pi} - \Pi_{об},$$

де Π_o – оподатковуваний прибуток;

Π_{π} – податок на прибуток – єдиний загальнодержавний централізований податок, що стягується із суб'єктів підприємницької діяльності і надходить у бюджет. Відповідно до нового Податкового Кодексу ставка податку на прибуток становить 18% (станом на 2017 р.).

$\Pi_{об}$ – інші обов'язкові податки та платежі з прибутку.

Чистий прибуток залишається в розпорядженні підприємства і витрачається за трьома основними напрямками. Ці напрями називаються внутрішньовиробничими фондами:

1. Фонд споживання (ФС) – це грошові кошти, що надходять в особисте користування працівників у виді внутрішньовиробничих надбавок, компенсації невикористаної відпустки, премій.

2. Фонд соціального розвитку (ФСР) – це грошові кошти, що йдуть на стимулювання роботи трудового колективу і забезпечення соціально-побутових

умов (проведення оздоровчих, спортивних і культурно-дозвільних заходів; здешевлення харчування у виробничих їдальнях тощо).

3. Фонд розвитку виробництва (ФРВ) – це грошові кошти, що йдуть на розширення виробничих потужностей. Це витрати на фінансування придбання нового обладнання (що не входить в амортизацію); фінансування витрат на перенавчання персоналу; науково-дослідні і конструкторські розробки; здійснення природоохоронних заходів.

Прибуток є основним абсолютним показником ефективності роботи підприємства. Але його не можна використовувати для порівняння з іншими підприємствами.

Порівняльним показником є **рентабельність**, що являє собою співвідношення отриманого прибутку до виробничих витрат

$$r = \frac{\Pi}{E} \cdot (100), (\%),$$

де Π – прибуток; E – виробничі витрати.

Чим вище рентабельність, тим ефективніше працює підприємство, тим кращі його позиції на ринку телекомунікацій.

Також на підприємстві можуть визначати такі показники рентабельності:

1. Рентабельність поточної діяльності як відношення прибутку до експлуатаційних витрат:

$$r = (\Pi / E) \times 100, (\%),$$

де Π – відповідний прибуток; E – величина виробничих витрат.

2. Рентабельність продажів як відношення прибутку до величини чистого доходу, характеризуючи, у свою чергу, питому вагу прибутку в отримуваних чистих доходах:

$$r' = (\Pi / \text{ЧД}) \times 100, (\%),$$

де ЧД – чистий дохід.

3. Рентабельність активів (A_k) суб'єкта як відношення прибутку до загальної суми оборотних і необоротних активів, що враховуються, і є на балансі:

$$r'' = (\Pi / \text{НА} + \text{ОА}) \times 100, (\%),$$

де НА, ОА – відповідно необоротні і оборотні активи, їх сума визначає величину активів.

3.3. Проектування та капітальне будівництво у сфері зв'язку та інформатизації

Капітальне будівництво – це матеріальна основа розширеного відтворення, яке ставить за мету своєчасне й повне відновлення ОВФ із урахуванням основних досягнень науково-технічного прогресу.

Усе капітальне будівництво може здійснюватися трьома способами:

1. Нове будівництво – створення принципово нових об'єктів. У галузі зв'язку це є особливо складним завданням, оскільки крім нового спорудження необхідне створення також комунікаційної інфраструктури.
2. Розширення діючих потужностей – це будівництво наступних черг, розширення цехів або ділянок тощо.
3. Реконструкція та технічне переозброєння – це повна або часткова модернізація наявних ОВФ.

Капітальне будівництво може здійснюватися такими методами:

1. Для принципово нового будівництва або розширення використовується **підрядний метод**. Укладається договір з підрядником (бригада або будівельно-монтажне об'єднання) на здійснення будівельних робіт у певний термін і за певну ціну.

2. **Господарський метод** застосовується при модернізації, коли штатний склад сам встановлює нове обладнання.

Будь-яке капітальне будівництво здійснюється відповідно до складеного заздалегідь проекту. У загальному виді проект складається з таких елементів:

1. Пояснювальна записка, у якій відображаються мета й завдання проектування, опис району, транспортної інфраструктури, щільність населення, наявність робочої сили, наявність комунікацій тощо.

2. Техніко-економічна частина – це опис передбачуваної ефективності даного нового проекту (прибуток, доходи, рентабельність).

3. Будівельна частина – опис конструкції, матеріалів, договорів з постачальниками.

4. Організаційна частина: календарний план будівництва; юридичний статус, можливі штрафні санкції.

5. Кошторисна вартість проекту, яка складається з таких елементів:

- прямі витрати, які безпосередньо зв'язані з будівельно-монтажними роботами;
- накладні видатки, які пов'язані з управлінням будівництва;
- планові накопичення (резервні кошти).

У сучасній ринковій економіці капітальні вкладення називаються також **інвестиції** і являють собою не довгострокові капітальні вкладення, а короткострокові або середньострокові вкладення грошей з метою отримання прибутку.

При інвестуванні складається **бізнес-план** інвестиційного проекту, що складається з таких частин:

- резюме;
- юридичний статус;
- план маркетингу;
- план виробничої діяльності;
- організаційний план;
- фінансовий і інвестиційний план;
- аналіз ризиків і страхування.

Ефективність інвестиційного проекту визначається через оцінювання співвідношення грошових потоків за проектом. Позитивний чистий грошовий потік (як різниця між припливом та відпливом коштів) формує економічну вигоду проекту для інвестора. Обсяги коштів, що інвестуються у проект, і обсяги доходів за проектом виокремленні в часі і для порівняння мають бути поставлені в однакові умови обліку за часом. Для цього використовують спеціальну методику **приведення (дисконтування) грошових потоків за проектом** до якогось одного періоду часу (найчастіше до першого року реалізації проекту, коли, власне, кошти вкладаються у проект).

У загальному вигляді таке **зростання вартості грошей** можна подати у вигляді формули

$$F_t = P(1+r)^{t-1},$$

де F_t – майбутній еквівалент суми P , який буде отримано в t -му році;

P – теперішня сума коштів;

r – дисконтна ставка;

t – індекс (порядковий номер) року (або іншого періоду часу, вибраного для урахування зміни вартості грошей) починаючи з наступного за поточним.

У загальному вигляді такий перехід (приведення) від обсягу грошових коштів майбутнього періоду F_t до еквівалента (у теперішніх умовах) у поточному році P називають **дисконтуванням**, його ілюструє формула:

$$P = \frac{F_t}{(1+r)^{t-1}},$$

де r – дисконтна ставка, однакова для всіх років прогнозованого періоду.

Методологічним принципом оцінки ефективності є порівняння результатів і витрат. Для інвестиційних проектів це означає порівняння обсягів доходів і витрат, що їх забезпечили. Використовують кілька показників, що базуються на різних варіантах співвідношення між доходами і витратами при інвестуванні.

Введемо умовні позначення економічних показників, що будуть використані при визначенні доцільності інвестиційного проекту:

P – обсяг доходів від проекту (це доходи від реалізації послуг);

V_i – інвестований капітал (інвестиційні витрати);

V_e – поточні витрати за проектом (витрати на виробництво послуг за проектом), тобто експлуатаційні витрати;

A – річна амортизація основних засобів, в які інвестовано капітал;

T – період реалізації проекту (кількість років);

t – порядковий номер кожного року (у вигляді індексу при відповідних показниках) ($t = 1, 2, \dots, T$);

r – річна дисконтна ставка, яку використовують для приведення грошових потоків майбутніх періодів до умов поточного року;

K – коефіцієнт приведення

$$K = \frac{1}{(1+r)^{t-1}}.$$

Дамо характеристику показників ефективності проекту.

1. **Чиста приведена вартість NPV** (цінність) проекту визначається як загальна різниця між приведеними доходами і витратами за проектом за всі роки його реалізації:

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{(P_t - B_{it} - B_{et})}{(1+r)^{t-1}}$$

Проект отримає позитивну оцінку, якщо $NPV > 0$.

2. **Термін окупності проекту T_k** – це мінімальна кількість років реалізації проекту, за якої загальний приведений прибуток перевищуватиме обсяг інвестованого капіталу. Для певного терміну окупності має виконуватися рівність

$$B_i = \sum_{t=1}^{T_k} \frac{(P_t - B_{et})}{(1+r)^{t-1}},$$

де T_k – кількість років, потрібних для того, щоб обсяг прибутку від інвестицій зрівнявся з обсягом B_u (термін окупності).

3. **Внутрішня норма прибутковості R** – це дисконтна ставка r , при використанні якої чиста приведена вартість (цінність) інвестування дорівнюватиме нулю, тобто виконуватиметься рівність

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{(P_t - B_{it} - B_{et})}{(1+R)^{t-1}} = 0.$$

Проект отримає позитивну оцінку, якщо внутрішня норма його прибутковості перевищуватиме дохідність капіталу інвестора, на яку він сподівається: $R > R_n$.

Внутрішня норма прибутковості є тією межею, вище якої проект дає від'ємну загальну прибутковість. Розраховане для проекту значення R_0 має порівнюватися з дохідністю використання капіталу, яку очікує і на яку згоден інвестор R_n .

4. **Коефіцієнт доходів і витрат k** (співвідношення доходів і витрат) свідчить про те, який дохід за проектом припадає на одиницю загальних витрат (інвестованого капіталу та поточних експлуатаційних витрат). Обидві величини (чисельник і знаменник) розраховують як приведені до поточного часу:

$$k = \frac{\sum_{t=1}^T \frac{(P_t - B_{et})}{T}}{\sum_{t=1}^T \frac{(B_{it} - A_t)}{T}}.$$

Проект отримає позитивну оцінку, якщо $k > 1$.

5. **Коефіцієнт прибутковості g** (співвідношення прибутку та інвестованого капіталу) свідчить про те, скільки (за весь час реалізації проекту) приведеної вартості поточного прибутку припадає на одиницю приведеної вартості інвестованого капіталу:

$$g = \frac{\sum_{t=1}^T \frac{(P_t - B_{et})}{(1+r)^{t-1}}}{\sum_{t=1}^T \frac{B_{it}}{(1+r)^{t-1}}}.$$

Проект отримає позитивну оцінку, якщо $g \geq 1$.

Найчастіше для оцінювання ефективності капітальних вкладень застосовують такі показники, як чиста приведена вартість NPV, термін окупності проекту T_k та внутрішня норма прибутковості R.

3.4. Фінансове управління та моделювання

З метою абстрактного зображення конкретних взаємозв'язків, що існують у певній господарській системі, у діяльності підприємств використовують такий метод, як моделювання. Моделювання – це один із методів наукового пізнання, за допомогою якого створюють модель об'єкта дослідження; тобто взаємозв'язок показника, що досліджується, з факторами передається він у формі конкретного математичного рівняння. Застосування моделювання забезпечує, по-перше, можливість методично підійти до вивчення господарських процесів на конкретному підприємстві та, по-друге, надає можливість розв'язувати аналітичні завдання за допомогою сучасних комп'ютерних технологій. Основні показники фінансової моделі діяльності підприємства зображено на рис. 3.1 [6].

Під час проведення аналітичних процедур фактично використовують кількісні (математичні) методи аналізу фінансово-господарської діяльності або економічного аналізу, то можливим і доцільним є класифікувати методи аналітичних процедур таким чином (табл. 3.1).



Рисунок 3.1 – Основні показники фінансової моделі діяльності підприємства

Таблиця 3.1 – Кількісні методи економічного аналізу економічної діяльності підприємства

Статистичні (традиційні)	Економіко-математичні методи (математичні)
Метод порівняння	Методи елементарної математики
Абсолютні та відносні показники (коефіцієнти, відсотки)	Методи математичного аналізу (диференціювання, інтегрування, варіаційний підрахунок)
Розрахунок середніх величин	Методи математичної статистики (вивчення одновимірних і багатовимірних сукупностей)
Побудова рядів динаміки (абсолютний приріст, відносний приріст, темпи зростання, темпи приросту)	Економетричні методи (кореляційний і регресійний аналіз)
Метод групування	Методи дослідження операцій (управління запасами, математичне програмування (оптимізація, лінійне, квадратичне та нелінійне програмування))
Індекси (аналіз впливу факторів)	
Деталізація	

Формування інвестиційних і управлінських рішень у діяльності підприємства вимагає застосування таких методів:

Порівняння вартості і прибутковості (Cost and profit comparison) певного проекту базується на порівнянні загальних річних або ж поелементних витрат одного або більшої кількості інвестиційних проектів з метою визначити одного з мінімальними витратами. Така оцінка повинна включати усі відсоткові відрахування/нарахування та амортизацію. Аналіз із застосуванням цього методу, базується на одному операційному періоді, як правило, на даних першого року (метод одного періоду):

Застосування методу порівняння витрат проводять лише у випадку якщо виконуються такі умови:

- доходи від проекту, особливо товарооборот обох проектів вважається рівною величиною, або ж від проектів немає жодних доходів;

- річні витрати експлуатації повинні бути репрезентативними щодо витрат, які настануть після цього року. Варто зауважити, що таке припущення можна висувати щодо невеликих проектів, які не перевищують певного відсотка валюти балансу (наприклад, 20 000\$, маючи суму баланс розміром в 2 000 000\$);

- зміни у витратах очікуються в подальших роках використання ресурсу. Тобто, до уваги беруть середні витрати на весь термін експлуатації обладнання (термін дії проекту), а не витрати лише першого року використання.

АВС-аналіз. Система розподілу загальних витрат ABC (Activity Based Costing – функціонально-вартісний аналіз, метод визначення вартості), яка є методом акумулювання витрат на виготовлення товарів чи послуг. Цей метод часто використовують як інструмент планування та контролю, та, як інструмент аналізу нарощування ринкової вартості фірми (value chain analysis). Цей метод визначає та агрегує загальні витрати, а потім розподіляє їх за допомогою різних ключів. Метод ABC дозволяє розподілити різні компоненти-складові загальних витрат на базі попередньо вибраного ключа.

Система розподілу загальних витрат (Activity-Based Costing (ABC)) є методом перенесення витрат підприємства на ресурси, на собівартість продуктів чи послуг, під час виробництва яких враховують процеси чи стадії (activities) виробництва даного продукту. Традиційно непрямі витрати відносили еквівалентно на всі продукти, що виробляють на певному підприємстві, але очевидно різні продукти потребують різного рівня непрямих

витрат. Так, скажімо, під час виробництва товару А його можна більше часу обробляти на певному надсучасному та дорогому обладнанні, а товар В – на дешевому та старому, але оскільки кількість прямих витрат на працю та матеріали є однаковою, різниця у вартості через більше використання певного обладнання може бути не виявлена, якщо до собівартості всіх продуктів додавати той самий відсоток непрямих витрат. Відтак, коли під час виробництва різноманітних продуктів існують спільні (непрямі) витрати, виникає загроза того, що один продукт буде субсидіювати інший, а традиційна система визначення собівартості неадекватно відображатиме справжні витрати на продукти. Очевидно, менеджмент за таких умов керуватиметься у своїх рішеннях ненадійною інформацією (рис. 3.2).

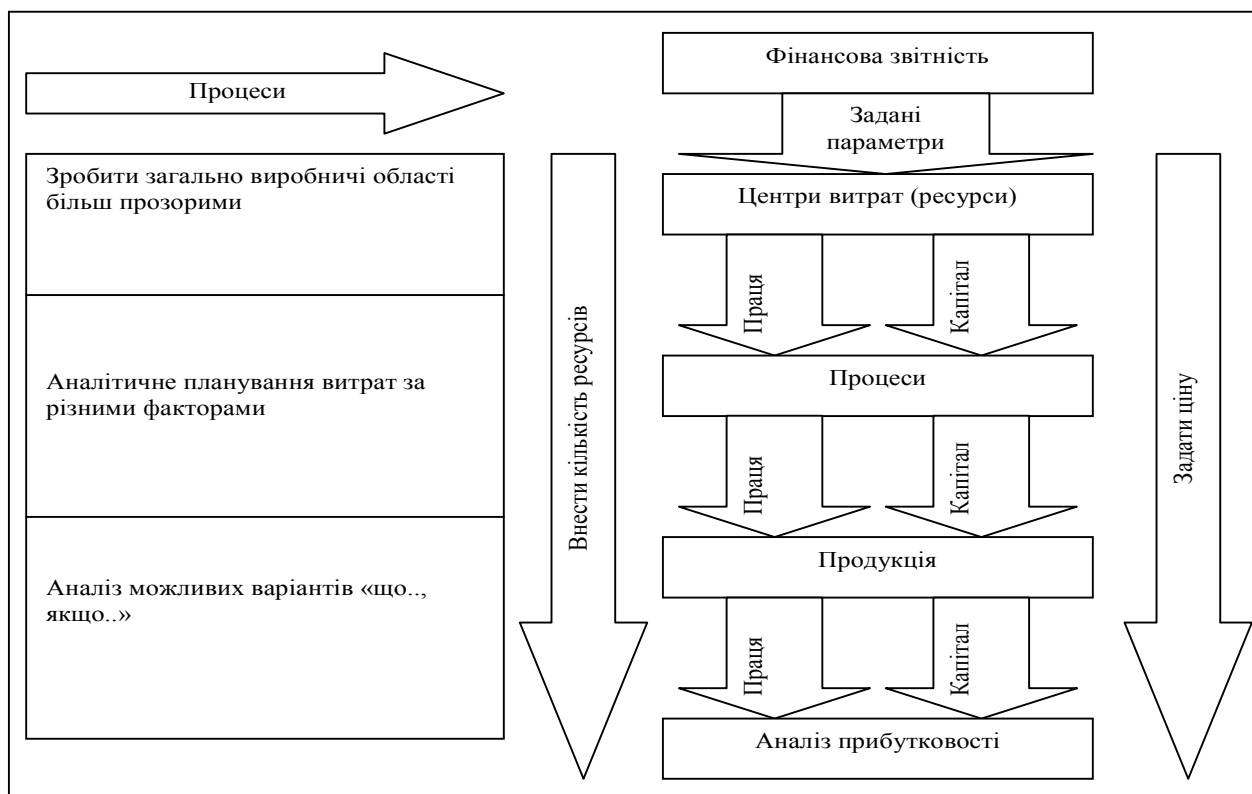


Рисунок 3.2 – Прийняття управлінських рішень на основі ABC – методу

За допомогою ABC-методу з'ясовують вартість окремих циклів виробництва, а далі переносять ці витрати на собівартість кожного продукту у тій мірі, у якій цей продукт потребує певного циклу (activity). ABC часто

використовують як інструмент планування та контролю. Цей метод надає інформацію про активи, що створюють вартість підприємства, дозволяє працівникам відмовитися від елементів, які заважали досягненню мети, звертає увагу на нефінансові показники діяльності, припускає збільшення продуктивності і зменшує тривалість циклів виробництва. Застосовуючи ABC – аналіз, підприємство зможе отримати чітку фінансову інформацію від різних центрів відповідальності, а отже, оперативно акумулювати важливі для прийняття управлінських рішень дані.

Порівняння прибутковості проектів (Profitability comparison) теж займає важливе місце при оцінці інвестиційних проектів. Очікуваний річний прибуток (до чи після оподаткування), від обраного інвестиційного проекту, пов'язують з залученням капіталу протягом терміну експлуатації об'єкта. Тобто, прирівнюють його до частки капіталу в основних фондах або в оборотному капіталі. Таким чином прибутковість проекту вимірює середній період окупності обраного інвестиційного проекту. Коли підприємство стає перед питанням вибору інвестицій в модернізацію, додатковий прибуток дорівнює відносній економії. Проект є кращим, якщо його прибутковість є вищою, ніж прибутковість іншого проекту.

Віддачу від капітальних інвестицій визначають як розмір очікуваного річного прибутку (фіксованого прибутку) від реалізації проекту. Оцінювана амортизація визначається як середня різниця між умовними відсотковими ставками і відсотками на запозичений капітал. Відповідно до цього критерію інвестиційний проект з меншим періодом зносу є більш ефективним.

Статистичне порівняння періоду амортизації (Static comparison of depreciation). Головною метою застосування методу порівняння періоду зносу основних фондів, в які вкладатимуть кошти, є оцінка періоду окупності капітальних інвестицій. Саме тому, період окупності визначають як час, протягом якого вкладені кошти повертаються підприємству у вигляді прибутків від продажу товарів та реалізації послуг.

Метод оцінки амортизації не враховує часовий вплив на віддачу від проекту, а тому цей метод не може бути єдиним критерієм вибору того чи іншого інвестиційного проекту. Хоча, метод порівняння періоду амортизації не є об'єктивним інструментом оцінки прибутковості, його все ж таки можна застосувати як інструмент оцінки ризику певного інвестиційного проекту.

3.5. Аналіз ризику при управлінні інвестиційними проектами

При обрані важливих для підприємства інвестиційних проектів урахування їх ефективності повинно відбуватися разом з оцінкою ризиків та ймовірності настання випадкових негативних подій, які можуть зашкодити веденню бізнесу. Водночас, діючи в динамічно-змінних умовах сучасності, коли на діяльність підприємства впливає значна кількість випадкових (стохастичних) величин, обмежитися лише загальновідомими (детермінованими) методами та моделями оцінки інвестиційних проектів та пов'язаних з ними ризиків не можна. Саме тому, в умовах невизначеності необхідно застосовувати методи та моделі, які включають в оцінку проекту ймовірність настання заздалегідь непередбачуваних подій.

Традиційні методи оцінки (дисконтовані) інвестиційних проектів обмежені за своєю суттю, оскільки вони недосконало розкривають питання ризиків та невизначеності (впливом значної кількості випадкових (стохастичних) величин), які виникають під час реалізації проектів.

Прийняття інвестиційного рішення зазвичай відбувається за трьох обставин: в умовах визначеності, невизначеності та ризику. Оцінка інвестиційних альтернатив в умовах визначеності – найлегший етап у діяльності підприємства. За таких обставин припускаємо, що інформація, необхідна для прийняття інвестиційного рішення, є доступною і правдивою, а ймовірні результати від реалізації проекту можуть бути спрогнозовані з високим рівнем впевненості.

У своїй діяльності підприємство часто наштовхується на проблему невизначеності. Саме тоді головним завданням керівництва стає рішення щодо рівня невизначеності, який мінімально перешкоджатиме реалізації головної мети самого суб'єкта господарювання – збільшенню його вартості. Невизначеність, з одного боку, приховує у собі ризик, а, з іншого, відкриває можливості. Саме тому вона може спричинити як зниження, так і збільшення вартості підприємства.

Різниця між ризиком та невизначеністю полягає в тому, що особа, яка приймає рішення, має різноманітні уявлення про ймовірність очікуваних подій. Тому ризик присутній тоді, коли ймовірність можна визначити на підставі досвіду, набутого в попередньому періоді.

Прийняття рішення в умовах визначеності передбачає наявність повної інформації про існуючий стан речей та про те, які можливі наслідки існують у випадку зміни такого середовища тощо. Для того, щоб скласти матрицю можливих наслідків реалізації проекту, необхідно вибрати (визначити) такі стани природи (умови), над якими у нас немає жодного контролю. Наступним кроком є формування стратегії. Відповідно, елементи матриці будуть результатами реалізації кожної стратегії.

Матриця окупності проекту (Payoff Matrix), яку розробляють в умовах невизначеності має дві контрольні риси: завжди буде існувати одна головна стратегія, реалізація якої принесе більше вигід, ніж будь-яка інша стратегія за усіх можливих сценаріїв; немає чітко визначених ймовірностей виникнення того чи іншого результату.

Прийняття рішення в умовах невизначеності відрізняється від прийняття рішень в умовах ризику тим, що за умов ризику можна прорахувати ймовірності його настання та визначити можливі наслідки. Тоді як за умов невизначеності кількісно оцінити шанси настання негативних подій практично неможливо. Невизначеність існує тоді, коли можливість наслідків визначається суб'єктивно, оскільки відсутні дані.

Незважаючи на це, за умов невизначеності менеджери використовують такі чотири базові критерії: критерій Гурвіца, критерій Вальда, критерій Саваджа та критерій Лапласа. Ці критерії дозволяють прийняти об'єктивне рішення, а їх вибір залежить від типу проекту, що оцінює, та від відношення до ризику самого менеджера (схильність до ризику).

Критерій Гурвіца, який часто називають також критерієм максімакс (maximax) передбачає, що управлінець прагне збільшити прибутки йдучи в банк. Тобто, обираючи серед кількох варіантів інвестицій, менеджер надасть перевагу тій, яка принесе максимальний прибуток, незважаючи на високий ризик або ж невизначеність під час реалізації проекту. Водночас, застосування цього критерію повинно базуватися на тому, на скільки підприємство готове ризикувати та втрачати за рахунок обраної інвестиції.

Загалом, критерій Гурвіца прийнятний для застосування на великих підприємствах, тоді як малі та середні компанії при виборі інвестиційного проекту швидше нададуть перевагу критерію Вальда (Wald або maximin). Цей критерій також називають максимінним. Суть його полягає в тому, скільки

грошей готове підприємство втратити для досягнення інвестиційної мети. В даному випадку менеджери орієнтуються на мінімізацію максимальних витрат.

Третім критерієм вибору інвестиційного проекту є критерій Саваджа (Savage або minimax). При його застосуванні мінімізуються втрачені вигоди. Четвертим критерієм формування стратегії для управління ризиками при виборі інвестиційної альтернативи є критерій Лапласа.

Особливістю застосування критерію Лапласа є трансформування процесу прийняття рішень в умовах невизначеності. Головне припущення цього критерію ґрунтується на Байєсовій статистиці та на тому, що якщо ймовірність виникнення певних ситуацій невідома, то припускаємо, що будь-яка ситуація може виникнути з однаковою ймовірністю. Таким чином, прийняття рішень за умов невизначеності та ризику великою мірою залежить від того чи схильне саме підприємство, а також менеджер, який приймає рішення, до ризику.

Важливим критерієм у виробі проекту є ризик. Ризик визначають як ймовірність отримання або неотримання певних вигод та досягнення чи недосягнення мети запровадження конкретного проекту. Важливість застосування ризику як критерію у виборі проекту полягає в тому, що він дозволяє зробити припущення про ймовірні негативні наслідки при реалізації проекту, а відповідно і прорахувати можливі фінансові втрати для підприємства.

Ризик інвестиційного проекту визначається інвестором в першу чергу як ризик фінансових втрат в наслідок не настання очікуваних подій або ж навпаки, як наслідок настання подій, які зашкодили прогнозованому перебігу подій та процесу отримання прибутків. Незважаючи на те, що у літературі ризик прийнято вимірювати за допомогою показників варіації, ймовірності та стандартного відхилення, початкова точка або ж точка відліку для ризику та можливостей, які виникають за «незапланованим сценарієм» перебігу подій, знаходиться в пункті нуль (0) – в початковій точці існуючого рівня добробуту. Ця точка показує чистий прибуток або, наприклад, показник очікуваної вартості активів.

Трактування ризику зазвичай проходить або з точки зору виявлення реальної небезпеки реалізації проекту, або ж з точки зору виникнення можливих загроз у ході реалізації певної інвестиції. Обидва випадки можна описати за допомогою оцінки ймовірності виникнення тієї чи іншої ситуації за допомогою графіка нормального розподілу.

Оцінюючи ризик від реалізації певного інвестиційного проекту, варто врахувати те, що певний відсоток ймовірності настання ризику повинен залишатися, адже ризик є не лише втратами, але й імовірністю упустити вигоду у випадку правильного управління проектом.

При моделюванні у фінансовому контролінзі варто також враховувати підприємницький ризик, який за визначенням В.М. Гранатурова та В. А. Райсберга виникає як результат будь-якої діяльності компанії, пов'язаної з виробництвом товарів, послуг; їх реалізацією, товарно-грошовими та фінансовими операціями; виконанням соціально-економічних та науково-дослідних проектів [1]. При прийнятті інвестиційних рішень, крім фінансового ризику, існує також ризик неплатоспроможності або ж ризик хибного вибору. Тобто, якщо рішення приймають одноосібно, воно може мати дуже суб'єктивне значення і негативно вплинути на майбутню діяльність підприємства. Одночасно, може існувати й ризик потрапити у пастку «групової думки». Такий ризик виникає, коли група експертів, особливо тих, що тривалий час працюють разом, приходять до однакових показників. Більше того, стара та добре зіграна група може не бачити нових альтернатив прийняття управлінських рішень.

Для підприємства важливо розробити правильну систему заходів протидії можливим ризикам. Перш за все, необхідно чітко розмежувати інвестиційні проекти з більш високим і низьким ступенем ризику, вивчити доцільність участі в проектах з підвищеним ризиком, передбачити заходи для захисту від можливих втрат.

Для зниження ступеня ризику інвестиційних проектів найчастіше використовують такі методи:

- страхування – як засіб захисту інвестицій, порядок здійснення страхової діяльності регулюється законодавчими актами; розрізняють майнове страхування (обладнання, вантажів, будівельних матеріалів) та страхування від нещасних випадків;
- розподіл ризиків, який полягає в тому, що суб'єкти інвестування розподіляють між собою ризик пропорційно вкладенням в інвестиційний проект;
- створення резерву коштів на покриття непередбачених витрат – встановлюється співвідношенням між потенційними ризиками інвестиційного проекту та розміром видатків на подолання можливих перешкод його реалізації; важливо правильно оцінити суму необхідного резерву, який може

використовуватись для фінансування робіт, раніше не передбачених проектом, компенсації додаткових накладних витрат, витрат на оплату праці тощо;

– розсіювання ризику – цей метод допускає одночасне інвестування в декілька проектів, які відрізняються між собою, в основному, періодом надходження на підприємство грошових потоків (найближчим часом, у віддаленій перспективі).

Питання для самоконтролю

1. У чому полягають особливості телекомунікаційних послуг?
2. За допомогою яких способів обліку вимірюють або враховують телекомунікаційні послуги?
3. У чому полягає сутність якості у сфері зв'язку та інформатизації?
4. Назвіть основні статті, що входять до складу витрат підприємства.
5. Що таке собівартість і як вона розраховується?
6. Що таке доходи, чисті доходи підприємства і як вони розраховуються?
7. У чому полягає сутність і методика розрахунку прибутку, чистого прибутку та рентабельності підприємства?
8. Що таке капітальне будівництво? Бізнес-план: сутність, зміст і призначення.
9. У чому полягає фінансове управління та моделювання?
10. Як здійснюється аналіз ризику при управлінні інвестиційними проектами підприємств?

Список рекомендованої літератури до розділу 3

1. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: учеб. пособ. / Гранатуров В.М. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2002. – 160 с.
2. Управління витратами в галузі зв'язку / [Захарченко Л.А., Яцкевич І.В., Захарченко К.В, Жаданова О.Ю.]. – К: Освіта України. – [2-ге вид.], 2012. – 269 с.
3. Економіка телекомунікацій: навч. посіб. [Орлов В.М., Гранатуров В.М., Захарченко Л.А., Отливанська Г.А., Потапова-Сінько Н.Ю.]; за заг. ред. В.М. Орлова. – [2-ге вид. перер.]. – О.: ОНАЗ, 2015. – 140 с.

4. Економічний аналіз: навч. посіб. [для студентів ВНЗ спеціальності 7.050106 “Облік і аудит”]; за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир: ПП “Рута”, 2003. – 680 с.

5. Ефективність управління підприємством в галузі зв’язку: навч. посіб. [В.М.Орлов, І.В.Яцкевич, С.С.Новицька, Н.Ю.Потапова-Синько]. – Одеса: ОНАЗ, – 2013. – 291 с.

6. Князева О.А. Контролінг: навч. посіб. / О.А. Князева, О.В. Медих – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2014. – 80 с.

РОЗДІЛ 4

УПРАВЛІННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РАДІОЗВ'ЯЗКУ, РАДІОМОВЛЕННЯ ТА ТЕЛЕБАЧЕННЯ

План викладу матеріалу

- 4.1. Основні функції менеджменту та маркетингу підприємств.*
- 4.2. Державний нагляд за діяльністю підприємств у сфері телекомунікацій, користування радіочастотним ресурсом України, радіомовлення та телебачення.*
- 4.3. Державний нагляд за користуванням радіочастотним ресурсом та дотриманням законодавства України.*

4.1. Основні функції менеджменту та маркетингу підприємств

Організація – це соціальна спільність, що складається з групи людей, діяльність яких свідомо координується для досягнення загальної мети або системи цілей. Звідси випливають **вимоги до організації** [4, 5]:

- наявність принаймні двох людей, які вважають себе частиною групи;
- наявність принаймні однієї мети, що приймають як загальну всі члени групи;
- наявність членів групи, які свідомо працюють разом, щоб досягти значиму для всіх мету.

Наведене визначення справедливе для **формальної** організації, що являє собою стале об'єднання людей (підприємство, трудовий колектив відділу, студентська група тощо). Існують **неформальні** організації, що виникають спонтанно, і де люди вступають у взаємодію один з одним досить регулярно. Утворюються вони практично в усіх формальних організаціях, за винятком дуже малих.

Життєвий цикл організації проходить п'ять основних стадій:

1. Народження організації. Головна мета полягає у виживанні; керівництво здійснюється одною особою. Основна задача – вихід на ринок.

2. Дитинство і юність. Головна мета – отримання прибутку в найближчій перспективі і прискорене зростання. Стиль керівництва твердий, основна задача – зміцнення позицій і захоплення ринку. Задача в області організації праці – планування прибутку, збільшення заробітної плати, надання різних пільг персоналові.

3. Зрілість. Головна мета – систематичне збалансоване зростання, формування індивідуального іміджу. Ефект управління досягається за рахунок делегування повноважень. Основна задача – зростання за різними напрямками діяльності, завоювання ринку. Задача в області організації праці – поділ і кооперація праці, преміювання відповідно до індивідуальних результатів.

4. Старіння організації. Головна мета – збереження досягнутих результатів. Ефект управління досягається за рахунок координації дій, основна задача – забезпечити стабільність, вільний режим організації праці та прибуток.

5. Відродження або зникнення. Головна мета полягає в забезпеченні поживлення усіх функцій. Відродження організації відбувається за рахунок згуртованості персоналу, колективізму, омолодження, впровадження інноваційного механізму, наукової організації праці і колективного преміювання. У зворотному випадку відбувається зникнення організації.

Будь-якій організації для досягнення цілей необхідні ресурси, що підлягають перетворенню в процесі виробничої діяльності. Основні **ресурси**, що використовуються організацією, – це люди (людські ресурси), основний і оборотний капітал (матеріальні ресурси), наявні і безготівкові грошові засоби (фінансові ресурси), технологія та інформація (інформаційні ресурси). Головна задача організації в області використання ресурсів – досягнення високої ефективності при мінімумі витрат.

Організація характеризується також наявністю зовнішнього і внутрішнього середовища.

Внутрішнє середовище – це те середовище, що підлягає впливу самої організації, може змінюватися під дією процесу управління організацією.

До **внутрішнього** середовища відноситься:

– виробництво: обсяг, структура, темпи виробництва; номенклатура продукції підприємства; забезпеченість сировиною і матеріалами, рівень запасів, швидкість їхнього використання, система контролю запасів; наявний парк обладнання і міра його використання, резервні потужності, технічна ефективність потужностей; місцезнаходження виробництва і наявність

інфраструктури; екологія виробництва; контроль якості, витрати і якість технологій; патенти, торговельні марки;

- персонал: структура, потенціал, кваліфікація, кількісний склад працівників, продуктивність праці, плинність кадрів, вартість робочої сили, інтереси і потреби працівників;

- організація управління: організаційна структура, система управління; рівень менеджменту, кваліфікація, здібності й інтереси вищого керівництва; фірмова культура; престиж й імідж фірми; організація системи комунікацій;

- маркетинг: товари, зроблені фірмою, частка на ринку; можливість збирати необхідну інформацію про ринки; канали розподілу і збуту; маркетинговий бюджет і його виконання; маркетингові плани і програми; нововведення; імідж, репутація і якість товарів; стимулювання збуту, реклама, ціноутворення;

- фінанси й облік: фінансова стійкість і платоспроможність; прибутковість і рентабельність (по товарах, регіонах, каналах збуту, посередниках); власні і позикові кошти та їхнє співвідношення; ефективна система обліку, у тому числі обліку витрат, формування бюджету, планування прибутку.

Інформація про внутрішнє середовище фірми необхідна менеджеру, щоб визначити внутрішні можливості, потенціал, на які фірма може розраховувати в конкурентній боротьбі для досягнення поставлених цілей. Аналіз внутрішнього середовища дозволяє також краще усвідомити мету і задачі організації. Важливо те, що крім виробництва продукції, надання послуг організація забезпечує можливість існування своїм працівникам, створює певні соціальні умови для їхньої життєдіяльності.

Зовнішнє середовище – це те, що оточує організацію, але на що вона впливати не може. До неї відносяться: економічні умови, споживачі, профспілки, урядові акти, законодавство, організації, що конкурують, система цінностей у суспільстві, техніка і технологія тощо.

Виділяють такі основні характеристики зовнішнього середовища:

- взаємозв'язок факторів зовнішнього середовища – рівень сили, з якою зміна одного фактора впливає на інші фактори;

- складність зовнішнього середовища – число факторів, на які організація зобов'язана реагувати, а також рівень варіативності кожного фактора;

– рухливість середовища – швидкість, з якою відбуваються зміни в оточенні організації. Оточення сучасних організацій змінюється зі зростаючою швидкістю. Рухливість зовнішнього оточення може бути вище для одних підрозділів організації і нижче для інших. У швидкорухомому середовищі організація або підрозділ повинні спиратися на більш різноманітну інформацію, щоб приймати ефективні рішення;

– невизначеність зовнішнього середовища – співвідношення між кількістю інформації про середовище, в якому розміщено організацію, і впевненістю в точності цієї інформації. Чим менш визначено зовнішнє оточення, тим складніше приймати ефективні рішення.

Виділяють також середовище прямого і непрямого впливу. **Середовище прямого впливу** включає фактори, що безпосередньо впливають на діяльність організації. До них відносять постачальників, акціонерів, трудові ресурси, закони й установи державного регулювання, профспілки, споживачів і конкурентів. Під **середовищем непрямого впливу** розуміють фактори, що можуть не робити прямого негайного впливу на організацію, але позначаються на її функціонуванні. Мова йде про такі фактори, як стан економіки, науково-технічний прогрес, соціокультурні і політичні зміни, вплив групових інтересів та суттєві для організації події в інших країнах.

Виділяють чотири основні функції менеджменту: планування, організація, мотивація та контроль [5]. Розглянемо кожну з них.

Функція планування означає формування і прийняття певної постанови, письмової або усної, в якій перед об'єктом управління поставлена та або інша мета.

Планування – це один зі способів, за допомогою якого керівництво забезпечує єдиний напрям зусиль усіх членів організації щодо досягнення її загальних цілей. З даної функції починається процес управління, від її якості залежить успіх організації.

За своєю сутністю функція планування покликана відповісти на наступні основні питання:

– де ми знаходимося в даний час? Менеджери повинні оцінити сильні і слабкі сторони організації в основних її областях (фінанси, маркетинг, персонал), щоб визначити, чого може реально домогтися організація;

– куди ми хочемо рухатися? Менеджери повинні, оцінюючи можливості та загрози розвитку навколишнього середовища, визначити, якою повинна бути мета організації і що може перешкодити досягненню цієї мети;

– як ми збираємося зробити це? Менеджери вирішують, що повинні робити члени організації для досягнення поставленої мети.

Сутність функції організації полягає в тому, щоб забезпечити виконання рішення з організаційного боку, тобто створити такі управлінські відносини, які б забезпечили найбільш ефективні зв'язки між усіма елементами системи.

Організувати – це розділити на частини та делегувати виконання загальної управлінської задачі шляхом розподілу відповідальності і повноважень, а також установа взаємозв'язків між різними видами робіт.

Змістом функції є пристосування організаційної структури підприємства до певних завдань, а також підбір людей для конкретної роботи і делегування їм повноважень, прав використання ресурсів організації.

Для успішної реалізації функції необхідно враховувати вимоги таких локальних **принципів організації**:

– принципу мети (організація, її окремі ланки працюють в ім'я досягнення загальної мети);

– еластичності організації (при визначенні завдань і відповідальності повинно бути встановлено оптимальне співвідношення між діями окремих працівників і адміністративними розпорядженнями);

– стійкості (систему управління необхідно будувати так, щоб її елементи не піддавалися корінним змінам під впливом зовнішнього і внутрішнього середовища);

– безперервного удосконалення (необхідність систематичної організаційної роботи з удосконалення процесу організації і реалізації рішень);

– прямої співпідпорядкованості (кожен працівник повинен мати єдиного начальника);

– обсягу контролю (менеджер спроможний кваліфіковано забезпечити і проконтролювати роботу обмеженої кількості підлеглих);

– відповідальності (керівник несе відповідальність за дії підлеглих);

– виключення (рішення типового характеру доручається нижчим управлінським ланкам);

– пріоритету функцій (управлінська функція народжує орган управління, а не навпаки);

– комбінування (забезпечення найбільш правильного поєднання централізму і самостійності).

Сутність функції **мотивації** полягає в тому, щоб персонал організації виконував роботу у відповідності з делегованими йому правами та обов'язками, керуючись прийнятими управлінськими рішеннями.

У загальному значенні мотивація – це процес спонукання себе та інших до діяльності, спрямованої на досягнення певних цілей. В основі мотивації знаходяться потреби. Відповідно до теорії Маслоу, усі потреби людини можна розділити на п'ять груп:

1. Фізіологічні потреби – необхідні для виживання.
2. Потреби в безпеці і впевненості в майбутньому.
3. Соціальні потреби – потреби в причетності до будь-якого людського співтовариства, групи людей.
4. Потреби в повазі, визнанні.
5. Потреби самовираження.

Розташовуючи потреби у виді суворої ієрархічної структури, Маслоу показав, що потреби нижчих рівнів (фізіологічні і потреби в безпеці) вимагають першочергового задоволення. Перш ніж потреба наступного рівня стане найбільш могутнім визначальним фактором у поведженні людини, повинна бути задоволена потреба більш низького рівня (причому необов'язково цілком).

У загальному виді методи мотивації поділяються на дві групи: моральні і матеріальні. Матеріальні методи дозволяють задовольняти первинні потреби шляхом грошової винагороди за працю. Моральні являють собою психо-соціальну винагороду за працю у вигляді різних заохочень.

Контроль – це процес забезпечення досягнення організацією своїх цілей. Він являє собою систему спостереження і перевірки відповідності процесу функціонування керованої підсистеми прийнятим рішенням, а також вчинення певних дій.

Існує три аспекти управлінського контролю:

- установлення стандартів – точне визначення цілей, що повинні бути досягнуті у певний відрізок часу. Воно ґрунтується на планах, розроблених у процесі планування;
- вимір того, що було досягнуто за період, і порівняння досягнутого з очікуваними результатами;
- підготовка необхідних коригувальних дій.

Виділяють наступні види контролю:

1. Попередній контроль. Здійснюється до фактичного початку робіт. Засоби здійснення – реалізація певних правил, процедур і ліній поведінки. Використовується стосовно людських (аналіз професійних знань і навичок, необхідних для виконання посадових обов'язків, добір кваліфікованих людей), фінансових (складання бюджету) та матеріальних ресурсів (вироблення стандартів мінімально припустимих рівнів якості, проведення перевірок).

2. Поточний контроль. Здійснюється безпосередньо в ході проведення робіт. Базується на вимірі фактичних результатів, отриманих після проведення роботи.

3. Заключний контроль.

Контроль надає керівництву інформацію, необхідну для планування, якщо аналогічні роботи передбачається проводити в майбутньому. Також сприяє мотивації, тому що вимірює досягнуту результативність. Для здійснення ефективного контролю апарату управління необхідний зворотний зв'язок.

Маркетинг – це не тільки реклама та продаж продукції, сучасний маркетинг – це спосіб мислення керівника будь-якого рівня.

Маркетинг, як філософія підприємства, означає орієнтацію всієї діяльності підприємства – від проектування послуги до безпосереднього задоволення попиту споживачів – на високу технічну, технологічну та інтелектуальну якість надання послуги зв'язку. У цьому контексті підприємство орієнтоване не тільки на отримання прибутку, а й на надання послуги споживачам. Це означає, що:

- на першому місці у керівника стоїть урахування потреб споживача, а не потреб фірми;

- вищі посади займають не інженери та технологи, які відповідають за операційну діяльність, а економісти та менеджери, відповідальні за якісний сервіс клієнтів;

- якісна послуга буде куплена більш скоріше, ніж менш якісна;

- головна увага приділяється не зниженню витрат операційної діяльності, а насамперед урахуванню перспективних потреб реальних та потенційних покупців;

- горизонт планування – довгостроковий, а номенклатура послуг – широка.

Згідно з маркетинговою філософією, оператор прагне задовольнити потреби споживача з вигодою для себе. Як бачимо, ця концепція протилежна орієнтації на операційний процес, коли оператор приділяє увагу лише технології переміщення відправлень та повідомлень у просторі. Донедавна у бізнесі домінував так званий "inside-out" – погляд на навколишній світ зсередини, а сьогодні поширений "outside-in" – погляд на себе ззовні. Таким є шлях від "виробничого" до "ринкового" мислення.

За Ф. Котлером [4] оператор може обрати будь-який шлях для збільшення обсягів послуг, що відображає один із п'яти підходів до організації маркетингової діяльності:

- концепція операційної діяльності;
- концепція технології надання послуги;
- концепція очікування споживачів;
- концепція маркетингу;
- концепція соціально-етичного маркетингу.

Концепція операційної діяльності, як видно з назви, визначальним фактором орієнтації оператора у ринковому просторі висуває операційні процеси з надання послуг. Споживачі надають перевагу дешевим і доступним для придбання послугам. А висока ефективність операційної діяльності дає змогу підтримувати низькі витрати і таким чином забезпечувати низькі тарифи.

Концепція технології надання послуги на пріоритетне місце ставить саму послугу зв'язку. Діяльність оператора зорієнтована на її постійне удосконалення та розробку достатньої кількості модифікацій (варіацій).

Такий підхід виправданий за умов, коли для покупця низька ціна не є найважливішим аргументом на користь послуги. Він готовий платити більше за унікальність сервісу та високу якість послуги, коли ця якість та властивості суттєво відрізняються від конкурентних аналогів.

Сильний бік такого підходу полягає у досконалості технологій, що її використовує оператор у сфері зв'язку. Слабке місце такого підходу, як не дивно, теж у технології. Адже орієнтація на якість товару інколи не дає змоги своєчасно відчувати загрозу з боку нових технологій, коли з'являються інші послуги, які задовольняють ті самі потреби, що і послуги галузі зв'язку.

Концепція очікування споживачів оснований на самому процесі сервісу споживачів. Можлива за умов недостатньої обізнаності клієнта щодо властивостей послуги, коли на поведінку споживача впливають різними

засобами: рекламою, переконливими методами продажу, демонстраціями послуг, спеціальними знижками тощо. І хоча існує певний ризик, пов'язаний з витратами на пілотні (пробні) проекти, багато операторів досить успішно використовують концепцію очікування споживачів як орієнтир у своїй діяльності.

Концепція маркетингу. Не важко здогадатися, що за орієнтир оператори обирають потреби споживачів, які потрібно задовольнити краще, ніж це роблять конкуренти. Гарантією успіху такого підходу є високий рівень життя покупців, з одного боку, і віртуозне володіння інструментами маркетингу, вміння пристосуватись до змін ринку, з іншого. Проте маркетинг не вирішує усі проблеми, що виникають у оператора зв'язку, оскільки надмірне роздрібнення ринку, або, навпаки, монополія на ринку, нехтування або заниження ролі відділів організації сервісу споживачів можуть призвести до значних втрат.

Концепція соціально-етичного маркетингу. Звичайно, маркетинг не є за своєю суттю альтруїстичним, якщо не враховувати безприбуткові організації. Прагнення до прибутку є нормальним орієнтиром діяльності оператора. Але обраний оператором шлях досягнення поставленої мети іноді діє всупереч моральним нормам та довгостроковим інтересам суспільства. Саме тому актуальним є розширення класичної концепції маркетингу.

До формули "маркетинг як діяльність, орієнтована на задоволення потреб споживача" слід додати "з одночасним поліпшенням життєвого рівня суспільства". Така концепція отримала назву соціально-орієнтованого маркетингу.

Отже, соціально-етичний маркетинг є найвищим щаблем концепцій маркетингової діяльності, на який треба орієнтуватись.

Найважливішими елементами будь-якого виду маркетингу є так звані "**4P**" маркетингу product (продукт), price (ціна), place (місце, розподіл), promotion (просування).

Ці чотири елементи у сукупності становлять комплекс маркетингу ("marketing mix" – маркетингова суміш). Таким чином, вміння правильно "змішувати" елементи маркетингу для вирішення практичного завдання є основою маркетингу. Розглянемо кожен з елементів маркетингу.

Продукт (якість, асортимент, сервіс). Що купує споживач – послуги зв'язку, за що платить гроші – за швидкість пересування та доставляння, за надійність та цілість первинного вигляду, за зручність. Безумовно, усі ці

характеристики дуже важливі, але лише як засіб отримати певні блага. Кожна послуга зв'язку наділена властивостями, що представляють інтерес для споживача, тобто наділена певною якістю. Під якістю ми розуміємо весь набір властивостей послуги зв'язку, за якими споживач робить висновок про її переваги.

Часто інструментом, який сприяє поширенню телекомунікаційної послуги на ринку, стає швидкість та надійність. Говорячи про властивості послуги, розрізняють її широту (кількість модифікацій швидкості) та глибину (кількість видів).

Сьогодні на ринку телекомунікаційних послуг перемагає саме той, хто завоює нових споживачів. Тому на перший план у конкурентній боротьбі висувається сервіс послуг. Елементами сервісного обслуговування є:

- максимальне наближення оператора зв'язку до споживача;
- гарантія цілості відправлення;
- інструктаж споживача про достоїнства та всі можливості використання телекомунікаційних послуг;
- зручність обладнання для споживача, повна інформація про всі модифікації послуг;
- підготовка персоналу, робота зі скаргами клієнтів;
- забезпечення документацією;
- швидкість, оперативність та зручність пересування відправлень.

Ціна або тариф. Визначення тарифів – чи не найважче завдання комплексу маркетингу зв'язку. З одного боку, вони повинні бути такими, щоб влаштовувати потенційного клієнта, а, з іншого – забезпечити прибутковість. У загальному випадку методика утворення тарифів полягає в наступному:

- підрахунок собівартості послуги;
- визначення можливого попиту на послугу при установлених тарифах;
- прогнозування реакції конкурентів на різні тарифи;
- перевірка відповідності тарифів нормативним актам або граничним тарифам;
- призначення конкретних тарифів.

Розподіл. Головним змістом цього елемента маркетингу є вибір оптимальної схеми розповсюдження та надання послуги, а також сервісне обслуговування споживачів.

Просування на ринку передбачає ефективні контакти зі споживачами телекомунікаційних послуг. До конкретних форм тут можна віднести:

- створення позитивного іміджу оператора та його послуг;
- реклама, виставки, ярмарки, надання знижок, надання послуги у кредит;
- персональне обслуговування клієнтів з максимальною швидкістю .

Можливості оператора тут невичерпні – від реклами через засоби масової інформації (телебачення, радіо, газети) до ефективних дій служби зв'язків з громадськістю.

4.2. Державний нагляд за діяльністю підприємств у сфері телекомунікацій, користування радіочастотним ресурсом України, радіомовлення та телебачення

Центральним органом виконавчої влади (ЦОВВ) з питань користування радіочастотним ресурсом України є Адміністрація Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України (Адміністрація Держспецзв'язку). Адміністрація Держспецзв'язку є центральним органом виконавчої влади із спеціальним статусом, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України і який забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах організації спеціального зв'язку, захисту інформації, телекомунікацій і користування радіочастотним ресурсом України.

На сьогодні державний нагляд та регулювання діяльності у сфері надання користування радіочастотним ресурсом України (далі – РЧР) здійснює Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації (НКРЗІ), а у сфері радіомовлення та телебачення (далі – РМ та ТБ) – Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення (далі – НРТМ). Розглянемо основні напрями діяльності перелічених установ.

Органом державного регулювання у сфері користування радіочастотним ресурсом України є **Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації (НКРЗІ)** (початкова назва – Національна комісія з питань регулювання зв'язку (НКРЗ), яка була утворена у 2005 році) відповідно до Закону України «Про телекомунікації». НКРЗІ є державним колегіальним органом, підпорядкованим Президенту України, підзвітним Верховній Раді України.

У визначеній сфері НКРЗІ здійснює повноваження органу ліцензування, дозвільного органу, регуляторного органу та органу державного нагляду (контролю).

Основними завданнями НКРЗІ є:

1) забезпечення проведення єдиної державної політики з питань державного регулювання у сфері користування радіочастотним ресурсом;

2) здійснення державного регулювання та нагляду у сфері користування радіочастотним ресурсом, створення сприятливих умов для залучення інвестицій, з урахуванням інтересів національної безпеки;

3) забезпечення ефективного користування радіочастотним ресурсом;

4) сприяння розвитку конкуренції та підприємництва, забезпечення рівних умов діяльності суб'єктів господарювання всіх форм власності, удосконалення механізму регулювання ринкових відносин;

5) участь у формуванні та реалізації державної політики у сфері користування радіочастотним ресурсом;

6) готує пропозиції щодо забезпечення ринкової збалансованості та удосконалення механізму державного регулювання у сфері користування радіочастотним ресурсом;

7) реалізовує державну стратегію розвитку у сфері користування радіочастотним ресурсом;

8) бере в установленому порядку участь у підготовці проектів законів, інших нормативно-правових актів у сфері користування радіочастотним ресурсом, вносить на розгляд Президентів України та Кабінету Міністрів України пропозиції щодо проектів законів та інших нормативно-правових актів з цих питань;

9) подає в установленому порядку пропозиції щодо розвитку сфери користування радіочастотним ресурсом, у межах своїх повноважень здійснює контроль за їх виконанням;

10) забезпечує у межах своїх повноважень формування та реалізацію державної тарифної політики у сфері користування радіочастотним ресурсом, удосконалення нормативної та методологічної бази формування тарифів, які підлягають державному регулюванню, а також проведення моніторингу цін у зазначених сферах;

11) встановлює відповідно до закону тарифи на роботи (послуги) Українського державного центру радіочастот (УДЦР) та розміри плати за

видачу документів дозвільного характеру – висновків щодо електромагнітної сумісності, дозволів на експлуатацію, на ввезення з-за кордону радіоелектронних засобів та випромінювальних пристроїв, здійснює відповідно до законодавства інші заходи щодо тарифного регулювання у зазначеній сфері;

12) забезпечує державний нагляд (контроль) за:

- додержанням законодавства про радіочастотний ресурс України та запобігання правопорушенням при користуванні радіочастотним ресурсом України у смугах радіочастот загального користування;

- додержанням користувачами радіочастотного ресурсу ліцензійних умов, особливих умов, визначених у відповідних ліцензіях;

- додержанням виробниками, постачальниками технічних засобів телекомунікацій, а також операторами, провайдерами телекомунікацій вимог нормативно-правових актів та нормативних документів у сфері користування радіочастотним ресурсом;

- додержанням користувачами радіочастотного ресурсу, в тому числі дипломатичними представництвами, консульськими установами іноземних держав, представництвами іноземних організацій в Україні, умов, визначених у дозволах, зокрема спеціальних (тимчасових спеціальних) дозволах на експлуатацію радіоелектронних засобів та випромінювальних пристроїв у смугах загального користування;

- дотриманням користувачами радіочастотного ресурсу умов експлуатації радіоелектронних засобів та випромінювальних пристроїв;

- дотриманням суб'єктами господарювання, які здійснюють ввезення, отримання в поштових відправленнях з-за кордону радіоелектронних засобів та випромінювальних пристроїв, що призначені для використання на території України у смугах загального користування, вимог законодавства щодо ввезення, отримання з-за кордону відповідних радіоелектронних засобів та випромінювальних пристроїв;

- дотриманням суб'єктами господарювання, які здійснюють реалізацію радіоелектронних засобів та випромінювальних пристроїв, вимог законодавства України щодо реалізації радіоелектронних засобів та випромінювальних пристроїв, у тому числі порядку їх маркування;

- наявністю ліцензій та інших дозвільних документів, передбачених законами у сфері користування радіочастотним ресурсом;

– дотриманням законодавства у сфері користування радіочастотним ресурсом України (забезпечує проведення перевірок);

– достовірністю відомостей у документах, поданих заявником для отримання ліцензій, інших дозвільних документів на здійснення діяльності у сфері користування радіочастотним ресурсом України (забезпечує проведення перевірок);

– здійснює відповідно до законодавства ліцензування та реєстрацію у сфері користування радіочастотним ресурсом;

– встановлює порядок виконання робіт з виявлення та усунення дії джерел радіозавад у смугах загального користування;

13) бере участь у розробленні та погоджує проекти змін до Національної таблиці розподілу смуг радіочастот України та Плану використання радіочастотного ресурсу України відповідно до законодавства;

14) застосовує в установленому законодавством порядку адміністративні стягнення до осіб, винних у порушенні законодавства про радіочастотний ресурс України;

15) створює сприятливі організаційні та економічні умови для залучення інвестицій у сферу телекомунікацій, у тому числі щодо надання телекомунікаційних послуг для потреб телебачення і радіомовлення;

16) забезпечує рівні умови для діяльності у сфері користування радіочастотним ресурсом;

17) веде реєстр ліцензій на користування радіочастотним ресурсом України; радіоелектронних засобів, випромінювальних пристроїв, що можуть застосовуватися на території України у смугах радіочастот загального користування;

18) установлює порядок реалізації, експлуатації радіоелектронних засобів, випромінювальних пристроїв на території України та порядок ввезення їх із-за кордону;

19) здійснює координацію робіт з підтвердження відповідності радіоелектронних засобів, випромінювальних пристроїв, які виробляються в Україні та які ввозяться з-за кордону, забезпечує в межах своїх повноважень стандартизацію у сфері користування радіочастотним ресурсом;

20) визначає переліки радіоелектронних засобів та випромінювальних пристроїв, для ввезення з-за кордону та експлуатації яких не потрібні дозволи;

21) забезпечує за участю центрального органу виконавчої влади в галузі зв'язку проведення конверсії радіочастотного ресурсу України у смугах радіочастот загального користування;

22) забезпечує разом із центральним органом виконавчої влади в галузі зв'язку, Генеральним штабом Збройних Сил України та Державним космічним агентством України проведення конверсії радіочастотного ресурсу України у смугах радіочастот спеціального користування;

23) узгоджує тематичні плани науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт щодо розподілу, виділення і присвоєння радіочастот, їх міжнародно-правового захисту, забезпечення електромагнітної сумісності радіоелектронних засобів і функціонування системи радіочастотного моніторингу;

24) здійснює в межах своїх повноважень заходи з науково-технічного забезпечення функціонування і розвитку користування радіочастотним ресурсом;

25) замовляє науково-дослідні роботи щодо ефективного розподілу радіочастотного ресурсу, забезпечення електромагнітної сумісності радіоелектронних засобів;

26) здійснює управління та контроль за діяльністю УДЦР відповідно до вимог законодавства;

27) здійснює співробітництво з відповідними міжнародними організаціями та органами регулювання у сфері користування радіочастотним ресурсом іноземних держав;

28) бере в установленому порядку участь у підготовці проектів міжнародних договорів України, укладає відповідно до закону міжнародні договори міжвідомчого характеру.

Державне регулювання у сфері телерадіомовлення здійснює **Національна рада України з питань телебачення та радіомовлення** (далі - Національна рада). Національна рада є конституційним, постійно діючим колегіальним органом, метою діяльності якого є нагляд за дотриманням законів України у сфері телерадіомовлення, а також здійснення регуляторних повноважень, передбачених цими законами [2]. Національна рада є єдиним органом державного регулювання діяльності у сфері телебачення і радіомовлення незалежно від способу розповсюдження телерадіопрограм і передач.

Національна рада здійснює:

- нагляд за дотриманням телерадіоорганізаціями та провайдерами програмної послуги вимог законодавства у галузі телерадіомовлення;
- нагляд за дотриманням ліцензіатами вимог законодавства України щодо реклами та спонсорства у сфері телерадіомовлення;
- нагляд за дотриманням ліцензіатами ліцензійних умов та умов ліцензій;
- нагляд за дотриманням ліцензіатами визначеного законодавством порядку мовлення під час проведення виборчих кампаній та референдумів;
- нагляд за дотриманням стандартів та норм технічної якості телерадіопрограм;
- нагляд за дотриманням телерадіоорганізаціями законодавства України у сфері кінематографії;
- нагляд за дотриманням телерадіоорганізаціями вимог законодавства України щодо частки вітчизняного продукту у їх програмах (передачах) та щодо вживання мов при здійсненні телерадіомовлення;
- нагляд за дотриманням телерадіоорганізаціями законодавства у сфері захисту суспільної моралі;
- нагляд за дотриманням телерадіоорганізаціями вимог законодавства щодо частки іноземних інвестицій у їх статутному фонді;
- застосування в межах своїх повноважень санкцій відповідно до закону;
- офіційний моніторинг телерадіопрограм;
- ліцензування телерадіомовлення;
- ліцензування провайдерів програмної послуги;
- участь у розробці та погодження проекту Національної таблиці розподілу смуг радіочастот України і Плану використання радіочастотного ресурсу України у частині смуг радіочастот, виділених для потреб телерадіомовлення;
- розробку умов використання та визначення користувачів радіочастотного ресурсу, виділеного для потреб телерадіомовлення;
- забезпечення і сприяння конкуренції у діяльності телерадіоорганізацій усіх форм власності відповідно до вимог законодавства, створення умов щодо недопущення усунення, обмеження чи спотворення конкуренції у теле-радіоінформаційному просторі;
- ведення Державного реєстру телерадіоорганізацій України, участь у розробці і реалізації державної політики у сфері телерадіомовлення;
- розробка і затвердження Плану розвитку національного теле-радіоінформаційного простору;

- здійснення аналізу стану телерадіомовлення в Україні;
- прийняття рішень про створення та розвиток каналів мовлення, мереж мовлення, телемереж, які передбачають використання радіочастотного ресурсу;
- визначення порядку технічної розробки багатоканальних телемереж, які передбачають використання радіочастотного ресурсу, та порядку проведення конкурсів на технічну розробку, обслуговування та експлуатацію таких телемереж;
- замовлення розробки висновків щодо електромагнітної сумісності радіоелектронних засобів мовлення;
- сприяння включенню телерадіоорганізацій України до світового інформаційного простору і здійсненню їх діяльності відповідно до міжнародних стандартів;
- узагальнення практики застосування законодавства у сфері телерадіомовлення, участь у розробці пропозицій щодо удосконалення законодавства у цій сфері;
- здійснення співробітництва з питань телебачення і радіомовлення з міжнародними організаціями, з органами державної влади та неурядовими організаціями інших країн;
- визначення порядку документування, формування, обліку та зберігання телерадіоорганізаціями копій (записів) програм і передач, що виходять в ефір, формування тимчасового архіву та архівного фонду телерадіоорганізацій відповідно до законодавства України;
- створення та утримання державного архіву телебачення і радіомовлення України у порядку, встановленому законом.

4.3. Державний нагляд за користуванням радіочастотним ресурсом та дотриманням законодавства України

У сфері користування радіочастотним ресурсом (РЧР) України здійснюють економічну діяльність з застосуванням смуг радіочастот загального користування наступні види користувачів:

- суб'єкти господарювання, які користуються радіочастотним ресурсом України для надання телекомунікаційних послуг, за винятком розповсюдження телерадіопрограм;

– суб'єкти господарювання, які здійснюють розповсюдження телерадіопрограм із застосуванням власних або орендованих радіоелектронних засобів;

– технологічні користувачі і радіоаматори – юридичних чи фізичних осіб, які користуються радіочастотним ресурсом України без надання телекомунікаційних послуг.

У секторі загального користування РЧР суб'єктами виступають юридичні особи чи фізичні особи – підприємці, які на власний ризик розпочали діяльність з надання телекомунікаційних послуг споживачам з використанням РЧР, отримали для цього відповідні ліцензії та дозволи на експлуатацію РЕЗ, щомісяця сплачують збір за користування радіочастотним ресурсом і вартість робіт із радіочастотного моніторингу. Тому вони мають право на захист та отримання від держави якісного радіочастотного ресурсу з параметрами і нормами, визначеними національними та міжнародними стандартами.

У сфері зв'язку та інформатизації існують наступні ліцензійні умови здійснення діяльності з використанням РЧР, що затверджені відповідними рішеннями НКРЗІ та є одним з інструментів економічного державного регуляторного механізму:

– ліцензійні умови користування радіочастотним ресурсом України, затверджені рішенням НКРЗІ від 19.08.2005 № 53;

– ліцензійні умови здійснення діяльності у сфері телекомунікацій з надання послуг з технічного обслуговування й експлуатації телекомунікаційних мереж, мереж ефірного теле- та радіомовлення, проводового радіомовлення та телемереж, затверджені рішенням НКРЗІ від 11.11.2010 № 513.

Порядок здійснення державного нагляду за користуванням радіочастотним ресурсом України у смугах радіочастот загального користування визначений рішенням НКРЗІ від 27.12.2012 № 684. Цей Порядок визначає процедуру здійснення державного нагляду за користуванням радіочастотним ресурсом України у смугах радіочастот загального користування та дотриманням суб'єктами господарювання, які здійснюють реалізацію радіоелектронних засобів (далі – РЕЗ) та випромінювальних пристроїв (далі – ВП), вимог законодавства України щодо реалізації РЕЗ та ВП, у тому числі порядку їх маркування. Український державний центр радіочастот за дорученням Голови НКРЗІ бере участь у здійсненні державного нагляду.

Основними завданнями державного нагляду є запобігання, виявлення та усунення порушень законодавства при користуванні РЧР. Державний нагляд за дотриманням законодавства про РЧР здійснюють уповноважені НКРЗІ посадові особи у межах повноважень, визначених законодавством України. Об'єктом державного нагляду є діяльність суб'єктів сфери користування РЧР (користувачі РЧР у смугах радіочастот загального користування, їх філії, інші відокремлені структурні підрозділи, суб'єкти господарювання, що здійснюють ввезення з-за кордону, реалізацію РЕЗ та ВП, а також юридичні та фізичні особи, що користуються РЧР без ліцензій на користування РЧР, дозволів на експлуатацію РЕЗ та ВП у разі, якщо необхідність отримання ними таких ліцензій та дозволів передбачена Законом України «Про радіочастотний ресурс України»).

НКРЗІ для забезпечення виконання покладених на неї завдань щодо державного нагляду має відповідні повноваження, зазначені у Законі України «Про радіочастотний ресурс України».

Державний нагляд за користуванням РЧР здійснюється шляхом проведення планових і позапланових перевірок, здійснення інших заходів відповідно до законодавства, спрямованих на запобігання, виявлення та усунення порушень законодавства про радіочастотний ресурс. Державний нагляд включає:

- контроль за наявністю передбачених законом ліцензій, інших дозвільних документів у сфері користування РЧР;
- контроль за дотриманням ліцензійних умов користування РЧР;
- перевірку дотримання вимог законодавства щодо користування РЧР фізичними особами, юридичними особами, їх відокремленими підрозділами;
- перевірку викладених у письмовому зверненні фактів про порушення законодавства, стандартів та інших нормативних документів у сфері користування РЧР;
- перевірку виконання розпоряджень чи приписів про усунення виявлених порушень;
- перевірку дотримання користувачем РЧР встановленого терміну початку використання та повного освоєння визначеного РЧР;

– перевірку достовірності відомостей у документах, поданих заявником для отримання ліцензії на користування РЧР, та відповідності заявника і поданих документів ліцензійним умовам;

– перевірку дотримання суб'єктами господарювання встановленого порядку реалізації РЕЗ та ВП.

Під час здійснення державного нагляду за зверненням Департаменту державного нагляду НКРЗІ (у разі потреби) УДЦР у визначені терміни проведення перевірки здійснює радіочастотний моніторинг та надає його результати, які використовуються уповноваженими НКРЗІ посадовими особами.

Під час здійснення заходів державного нагляду забороняється перевіряти виконання вимог нормативно-правових актів, до яких не забезпечено вільний та безоплатний доступ, а саме, які не розміщені на офіційних веб-сайтах органів державної влади.

Однією з проблем діяльності користувачів радіочастотним ресурсом України на ринку телекомунікацій є технічна незахищеність роботи їх передавачів перед незаконодіючими передавачами, що належать незареєстрованим особам та створюють неприпустимі радіозавади, що унеможливають подальше надання користувачами РЧР телекомунікаційних послуг споживачам належної якості. Користувачі РЧР не захищені від протиправного радіоелектронного впливу на роботу їх РЕЗ з боку незаконно діючих передавачів інших осіб. Наявність численних правопорушень під час користування РЧР України відображує низький рівень правосвідомості осіб та суб'єктів господарювання і відсутність державних механізмів захисту легального бізнесу.

Процедури захисту радіомережі та прав оператора/провайдера телекомунікацій від впливу такого негативного фактора сьогодні в державі потребує удосконалення, механізм припинення експлуатації таких радіоелектронних засобів наразі відсутній. Це створює умови для зростання тіньового сектору економіки у сфері користування РЧР, несплату податків до державного бюджету, «розквіту» корупції та гальмує розвиток підприємств, ринків та суспільства. Тому завдання органів влади, бізнесу і громадян полягає в організації належного всебічного забезпечення користування якісним

радіочастотним ресурсом та захисті прав користувачів РЧР через запровадження відповідних регуляторних механізмів.

Аналіз дії регуляторних механізмів та особливостей провадження вищезазначених видів діяльності, доводить необхідність спрощення доступу до ринків, що сприятиме оздоровленню ринкових відносин, забезпеченню здорової конкуренції. Це необхідно здійснювати шляхом зменшення або, навіть, відміною ліцензування певних видів діяльності, перегляду та лібералізації діючої дозвільної системи, застосуванням європейського досвіду регуляції у сфері електронних комунікацій.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть п'ять основних стадій життєвого циклу організації.
2. Охарактеризуйте зовнішнє і внутрішнє середовище організації.
3. Що таке середовище прямого і непрямого впливу?
4. Назвіть чотири основні функції менеджменту.
5. Що відноситься до основних завдань Держзв'язку у сфері користування радіочастотним ресурсом України?
6. Які основні функції виконує НКРЗ?
7. Які повноваження має ДП «УДЦР»?
8. Назвіть основні види робіт, що виконуються Центром «Укрчастотнагляд».
9. Назвіть основних користувачів радіочастотного ресурсу України, які здійснюють економічну діяльність із застосуванням смуг радіочастот загального користування.
10. Які ліцензійні умови здійснення діяльності існують у сфері зв'язку та інформатизації.

Список рекомендованої літератури до розділу 4

1. Закон України «Про радіочастотний ресурс» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.rada.gov.ua/>
2. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.rada.gov.ua/>
3. Князева Н.О. Маркетинг послуг: навч. посіб. [для вузів з дисципліни «Маркетинг послуг» для студентів спеціальності 7.03050701 – «Маркетинг» напряму підготовки 0305 – «Економіка і підприємництво»]. / Н.О. Князева, О.А.Князева – Одеса: ОНПУ, 2012. – 243 с. Регистрац. № 1372-РС-2012.
4. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру. Как создать, завоевать и удержать рынок / Котлер Ф. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 294 с.
5. Орлов В.М. Організаційно-економічний механізм управління галуззю зв'язку України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра. екон. наук: спец. 08.07.04 «Економіка транспорту і зв'язку» / В.М. Орлов. – Одеса, 2002. – 36 с.
6. Орлов В. М. Концептуальні підходи щодо державного регулювання у сфері зв'язку та інформатизації / В. М. Орлов, Я. В. Гапанович, О. В. Орлова // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті : зб. наук. праць Одеськ. нац. морськ. ун-т . – Вип. № 1 (46). – Одеса, 2014. – С. 223-238.
7. Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні Указ Президента України від 31.07.2000 № 928/2000 [Електронний ресурс] / Офіційне Інтернет-представництво Президента України. – Режим доступу до Інтернет-представництва : <http://www.president.gov.ua/documents/789.html>. – Назва з екрану.
8. Про затвердження Правил надання та отримання телекомунікаційних послуг Постанова Кабінету Міністрів України від 11.04.2012 № 295 [Електронний ресурс] / Офіційний Веб-портал Верховної Ради України. – Режим доступу до Веб-порталу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/295-2012-п>. – Назва з екрану.

ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1. Місце та значення сфери зв'язку та інформатизації в ринковій економіці країни

Предмет та задачі курсу. Місце сфери зв'язку та інформатизації у системі ринкової економіки. Особливості сфери зв'язку та інформатизації як галузі виробничої інфраструктури. Закони України «Про телекомунікації», «Про радіочастотний ресурс», «Про телебачення і радіомовлення» та їх значення в організації діяльності сфери зв'язку та інформатизації.

Тема 2. Організація управління та планування у сфері зв'язку та інформатизації

Сутність, основні принципи та методи управління. Органи управління у та їх взаємовідносини. Принципи організації та види підприємств зв'язку. Основні напрями реструктуризації галузі.

Суть та основні принципи планування. Система стратегічного та поточного планування. Бізнес-план, порядок розроблення та зміст. Ліцензування видів діяльності у сфері зв'язку та інформатизації.

Тема 3. Телекомунікаційні послуги, їх види та облік.

Продукція та телекомунікаційні послуги. Особливості продукції (послуг) зв'язку. Номенклатура продукції та види телекомунікаційних послуг. Методи вимірювання обсягу продукції та показників (параметрів якості) телекомунікаційних послуг. Прогнозування телекомунікаційних послуг. Планування обсягу продукції та телекомунікаційних послуг у поточному періоді. Показники, що характеризують ефективність надання телекомунікаційних послуг.

Тема 4. Ресурси для надання послуг та їх використання

4.1. Виробничі фонди та їх використання

Поняття основних та оборотних фондів. Виробничі та невиробничі фонди. Оборотні засоби зв'язку, їх особливості та структура. Нормування оборотних засобів та джерела їх формування. Показники оборотності оборотних засобів, шляхи прискорення їх оборотності.

4.2. Трудові ресурси та їх використання

Склад працівників підприємства, облік та розрахунок їх чисельності. Організація заробітної плати на підприємствах, особливості формування фонду оплати праці. Показники використання трудових ресурсів та їх аналіз. Продуктивність праці. Заходи з підвищення продуктивності та стимулювання праці.

4.3 Собівартість послуг зв'язку та інформатизації

Поняття собівартості послуг зв'язку та інформатизації. Склад та структура експлуатаційних витрат. Розрахунок собівартості одиниці послуги та її значення. Сутність та структура валових витрат.

Методика розрахунку та планування статей експлуатаційних витрат. Аналіз собівартості послуг, шляхи зниження собівартості й її значення в розробці тарифів на телекомунікаційні послуги. Види тарифів та їх використання у сучасних умовах.

Тема 5. Доходи, прибуток та рентабельність. Механізм оподаткування

Поняття доходів, їх планування. Чистий дохід підприємств зв'язку, його значення та методика розрахунку. Дохідність продукції (послуг) зв'язку та її значення.

Прибуток, його розрахунок та значення як основного показника ефективності діяльності галузі та окремих операторів. Рівень рентабельності, методика розрахунку та заходи з підвищення.

Тема 6. Проектування та капітальне будівництво

Капітальні вкладення, їх сутність, склад та джерела фінансування. Початкові дані та порядок проектування об'єктів зв'язку. Організація капітального будівництва, його планування з урахуванням інвестиційної політики у сфері зв'язку та інформатизації.

Тема 7. Організація, її середовище. Види організаційних структур

Зовнішнє та внутрішнє середовище організації. Типи організаційних структур, їх застосування у сфері зв'язку та інформатизації. Організація управління у сфері зв'язку та інформатизації.

Тема 8. Організація діяльності підприємств РРТ, регулювання їх діяльності

Структурні складові Концерну РРТ. Організації, що здійснюють нагляд та регулювання діяльності у сфері користування радіочастотним ресурсом України, радіомовлення та телебачення. Нормативно-правові засади діяльності цих установ.

КОМПЛЕКСНЕ ЗАВДАННЯ

(для студентів денної та заочної форм навчання)

Варіант вибирається за останньою цифрою залікової книжки

Питання 1. Дати стислу відповідь на питання (за варіантами):

1. Організація та її характеристики.
2. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації.
3. Розділ праці в організації.
4. Планування як функція менеджменту.
5. Способи організації виробництва.
6. Методи мотивації персоналу.
7. Контроль як функція менеджменту.
8. Функції органів управління діяльністю підприємств РРТ.
9. Структура галузі зв'язку України, державні та недержавні підприємства сфери зв'язку та інформатизації.
10. Структура концерну РРТ, основні послуги та види діяльності.

Питання 2. За наданими вихідними даними (таблиця 1) провести розрахунок прибутку та рентабельності діяльності підприємства, визначити динаміку показників. Зробити висновок про зміни у звітному році порівняно з базовим. Для розв'язання задачі використовувати наступний алгоритм розрахунку економічних показників:

Алгоритм розрахунку економічних показників

1. Доходи та дохідність одиниці послуг

1.1. Податок на додану вартість :

$$\text{ПДВ} = H_{\text{ПДВ}} \times Д / 100, \text{ тис. грн.},$$

де $H_{\text{ПДВ}}$ – доля ПДВ у доходах підприємства, % ($H_{\text{ПДВ}} = 16,67\%$);

Д – сума доходів, тис. грн.

1.2 Дохідність одиниці продукції

$$\bar{\partial} = \frac{Д}{Q}, \text{ грн./од. прод.,}$$

де Q – обсяг послуг, тис. ум. од.

1.3 Визначення чистого доходу :

$$\text{ЧД} = Д - \text{ПДВ.}$$

2. Показники використання виробничих фондів

2.1. Основних фондів:

– фондівдача:

$$\text{– по продукції } K_i = \frac{Q}{\Phi_{\text{осн}}} ;$$

$$\text{– по доходах } K_{\text{ид1}} = \frac{Д}{\Phi_{\text{осн}}} ,$$

де $\bar{\Phi}_{\text{осн}}$ – середньорічна вартість основних фондів:

$$\text{– фондомісткість продукції } h_q = \frac{\Phi_{\text{осн}}}{Q} ;$$

$$\text{– фондомісткість доходів } h = \frac{\bar{\Phi}_{\text{осн}}}{Д} ;$$

$$\text{– фондоозброєність праці } V = \frac{\bar{\Phi}_{\text{осн}}}{\bar{\Pi}} ;$$

де $\bar{\Pi}$ – середня чисельність робітників.

2.2. Оборотних засобів:

$$\text{– коефіцієнт оборотності } K_{\text{об}} = \frac{Д}{\Phi_{\text{об}}} , \frac{\text{оборотів}}{\text{рік (квартал, місяць)}} ;$$

$$\text{– швидкість оборотності } V_{\text{об}} = \frac{360}{K_{\text{об}}} , \frac{\text{днів}}{\text{на 1 оборот}} ,$$

де $\Phi_{\text{об}}$ – середня вартість нормованих оборотних коштів;

360 – кількість днів у році.

3. Показники використання трудових ресурсів

3.1. Продуктивність праці одного робітника $V = \frac{Д}{Ш}$, $\frac{\text{тис.грн.}}{\text{чол.}}$

3.2. Середня заробітна плата одного працівника

$$\bar{З} = \frac{\text{ФОП}}{Ш} , \frac{\text{тис.грн.на.рік}}{\text{чол.}} ,$$

де ФОП – фонд оплати праці, тис. грн.

3.3. Частка зміни доходів у звітному періоді за рахунок зміни продуктивності праці

$$d_{dm(B)} = \frac{(B_{зв} - B_{б})\bar{Ш}_{зв}}{(Д_{зв} - Д_{б})} \times 100, (\%),$$

де зв , б – відповідно, звітний і базовий періоди.

4. Виробничі витрати і собівартість одиниці послуг (доходів)

4.1. Загальна сума виробничих витрат:

$$E = \sum_{i=1}^n E_i ,$$

де E_i – сума витрат за i -ою статтею;

n – число статей витрат.

4.2. Структура витрат – питома вага кожної статті витрат у загальній сумі витрат:

$$d_{Ei} = \left(\frac{E_i}{E} \right) \times 100, (\%).$$

4.3. Собівартість одиниці продукції, доходів

$$\bar{C} = \frac{E}{Q} , \frac{\text{грн.}}{\text{од.прод}} ; \quad \bar{C}' = \frac{E}{Д} , \frac{\text{грн.}}{1.\text{грн.доходів}} .$$

5. Прибуток і рентабельність

5.1. Прибуток основної діяльності:

$$П = ЧД - E.$$

5.2. Прибуток від іншої діяльності:

$$\Pi_{\text{пр}} = \Pi_{\text{ппр}} \times \Pi / 100,$$

де $\Pi_{\text{ппр}}$ – відсоток від прибутку основної діяльності. (Інший прибуток умовно обирають у розмірі 5 - 15% від прибутку основної діяльності).

5.3. Балансовий прибуток (загальний прибуток)

$$\Pi_{\text{бал}} = \Pi + \Pi_{\text{пр}}.$$

5.4. Рентабельність:

– основна діяльність:

$$\tau = \left(\frac{\Pi}{E} \right) \times 100(\%);$$

– загальна рентабельність

$$\tau_{\text{про}} = \left(\frac{\Pi_{\text{бал}}}{E} \right) \times 100(\%).$$

5.5 Податок на прибуток

$$H_{\text{под}} = H_{\text{п}} \times \Pi_{\text{бал}} / 100,$$

де $H_{\text{п}}$ – ставка податку на прибуток, % ($H_{\text{п}} = 18\%$);

$\Pi_{\text{бал}}$ – балансовий (оподаткований) прибуток.

6.5. Чистий прибуток

$$\text{ЧП} = \Pi_{\text{бал}} - H_{\text{под}}.$$

6. Визначити динаміку всіх розрахованих показників (індекси динаміки) за формулою:

$$I_d = \frac{Z_{\text{зв}}}{Z_{\text{б}}} \times 100, (\%),$$

де $Z_{\text{зв}}$ – обсяг показника у звітному році; $Z_{\text{б}}$ – обсяг показника у базовому році.

Таблиця 3.1 – Вихідні дані для розрахунку економічних показників діяльності підприємства сфери зв'язку та інформатизації

В А Р І А Н Т	Обсяг послуг, тис. од., Q		Доходи, тис. грн., Дт		Середньоспи- скова чисель- ність працівників, чол. Ш		Середньоріч- на вартість ос- новних фондів тис. грн. Фос		Оборотні засоби, тис. грн., Фоб		Експлуатаційні витрати за статтями, тис. грн.											
											Фонд оплати праці з нарахуваннями ФОП		Амортизація, А		Матеріали і запчастини Ем		Електроене- ргія, Ее		Інші виробничі та транс. витрати, Епр		Інші адм.- упр. та експл. госп. витр.Еау	
	баз.	звіт.	баз.	звіт.	баз.	звіт.	баз.	звіт.	баз.	звіт.	баз.	звіт.	баз.	звіт.	баз.	звіт.	баз.	звіт.	баз.	звіт.	баз.	звіт.
1	1250	1380	1562	1632	220	230	4530	5360	151	93	319	305	392	426	18	20	8	10	152	173	46	41
2	700	740	996	1040	129	128	2500	2740	75	51	180	187	200	212	15	15	4	5	45	53	15	18
3	1370	1270	1800	1692	183	150	5100	3750	127	69	255	209	331	261	20	24	4	3	106	88	30	23
4	780	990	1098	1220	170	190	3440	4530	100	79	213	267	325	366	26	26	6	6	100	139	19	21
5	1180	1210	1682	1728	197	195	4300	4700	120	75	225	234	323	358	49	56	8	9	124	136	36	42
6	980	1040	1219	1429	170	170	4200	4450	88	74	232	236	320	332	39	41	13	14	104	139	24	23
7	1300	1550	1750	1865	228	220	3020	3650	102	109	313	341	262	306	33	55	10	12	113	102	28	14
8	790	1170	1180	1325	122	125	3150	3280	90	75	176	194	252	240	15	13	6	6	88	96	23	27
9	1125	1415	1456	1683	180	175	4100	4290	125	75	244	241	327	335	18	16	5	8	106	124	11	15
0	1160	1340	1472	1696	190	180	4320	5030	122	83	264	265	356	408	20	24	10	14	93	110	27	35

баз. - базовий; звіт. - звітний період.

ТЕМАТИКА АНАЛІТИЧНИХ ДОПОВІДЕЙ

1. Специфічні відмінні особливості сфери зв'язку та інформатизації порівняно з іншими галузями економіки України.
2. Концерн РРТ: історія створення, сучасна діяльність та перспективи розвитку.
3. Якість у сфері зв'язку та інформатизації України: вітчизняний стан і закордонний досвід.
4. Шляхи збільшення прибутку підприємств сфери зв'язку та інформатизації України.
5. Тарифи і тарифна політика у сфері зв'язку та інформатизації України.
6. Проблеми інвестування сфери зв'язку та інформатизації України.
7. Виробнича інфраструктура підприємств сфері зв'язку та інформатизації: сучасний стан та перспективи розвитку.
8. Шляхи зниження собівартості послуг у сфері зв'язку та інформатизації України.
9. Ризики при управлінні інвестиційними проектами у сфері зв'язку та інформатизації.
10. Сучасний стан та перспективи розвитку сфери користування радіочастотним ресурсом України.

ГЛОСАРІЙ

Амортизація основних фондів	Частина вартості основних фондів, яка переноситься на собівартість продукції. $A_p = \sum H_{ai} \cdot \text{ОВФ}_i,$ де ОВФ_i – вид основних фондів; H_{ai} – норма амортизації для i-го виду ОВФ.
Балансова вартість основних фондів	Вартість основних фондів на кінець року
Балансовий прибуток	Балансовий (звичайний) прибуток – сума прибутку підприємства за усіма видами діяльності, відображена у балансі з господарської діяльності
Бізнес	Бізнес – будь-яка організована законна діяльність, основною метою якої є отримання прибутку – перевищення доходів над витратами
Біржа	Біржа – найбільш розвинена форма регулярно діючого оптового ринку товарів, які продаються за стандартами або зразками (біржа товару, біржа фондова, біржа валютна); організація, яка обслуговує процес укладання угод між господарськими суб'єктами з приводу купівлі-продажу; місце де укладають угоди
Бюджет	Бюджет – розпис грошових доходів і витрат держави, міста, підприємства, які вони мають отримати і витратити в майбутньому, як правило, в наступному році
Валюта	Валюта – основна грошова одиниця певної держави; грошові засоби, які використовуються в міжнародних розрахунках, а також дорогоцінні метали та інші цінності, які можуть бути використані при міжнародних розрахунках
Види зв'язку	Поштовий, телеграфний, телефонний, телебачення, радіомовлення тощо
Виручка підприємства	Виручка підприємства – кошти, отримані підприємством від продажу товарів, реалізації послуг і виконання робіт
Витрати на виробництво	Витрати на виробництво – сукупність затрат живої праці та втіленої у засобах виробництва праці на усіх стадіях створення продукції. $E = \text{ФОП} + H_{\text{ФОП}} + A + M + \text{Ел} + T + \text{АУВ} + I_n,$ де ФОП – фонд оплати праці; $H_{\text{ФОП}}$ – нарахування на ФОП; A – амортизація; M – матеріали і запасні частини; Ел – електроенергія; T – транспортні витрати; АУВ – інші адміністративно-управлінські витрати; I_n – інші витрати
Внутрішнє середовище	Середовище, що підлягає впливу самої організації, може змінюватися під дією процесу управління організацією
Галузь зв'язку, її значення	Зв'язок є однією з провідних і найважливіших галузей в Україні і покликаний задовольняти потреби споживачів, органів державної влади місцевого самоврядування, оборони й безпеки держави у засобах і послугах поштового та електричного зв'язку.
Гроші	Гроші – особливий товар, який виконує роль еквівалента при обміні товарів.
Дефіцит	Дефіцит – недостача, відсутність ресурсів товарів, грошей тощо

Дивіденд	Дивіденд – доход, одержаний власником акцій у вигляді відсотка її вартості
Доходи	Доходи – сума коштів, отриманих підприємством зв'язку за реалізацію власної продукції $Q_{\Gamma} = \sum_{i=1}^n Q_{hi} \cdot C_{Ti},$ де Q_h – обсяг послуг за кожним i-м видом в натуральному вимірюванні; C_{Ti} – тариф або середньодоходна такса (усереднена такса)
Еластичність попиту	Еластичність – взаємозв'язок між зміною ціни та кількістю товару (послуг) на які покупці збільшують або зменшують свої покупки
Закон попиту (пропозиції)	Закон відображає зв'язок між обсягом попиту (пропозиції) на товар та ціною товару
Зовнішнє середовище	Те, що оточує організацію, але на що воно впливати не може. До нього відносяться: економічні умови, споживачі, профспілки, урядові акти, законодавство, організації, що конкурують, система цінностей у суспільстві, техніка і технологія тощо
Інвестиції	Інвестиції – різні види капіталовкладень, усі види майнових і інтелектуальних цінностей, які втілені в об'єкти підприємницької діяльності, внаслідок чого утворюється прибуток або досягається соціальний ефект
Інфляція	Інфляція – знецінення паперових грошей, яке виявляється у зниженні їхньої купівельної спроможності через підвищення цін на товари і послуги або товарний дефіцит
Конкуренція	Конкуренція – боротьба між товаровиробниками за вигідніші умови виробництва і збуту товарів. Розрізняють галузеву і міжгалузеву конкуренцію
Кредит	Кредит – надання грошей або товарів у борг на певний строк на умовах повернення з виплатою певного відсотка
КРРТ	Концерн радіомовлення, радіозв'язку та телебачення.
Ліквідність	Ліквідність – здатність своєчасно виплачувати боргові зобов'язання
Маркетинг галузі зв'язку	Орієнтація всієї діяльності підприємства – від проектування послуги до безпосереднього задоволення попиту споживачів – на високу технічну, технологічну та інтелектуальну якість надання послуги зв'язку
Менеджмент	Процес планування, організації, мотивації та контролю за використанням усіх ресурсів підприємства
Методи управління	Адміністративно-командні; економічні; соціально-психологічні
Нарахування на ФОП	Грошові кошти, які відраховуються оператором у спеціалізовані цільові фонди (соціальні). Ці відрахування прямо пропорційні штатній чисельності персоналу і визначаються виходячи з розмірів ФОП. Нарахування на ФОП складаються з чотирьох складових: Пенсійний фонд, Фонд безробіття, Фонд соціального страхування, Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві
НКРЗІ	Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації

Оборотність зворотних коштів	$K_{об} = \frac{Д}{\Phi_{об}}$
Організація	Соціальна спільність, що складається з групи людей, діяльність яких свідомо координується для досягнення загальної мети або системи цілей
Організаційна структура	Сукупність зв'язків і взаємовідносин рівнів управління і функціональних областей, побудованих у такій формі, яка дозволяє найбільш ефективно досягти цілей організації
Оподаткований прибуток	Оподаткований прибуток – сума прибутку, оподаткованого податком, різниця між валовими доходами та валовими витратами.
Підприємство (оператор) телекомунікацій	Підприємство (оператор) зв'язку – підприємство, яке здійснює свою господарську діяльність для забезпечення функціонування засобів, споруд та мереж зв'язку з метою надання телекомунікаційних послуг
Податок	Податок – нормативна форма обкладення доходів чи майна юридичних та фізичних осіб. Характеризується за окремий період часу
Податок на додану вартість	Податок на додану вартість – форма побічного податку на товари та послуги. Складає 20% та являє собою додаток до роздрібної ціни
Послуга зв'язку	Продукт (результат) діяльності оператора зв'язку, спрямований на задоволення потреб споживачів
Прибуток	Прибуток є різницею між отриманими доходами від реалізації послуг і здійсненими для цього витратами $\Pi = ЧД - E$, де E – виробничі витрати; ЧД – чистий дохід
Прибуток від основної діяльності	Прибуток від основної діяльності економічна категорія, висловлювана фінансовими результатами господарської діяльності підприємств
Прибуток від іншої діяльності	Прибуток від іншої діяльності – прибуток підсобних господарств, які знаходяться на балансі підприємства
Попит	Попит – кількість товарів, які бажає придбати споживач
Податок на прибуток	Податок, який сплачується суб'єктом підприємницької діяльності з оподаткованого прибутку.
Пропозиція	Пропозиція – кількість товарів (послуг), які бажає продати продавець-виробник
Продуктивність праці	Обсяг продукції (доходи), вироблений одним працівником за одиницю часу $V_{гр} = \frac{Д}{\bar{\Pi}}$, [грн./чол.], де Q _н – обсяг послуг в натуральному вимірюванні (одиниці); Д – доходи підприємства (у грошових одиницях); $\bar{\Pi}$ – середньспискова кількість працівників (чоловік)
Прогнозування	Прогнозування – науково обґрунтоване передбачення можливого стану економіки країни або її окремих галузей
Рентабельність	Рентабельність – показник, який характеризує ступінь прибутковості чи збитковості підприємства в цілому чи окремих видів продукції. Розраховується за окремий період часу

	$r = \frac{\Pi}{E} \cdot (100) \%,$ де Π – прибуток; E – виробничі витрати
РТПЦ	Радіотелевізійний передавальний центр
Середньорічна вартість основних фондів	Вартість основних фондів з урахуванням руху їх протягом року
Середньорічна чисельність працівників	Чисельність працівників з урахуванням їх руху (прийому звільнення), з урахуванням часу протягом року
Склад виробничих витрат	Фонд оплати праці; нарахування на ФОП; амортизація; матеріальні та інші витрати.
Собівартість одиниці продукції (послуги)	$\bar{C} = \frac{E}{D} \text{ чи } \bar{C} = \frac{E}{Q}$
Сума податку на прибуток	Сума податку на прибуток – добуток оподаткованого прибутку та ставки податку на прибуток; кількість грошових засобів, які йдуть на виплату податків від оподаткованого прибутку
Тариф	Тариф – плата за різні послуги виробничого і невиробничого характеру, які подаються підприємствам, організаціям, населенню. Різновид ціни
УДЦР	Державне підприємство «Український державний центр радіочастот»
Чисті доходи	Чисті доходи – доходи за відрахуванням ПДВ $ЧД = D_{\text{г}} - \text{ПДВ},$ де $D_{\text{г}}$ – сумарний дохід
Чистий прибуток (нерозподілений прибуток)	Чистий прибуток – сума засобів, які залишаються на підприємстві після сплати податків.
Фондовіддача	$K_{\text{и}} = \frac{D}{\Phi} \text{ чи } K_{\text{и}} = \frac{Q}{\Phi}$
Фондоозброєність	Відношення середньорічної вартості основних до чисельності працівників $V = \frac{\overline{\text{ОВФ}}}{\overline{\text{Ш}}}$
Швидкість оборотності зворотних коштів	$V_{\text{об}} = \frac{360}{K_{\text{об}}}$ 360 – кількість днів у році

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Економіка телекомунікації: навч. посіб. [В.М.Орлов, В.М.Гранатуров, Л.А.Захарченко, Г.А.Отливанська, Н.Ю.Потапова-Сінько]; за заг. ред. \ В.М. Орлова. – [2-ге вид. перер.]. – О.: ОНАЗ, 2015. – 140 с.
2. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. С. Іванілов — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 728 с.
3. Князева О.А. Економіка та організація виробництва підприємств радіозв'язку, радіомовлення та телебачення: навч. посіб. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 84 с.
4. Экономика предприятия : учебник / Под ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2003. – 608 с.
5. Экономика предприятия (фирмы): учебник/ Под ред. проф. О.И. Волкова и доц. О.В. Девяткина. – 3-е изд., перераб. и доп. — М.:ИНФРА-М, 2007. – 601 с.
6. Экономика связи: Учебник для студ. вузов связи/ Е. А. Голубицкая, Г. М. Жигульская. – М.: Радио и связь, 2000 – 392с.
7. Экономика предприятия : учебник / В.И. Титов. – М. : Эксмо, 2008. – 416 с. – (Высшее экономическое образование)

Допоміжна

1. Воробієнко П.П. Державне регулювання розвитку телекомунікаційної сфери України / П.П. Воробієнко, В.М. Гранатуров // Економіка України. – 2012. – №10 – С.45-53.
2. Гранатуров В.М. Управління послугами зв'язку: навч. посібник / В.М. Гранатуров, І.В. Литовченко. – К.: Освіта України, 2010. – 254 с.
3. Закон України «Про радіочастотний ресурс» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.rada.gov.ua/>
4. Закон України "Про телебачення і радіомовлення" № 3760-12 із змінами, внесеними згідно із N 1715-VIII від 21.12.1993 від 01.11.2016. [Електронний ресурс]. / – Веб-сайт Верховної Ради України – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>. (дата звернення : 10.01.2017).
5. Матеріали міжнародного союзу електрозв'язку [Електронний ресурс] : офіц. веб-сайт. — Режим доступу: <http://www.itu.int/>
6. Офіційний сайт державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

7. Про затвердження Правил надання та отримання телекомунікаційних послуг Постанова Кабінету Міністрів України від 11.04.2012 № 295 [Електронний ресурс] / Офіційний Веб-портал Верховної Ради України. – Режим доступу до Веб-порталу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/295-2012-п>.

8. Податковий кодекс України [Електронний ресурс].– Режим доступу: www.rada.kiev.ua.

9. Річні звіти Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації.- [Електронний ресурс].– Офіційний інформаційний портал НКРЗІ. - Режим доступу: <http://www.nkrzi.gov.ua/index.php>

10.Савчук В. П. Оценка эффективности инвестиционных проектов [Электронный ресурс] / В. П. Савчук. – 2006. – 534 с. – Режим доступа : <http://www.management.com.ua/finance/fin011.html>

11.Технологічні, організаційні та регуляторні засади побудови телекомунікаційних мереж сучасних та наступних поколінь: монографія / В.А. Каптур, Є.В. Васіліу, В.М. Гранатуров, К.Д. Гуляєв, І.В. Дейнека, Ю.В. Івлєв, М.М. Кайденко, А.Г. Ложковський, В.І. Тіхонов. – К.: Кафедра, 2014. – 288 с.

12.Тихвинский В.О., Володина Е.Е. Подвижная связь третьего поколения. Экономика и качество услуг. – М.: Радио и связь, Горячая линия – Телеком, – 2005. – 240 с.

Навчальне видання

ВАСИЛЬ МИКОЛАЙОВИЧ ОРЛОВ
ОЛЕНА АЛЬБЕРТІВНА КНЯЗЄВА
СВІТЛАНА СЕРГІЇВНА БІРБІРЕНКО
ЯРОСЛАВ ВАЛЕРІЙОВИЧ ГАПАНОВИЧ

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ РАДІОЗВ'ЯЗКУ, РАДІОМОВЛЕННЯ ТА ТЕЛЕБАЧЕННЯ

Навчальний посібник

Надруковано з готового оригінал-макету

© ОНАЗ, 2017