

Міністерство освіти і науки України

**Південноукраїнський національний педагогічний університет
імені К.Д. Ушинського**

О.В. Полуяктова

ЕКОНОМІКА
(курс мікроекономіки)

Одеса 2019

ББК 65.01
УДК: 330
П 53

Рецензенти:

Матюк Т.В. – кандидат економічних наук кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І.І. Мечникова;
Сакун Г.О. – к.філос.н., доцент кафедри Менеджменту та маркетингу Одеської національної академії зв'язку ім. О.С. Попова.

Полуяктова О.В. Навчальний посібник «Економіка» (курс мікроекономіки). – Одеса.: Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д.Ушинського, 2019. – 202 с.

В навчальному посібнику подано системні положення мікроекономіки. Проаналізовано загальні засади розвитку суспільства та теоретичні основи ринкової економіки. Розглянуто основні положення кожної теми згідно з навчальною програмою курсу мікроекономіки.

Виклад матеріалу супроводжується фактами зі світової та вітчизняної економіки. Особливу увагу приділено аналізу сучасних економічних концепцій. Наводяться також плани семінарських занять, рекомендована література до кожної теми. Подано словник економічних термінів та структуру бізнес-плану.

Розраховано на студентів, аспірантів, викладачів, науковців і тих хто самостійно вивчає економічну теорію.

Друкується за рішенням Вченої ради Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К.Д. Ушинського (протокол № від 2019 р.).

© Полуяктова О.В.
Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К.Д.Ушинського, 2019.

ПЕРЕДМОВА

Загальновідомо, що роль економічної науки в сучасних умовах суттєво зростає. Практика реформування економіки, забезпечення інтеграції економіки в систему світового господарства ставлять високі вимоги до економічних знань учасників цього процесу. Значною мірою вивчення економічної теорії формує ці знання, допомагає зрозуміти, як функціонує економічна система, в якій щоденно перебуває людина, сприяє вибору правильного економічного рішення.

Опанування дисципліни сприятиме розумінню студентами сучасної ринкової економіки, яка вимагає прискорених суспільно-політичних і технологічних змін на основі наукових досліджень. Жорстка світова конкуренція потребує постійних інновацій, нових ідей, високоякісної продукції. Світова економіка вступає в нову фазу, засновану на інформаційних технологіях, акцент переноситься на зв'язок та комунікації.

Щоб вийти на траєкторію сталого економічного розвитку, побудувати відкрите демократичне суспільство з європейським рівнем життя, вже сьогодні треба акумулювати творчі, інтелектуальні сили, виявляти обдаровану молодь, здатну швидко та конструктивно відповідати на вимоги часу і допомагати їй опановувати сучасні знання. Назріла потреба створити якісно новий суспільно-психологічний клімат, який сприяв би соціально-економічним новаціям і більшій самореалізації людини в нашій країні.

Мета курсу “Економіка”:

- комплексне вивчення економічних законів та категорій, які виражають суть, становлення та розвиток різних соціально-економічних систем;
- вивчення економічних відносин як форми суспільного виробництва;
- пізнання основ економічного життя суспільства у взаємозв'язку з потребами та інтересами людей;
- вивчення проблем ефективного використання суспільством обмежених виробничих ресурсів і шляхів досягнення максимальних кінцевих результатів для задоволення людських потреб, що невинно зростають;
- розкриття загальних основ розвитку економіки, що базується на різноманітних формах власності;
- аналіз практичних досягнень найбільш розвинених країн та особливостей становлення інформаційної економіки в Україні.

Основні завдання курсу – забезпечити ґрунтовну підготовку з дисципліни «Економіка», пізнання основ економічного життя суспільства.

В навчальному посібнику виділено три основні розділи - загальні засади економічного розвитку суспільства, теоретичні основи ринкової економіки, мікроекономіка (аналіз ринкової поведінки). Кожна тема, розглянута в навчальному посібнику, містить перелік питань та короткий виклад змісту цих питань.

В результаті вивчення курсу **студенти повинні знати:**

- суть економічних законів і категорій, їх соціальний зміст та форми їх прояву;
- принципи раціональної поведінки економічних суб'єктів в ринкових умовах;
- наукові основи економічного життя суспільства та засади управління господарською практикою;
- розкривати закономірності розвитку суспільного виробництва;
- економічні інструменти господарювання в умовах ринкової економіки.

Вміти:

- знаходити найбільш адекватні форми розв'язання економічних суперечностей;
- застосовувати математичний апарат при розв'язуванні економічних задач;
- володіти методикою розрахунків окремих економічних показників, правилами застосування економічних важелів, прогнозування економічного розвитку.

Формуванню практичних навичок сприятиме вміння розв'язувати практичні завдання стосовно різноманітних господарсько-економічних ситуацій.

Розроблений курс передбачає активізацію роботи студентів з використанням таких форм навчання як лекції, практичні (семінарські) заняття, проведення наукових конференцій, підготовка доповідей, дискусій, а також розв'язання тестів і задач.

Навчальний посібник написано на основі праць представників різних шкіл сучасної економічної науки. Автор із вдячністю прийме всі критичні зауваження та побажання щодо вдосконалення змісту і структури навчального посібника.

Розділ I

ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ

ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Тема 1. Економічна теорія, як наука

«...Економічна наука не дає готових рекомендацій, які безпосередньо використовуються в господарській політиці. Вона, скоріше, постає як метод, аніж як учення, як інтелектуальний інструмент, техніка мислення, допомагаючи тому, хто володіє нею, робити правильні висновки...»
Дж. Кейнс

1. Становлення та основні етапи розвитку економічної теорії. Сучасні економічні теорії.
2. Предмет, структура, метод, функції економічної теорії.
3. Економічні закони та категорії. Місце економічної теорії в системі економічних наук.

1. Становлення та основні етапи розвитку економічної теорії. Сучасні економічні теорії

Процес формування наукових економічних поглядів охоплює добу Стародавнього світу, Середньовіччя, занепаду феодалізму і зародження капіталізму. Особливістю економічної думки Стародавнього світу було те, що вона ще не виділилась в самостійний напрям, а розвивалась в рамках філософського світосприйняття.

Зародження економічної думки відбувається в традиційних суспільствах. У Китаї поширилося конфуціанство, економічні погляди якого виклав Мен-цзи (372-289 до н.е.). Мислителі Стародавньої Греції та Стародавнього Риму намагалися визначити принципи й методи організації управління господарством рабовласників. Філософ Платон (427-347 до н.е.) у своїх творах висунув концепцію про ідеальну державу, в якій існує єдність інтересів усіх станів.

Вершиною економічної думки Стародавньої Греції були твори Арістотеля (384-322 до н.е.). Своє економічне вчення він розвивав з передумови, що рабство є природним явищем і завжди має основою суспільного виробництва. Вперше у світовій літературі він вказав на відмінності між споживною вартістю та вартістю товару.

Економічна теорія як самостійна наука виникла в XVII ст. – у період коли на зміну феодальному способу ведення господарства приходить капіталістичний спосіб виробництва. Головною задачею економічної теорії було вияснення джерела збагачення держави.

Капіталістичні відносини виникли спочатку в торгівлі. Тому першою школою буржуазної політичної економії був меркантилізм.

Таблиця 1.1

Етапи становлення економічної теорії

Назва економічного вчення	Період формування	Визначні представники	Основні ідеї
1	2	3	4
Економічна думка Стародавнього світу та Середньовіччя	З найдавніших часів до XV ст.	Конфуцій, Мен-цзи (Китай), Сократ, Ксенофонт, Платон, Арістотель (Греція), Варрон, Колумелла, Августин Блаженний (Рим), Ібн-Хальдун (Близький Схід), Фома Аквінський, Нікола Орем (Середньовіччя) та ін.	Практичні поради по організації управління господарством та контроль з боку держави за діяльністю виробників; захист приватної власності, рабства і кріпосництва, пріоритетний розвиток землеробства; ранньохристиянські ідеї про працю як джерело багатства, рівність людей перед Богом. Торгівля вважалась другорядним заняттям. Середньовічні автори впроваджували ідеї про необтяжливість податків, заохочення землеробства і ремесла, засудження лихварства і торгівлі як засобу наживи.
Меркантилізм	XV-XVII ст.	Вільям Стаффорд (Англія), Гаспар Скаруффі (Італія), Томас Мен (Англія), Антуан Монкретьєн (Франція), Антоніо Серра (Італія), Іван Посошков та Афанасій Ордин-Нащокін (Росія).	Відображали інтереси торгової буржуазії в період первісного нагромадження капіталу. На першому етапі свого розвитку (XV ст.) єдиною формою багатства меркантилісти вважали благородні метали (золото, срібло), виступали проти вивозу грошей з країни, на другому етапі (XVI – XVII ст.) виступали за розвиток зовнішньої торгівлі. Єдиним джерелом прибутку меркантилісти вважали нееквівалентний обмін (менше купувати, а більше продавати). Виступали за активне втручання держави в економіку, задля збагачення суспільства.
Фізіократи	середина XVIII ст.	Франсуа Кене, Анн Робер Жак Тюрго (Франція).	Фізіократи (від грец. – влада природи). Критикували меркантилізм і вважали, що увага держави має бути зосереджена на створенні багатства із "утворів землі", виражали інтереси великих землевласників. Землю, сільське господарство вважали основним джерелом створення продукту і накопичення багатства.

політичної економії	XIX ст.	Сісмонді (Женева), П'єр Жозеф Прудон (Франція), Карл Йоганн Родбертус-Ягцов (Німеччина)	<i>Продовження табл. 1.1</i> мі економічні закони, а людину, її почуття потреби. Держава мусить керувати виробництвом і розподілом багатства в інтересах дрібної буржуазії. Заперечення вільної конкуренції і свободи торгівлі. Для капіталізму внутрішньо властиві кризи перевиробництва, він не має майбутнього, тому потрібно повернутися до дрібнотоварного виробництва.
Економічні вчення західно-європейських соціалістів-утопістів.	XIX ст.	Томас Мор, Роберт Оуен (Англія), Томмазо Кампанелла (Італія), Сен-Сімон, ШарльФур'є (Франція)	Ідея соціалістичної організації – це винахід XIX ст. Соціалісти-утопісти вперше поставили питання про соціалізм, як про нову систему організації виробництва, висунувши ідею, що соціалізм забезпечить значно вищу організацію виробництва і продуктивність праці, а це створить умови для якісно нового рішення забезпечення потреб

Продовження табл. 1.1

1	2	3	4
			Проголошували можливість для всіх членів суспільства працювати і за працею отримувати доходи. Головна умова прогресивного розвитку суспільства – знищення приватної власності.
Марксизм	Середина XIX ст – XXст.	Карл Маркс, Фрідріх Енгельс (Німеччина), В.І.Ленін (Росія).	Виник на базі класичної політичної економії на її завершальному етапі. Суть вчення Маркса – теорія додаткової вартості, механізм її одержання – продаж і використання товару особивого роду – робочої сили. Сформульована концепція закону вартості, як закону розвитку товарного виробництва. Марксизм характеризував капіталізм як останню антагоністичну класову суспільну формацію, після якої внаслідок пролетарської революції наступить ера соціалізму і комунізму.

Таблиця 1.2

Сучасні економічні теорії

Назва економічного вчення	Період формування	Визначні представники	Основні ідеї
1	2	3	4
Маржиналізм (неокласична економічна теорія)	70-ті роки XIX ст.	Герман Госсен, Йоган фон Тюнен (німецькі дослідники), Жюль Дюпюї, Антуан Курно, Леон Вальрас (Франція), Карл Менгер, Фрідріх фон Візер, Ейген Бем-Баверк (Австрія), Альфред Маршалл, Артур Пігу, Ральф Джорж Хоутрі (Англія), Джон Бейтс Кларк (США), Кнут Вікссель (Швеція), Вільфредо Парето (Італія)	Маржиналізм від французького – граничний. Основою маржиналізму є теорія граничної корисності, згідно з якою ринкова ціна товару визначається не суспільно необхідними витратами праці, а ступенем насичення потреби у ньому, корисністю останньої одиниці запасу певного виду товарів. Дана теорія протиставляється трудовій теорії вартості. Її автори висунули також теорію загальної економічної рівноваги, згідно якій механізм вільної конкуренції забезпечує "справедливу" винагороду кожному з факторів виробництва і повне використання економічних ресурсів. Використовували психологічний підхід та математичні методи. Методологічними засадами напряду є мікроаналіз (конкуренція, вільний ринок).

Продовження табл. 1.2

1	2	3	4
Кейнсіанство	30-ті роки XX ст.	Джон Мейнард Кейнс (Англія), Елвін Хансен, С.Харріс, (США)	Лежить в основі сучасної економічної теорії (економікс). Економічне вчення про необхідність і значимість державного регулювання економіки за допомогою широкого використання державою фіскальної, кредитно-грошової політики й інших основних заходів впливу на ринковий механізм. Основні цілі – підтримка повної зайнятості за рахунок збільшення державних витрат, інфляційної та податкової політики.
Монетаризм	1950 р. – по тепер. час	Мілтон Фрідмен (США)	Гроші та грошову систему розглядають як вирішальний фактор зростання валового національного продукту і головну причину інфляції, а грошово-кредитну політику – як найважливіший інструмент здійснення економічної політики держави. Ідея економічної свободи реалізується на думку Фрідмена, невтручанням держави в економіку та зменшенням тієї частки національного продукту, що становить доходи держави. Основний принцип монетаризму полягає в тім, що альтернативи ринковому механізму не існує.
Інституціоналізм	20-ті роки XX ст.	Томас Веблен, Джон Роджержс Коммонс, Уеслі Клер Мітчелл, Рональд Коуз (США), Джон Кеннет Гелбрейт (Канада)	Напрямок виник в кінці XIX століття і остаточно сформувався як альтернатива неокласичному напряму, головною особливістю якого є дослідження всієї сукупності соціально-економічних факторів (інститутів), які розглядаються у взаємозв'язку і взаємообумовленості і в історичному контексті, а також ідея соціального контролю суспільства над економікою.

2. Предмет, структура, метод, функції економічної теорії

У перекладі з грецької мови економіка означає мистецтво ведення домашнього господарства («oikos» – дім, домашнє господарство; «nomos» – вчення, закон). У "Трактаті політичної економії" А. Монкретьєна (1615р.) вперше з'явився і термін «політична економія» (від грец. «закони суспільного господарства»).

Економіка – плід колективного розуму людства. Зміст цього поняття збагачувався разом із розвитком суспільства.

Існує багато визначень економічної науки:

Економіка – (IV-III ст. до н.е.) – це економічні погляди, на мистецтво ведення домашнього господарства;

Політична економія – (XVII-XX ст.) – наука, що вивчає економічні відносини, які виникають між людьми в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання.

Економікс – (XIX-XX ст.) – наука про ефективне використання обмежених ресурсів з метою досягнення максимального задоволення матеріальних потреб людини та суспільства.

Економічна теорія є методологічною базою всіх економічних наук.

Предмет політичної економічної теорії – виробничі відносини між людьми (або їх дії) у процесі праці, безпосереднього виробництва товарів послуг, а також у сфері їх обміну, розподілу та споживання.

Предмет економічної теорії («Економікс») – суспільні відносини між людьми щодо вибору та ефективного використання обмежених ресурсів у виробництві, розподілі, обміні й споживанні благ з метою найбільш повного задоволення потреб індивідів та суспільства.

Макроекономіка – наука, яка вивчає економіку країни в цілому.	Мікроекономіка – це наука, яка досліджує відособлені економічні одиниці.
Обсяги національного виробництва Проблеми зайнятості та безробіття Рівень цін та інфляцію Роль держави в економічному житті суспільства та ін.	Виробництво і ціни конкретного товару Попит та пропозицію Доходи та витрати окремих фірм і домашніх господарств Конкуренцію та ін.

Рис. 1.1. Рівні економічної науки

В питаннях пізнання економічних явищ і процесів існує два підходи.

Нормативна економічна теорія – це наука про раціональну поведінку людей і діяльність економічних інститутів. Вона покликана відповідати на запитання про те, що слід робити, що має бути, як діяти, щоб досягти бажаних кінцевих результатів.

Практика господарювання потребує конкретних рекомендацій, нормативних вказівок про те, як зменшити дефіцит державного бюджету, рівень інфляції, як подолати кризу та ін.

Позитивна економічна теорія – пізнає та прогнозує об'єктивні економічні явища, формує цілісну систему наукових поглядів, гіпотез та концепцій. Для цього збираються факти які узагальнюються. Головний принцип позитивізму – підтвердження теорії на практиці. Позитивна економіка досліджує фактичний стан економіки вивчає те, що відбувається в економіці, а нормативна визначає, які конкретні умови економіки бажані чи не бажані, що і як повинно бути, надає конкретні пропозиції для удосконалення економіки.

Методи економічної теорії

Термін «метод» походить від грецького слова «metodos», що означає «шлях пізнання». **Метод** – це сукупність принципів побудови, форм і способів наукового пізнання.

Метод економічної теорії – система теоретичних підходів, способів, засобів, прийомів і операцій, за допомогою яких пізнають виробничі відносини, економічні закони та механізми їхньої дії. Економічна теорія використовує широкий спектр методів:

Метод наукової абстракції. Економічні явища в суспільстві не проходять в чистому вигляді, їх неможливо зважити, дослідити в лабораторії. Тому в якості основного засобу їх пізнання виступає абстракція, тобто відбувається умовне очищення уявлень про явища від випадкового, неісторичного явища та вирізнення головного, історичного, типового. При цьому основним засобом дослідження стає мислення, яке не відривається від дійсності, а навпаки, відкидаючи непотрібне, проникає всередину економічних явищ і виявляє закономірності їх розвитку. Саме абстракція дозволяє виводити економічні категорії і економічні закони.

Метод синтезу – з'єднання родових елементів в єдине ціле і описання загальних висновків.

Статистичні методи. За допомогою цього аналізу економічна статистика дає зведені характеристики, які відображують типові особливості процесів та явищ економічного життя.

Експериментальні методи – дослідження поведінки конкретного об'єкта або процесу під впливом певних чинників.

Метод історичної і логічної єдності – припускає, що будь-яке економічне явище розкривається послідовно в історичному розвитку, тобто щоб проаналізувати економічне явище необхідно врахувати історичні реалії.

Метод графічного зображення – зображення економічних явищ і процесів графічно.

Економіко-математичне моделювання – це системний комплексний метод дослідження економічних явищ з допомогою математики та комп'ютерної техніки.

Метод кількісного і якісного аналізу. Будь-якому економічному явищу притаманні кількісні і якісні сторони. Наприклад, поняття «попит» виражається в кількості товарів і послуг, які здобувають покупці за визначену ціну. Поняття «ріст попиту» означає ріст якості споживчих товарів та послуг.

Спостереження та збирання фактів	Графічний (статистичний)	Єдність історичного та логічного	Абстрагування
Сприйняття економічних процесів у реальному вигляді та збиранні фактів, які насправді відбуваються.	Відображення господарських процесів і явищ з використанням креслень, схем, таблиць, діаграм тощо.	Вивчення соціально-економічних процесів в історичній послідовності з логічними узагальненнями.	Ігнорування певних властивостей, тобто певне спрощення дійсності.

Методи економічних досліджень

Аналіз та синтез	Експеримент (практика)	Моделювання	Дедукція	Узагальнення (індукція)
Вивчення соціально-економічних явищ частинами (аналіз) і в цілому (синтез).	Проведення та вивчення штучного і наукового досвіду.	Вивчення соціально-економічних явищ за їх теоретичним зразком (моделлю).	Формулювання гіпотез та їх підтвердження фактами.	Узагальнення та висновки на основі фактів і спостережень

Рис. 1.2. Основні методи економічних досліджень

Функції економічної теорії

1. *Теоретико-пізнавальна* – полягає у пізнанні сутності, форм виявлення та організації виробничих відносин, притаманних їм економічних законів, механізмів дії та розв’язання протиріч. Тільки на основі всебічної реалізації цієї функції може бути реалізована практична функція економічної теорії.

2. *Практична функція* – суть її у використанні здобутих знань (щодо закономірностей функціонування та розвитку економічних систем) у практичній діяльності людей, суспільства.

3. *Методологічна функція* – полягає у виробленні адекватних її предмету наукових підходів, методів і засобів дослідження та відповідного інструментарію.

4. *Прогностична функція* – це розробка наукового, технічного та соціального економічного розвитку суспільства на майбутнє.

5. *Виховна функція* – вивчення економічної поведінки людей та чинників, які її визначають.

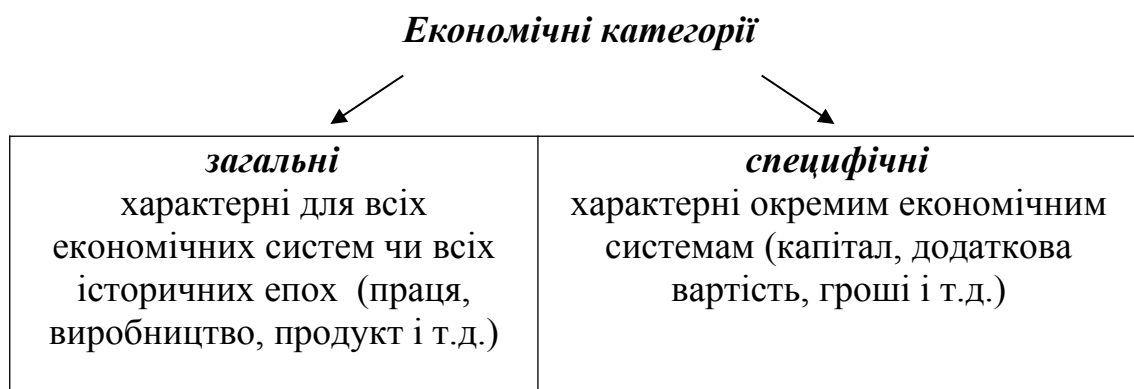
6. *Психологічна* – підготовленість до змін в економічному житті суспільства.

3. Економічні закони та категорії. Місце економічної теорії в системі економічних наук

Кожна наука має свій набір категорій і законів. Наприклад, математика має такі категорії, як число, сума, степінь, пропорція, логарифм і т.д., фізика – маса, тіло, енергія. Економічна теорія має свої економічні категорії, такі, як товар, інфляція, вартість, гроші, ціна, прибуток і т.д.

Економічна теорія, пізнаючи об'єктивну економічну реальність, відкриває і формулює економічні категорії, закони та принципи.

Економічні категорії – це логічні поняття, які відображають в загальному вигляді істотні сторони економічних явищ і процесів.



Всі економічні явища і процеси розвиваються під дією економічних законів. В усіх країнах з ринковою економікою діють одні і ті ж закони.

Економічні закони – суттєві, стійкі причинно-наслідкові зв'язки як у середині виробничих відносин, економічних процесів і явищ, так і між ними.

Всезагальні економічні закони – функціонують у всіх економічних системах (закон зростання продуктивності праці, закон зростання потреб, закон нагромадження, закон відтворення та ін.).

Загальні економічні закони – це закони, які охоплюють усі сторони і сфери економічних відносин, тобто їхню сукупність як єдине ціле (закон попиту і пропозиції, спадної граничної корисності благ, конкуренції та ін.).

Закони окремих сфер – охоплюють певні сторони економічних відносин: виробництво, розподіл, обмін, споживання (закон підвищення продуктивності праці, закон оплати праці та ін.).

Специфічні економічні закони – функціонують лише у межах однієї економічної системи.

Економічні закони в сукупності утворюють систему економічних законів чи закономірності розвитку суспільства.

Всі економічні закони важливі і взаємопов'язані. Порушення одного з них тягне за собою порушення всієї системи економічних законів і економічної рівноваги суспільства.

Існують дві основні форми пізнання економічних законів: *емпірична* (люди не знаючи сутності економічних законів використовують їх несвідомо у своїй практичній діяльності), *наукова* (люди, пізнавши і розкривши сутність економічних законів, використовують їх свідомо, а отже, більш ефективно у своїй економічній діяльності).

Загалом економічна теорія є фундаментальною базою, теоретичним ядром усього комплексу економічних наук (рис. 1.3). Економічна теорія водночас має враховувати знання інших соціально-політичних наук (соціології, політології, філософії, історії, права, математики тощо).

Значення економічної теорії для суспільства – розробка принципів, що стають основою економічної політики; сприяння економічній проінформованості населення і, отже, демократизації суспільства; прогнозування розвитку подій у суспільстві.

Значення економічної теорії для людини – сприяння раціональній поведінці у сфері споживання, доцільному використанню індивідуальних заощаджень; формування вмінь орієнтуватися у сфері бізнесу; сприяння прийняттю правильних рішень при виборі сфери діяльності.

Отже, економічна теорія вивчає закони, які виражають суть і характер розвитку економічних відносин та збагачує і поглиблює методологічну базу міждисциплінарності.



Рис. 1.3. Місце економічної теорії в системі економічних наук

Питання для обговорення на семінарі

1. Визначте основні етапи розвитку економічної теорії.
2. Охарактеризуйте сучасні економічні теорії.
3. Дайте визначення предмета економічної теорії та охарактеризуйте еволюцію його трактування.
4. Структура економічної теорії. Позитивна й нормативна економіка.
5. Методи пізнання економічних процесів і явищ та їхня класифікація. Функції економічної теорії.
6. Економічні категорії та закони, їх класифікація.
7. Економічна теорія як теоретико-методологічна база інших економічних наук.
8. Роль економічної теорії в розвитку людського суспільства та у здійсненні суспільно-економічних перетворень в Україні.

Теми реферативних повідомлень

1. Економічні погляди Стародавнього світу.
2. Розвиток економічної думки в Україні.
3. Визнання економічної науки (Нобелівські лауреати з економіки).

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Бочан І. О. Основи економічної теорії: інституціональний підхід : навч. посіб. / І. О. Бочан. – К. : Знання, 2012. – 211 с.
2. Гальчинський А.С., Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Основи економічних знань. – 2-ге вид. – К.: Знання-Прес, 2003.
3. Економічна теорія: макро- і мікроекономіка: Навч. посіб. / За ред. З. Ватаманюка, С. Панчишина. – К., 2001.
4. Економічна теорія: Політична економія: Підручник. – 2-ге вид./ За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання-Прес, 2003.
5. Кулішов В.В., Гаврилко П.П. Основи економічних знань. Підручник для студентів вищих закладів освіти. – Львів. «Магнолія Плюс»; видавець СПДФО «В.М.Піча», 2005.
6. Мочерний С.В. Економічна теорія: Навч. посіб. – К.: ВЦ «Академія», 2003.
7. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. В.А. Предборського. – К.: Кондор, 2002.
8. Основи економічної теорії: політ економічний аспект / За ред. Г.Н. Климка. – 4-те вид. – К.: Знання-Прес, 2003.
9. Чепінога В.Г. Основи економічної теорії: Навч. посіб. – К.: Юрінком-Інтер, 2003.
10. Основи економічної теорії : підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2010. – 448 с.

Тема 2. Форми організації суспільного виробництва. Гроші

*Гроші являються одним із найбільших винаходів людства.
(Народна мудрість)*

1. Форми суспільного виробництва.
2. Товар і його властивості. Двоїстий характер праці, втіленої у товарі. Величина вартості товару і фактори впливу на неї. Закон вартості.
3. Форми вартості. Суть грошей та їхні функції. Теорії грошей. Сучасні гроші.

1. Форми суспільного виробництва

Історії відомі натуральна і товарна форма організації суспільного господарства. Кожна з них має свої особливості та загальні риси.

Першою загальною економічною формою було натуральне виробництво, за якого продукти праці задовольняли потреби виробників і членів їх родин. Натуральна форма господарювання була характерною для докапіталістичних способів виробництва.

Натуральне господарство – форма господарства, за якої продукти праці задовольняють власні потреби виробництва.

Для натурального господарства характерні нерозвинутість суспільного поділу праці, його замкнутість, відсутність зовнішніх зв'язків, примітивна техніка, технологія, патріархальність виробництва загалом. Йому відповідає застій, повільність розвитку виробництва і суспільного розвитку в цілому.

Товарне виробництво зароджувалось як протилежність натуральному господарству. Остаточний розклад натурального виробництва як основної форми господарювання відбувається в епоху пізнього середньовіччя, епоху зародження й прогресу капіталізму. Замкнутість та примітивність натурального господарства капітулюють перед взаємним обміном і прогресом.

Продукт праці в товарному господарстві призначається не для власного споживання, а для продажу, для обміну через ринок.

Основою виникнення товарного виробництва стало:

по-перше, суспільний поділ праці. Саме він призводить до того, що виробники для задоволення особистих і виробничих потреб повинні обмінювати продукти своєї праці на необхідні для них продукти праці інших виробників. І коли перший суспільний поділ праці (відділення пастуших племен) зробив можливим регулярний обмін між общинами, а другий (відокремлення ремесла від землеробства й скотарства) зумовив зародження товарного виробництва, то третій (відділення торгівлі) сприяв завершенню формування товарного виробництва. Приклад.: А. Сміт розглянув вплив поділу праці на економіку на прикладі майстерні шпильок. Він пише, що «там, де один працівник не зміг би зробити і двадцяти шпильок, за день, десять чоловік,

працюючи разом, але виконуючи кожний свої функції виготовляють 48000 шпильок на день»;

по-друге, поділ праці в суспільстві лише тоді стає основою формування товарного виробництва й обміну продуктів через ринок, коли відбувається відокремлення виробників як самостійних власників засобів виробництва. Маючи особисту свободу, виробник отримує право вибору роботи. Це сприяє економічній мотивації вищої продуктивності праці. Економічна відокремленість товаровиробників дає їм змогу самостійно планувати господарську діяльність: що виробляти, як виробляти, для кого виробляти, які ресурси використовувати. Суспільний характер праці реалізується в процесі купівлі-продажу товарів на ринку.

Отже, **товарне виробництво** – це така форма організації суспільного господарства, за якої продукти виробляються економічно відособленими виробниками, котрі спеціалізуються на виготовленні певного продукту, продажу на ринку. При цьому продукти праці, якими вони обмінюються, стають товарами.

У процесі еволюції товарного виробництва виділяються дві його форми: проста і розвинена, або капіталістична (рис. 2.1).

<i>Просте товарне виробництво</i>	<i>Розвинуте товарне виробництво</i>
Виробник продукту та власник засобів виробництва – одна особа.	Виробник продукту – найманий робітник, власник товару – капіталіст.
Експлуатація відсутня.	Експлуатація існує.
Виробництво товарів спрямоване на задоволення потреб виробника.	Виробництво товарів здійснюється заради одержання прибутку.
Виробництво здійснюється на базі індивідуальної, відособленої праці.	Виробництво ведеться на базі спільної, об'єднаної праці найманих робітників.
Виробництво товарів має підпорядковане значення стосовно натурального господарства.	Товарне виробництво набуває загального характеру.

Кінцева мета – задоволення потреб товаровиробника

Кінцева мета – отримання прибутку капіталіста

Рис. 2.1. Відмінності між простою та розвинутою формами товарного виробництва

Товарне виробництво виникає як *просте*: засноване на особистій праці власника засобів виробництва, дрібне за своїми розмірами, йому властиві пряме поєднання виробника із засобами виробництва та відсутність експлуатації людини людиною; у формі товару тут виступають лише речові фактори виробництва та готовий продукт.

Водночас відбуваються істотні модифікації в самих товарних відносинах. З одного боку з'являються - власники грошей і засобів виробництва, з іншого –

люди, позбавлені їх і вимушені продавати свій єдиний товар – робочу силу. Перші з них стають підприємцями, які можуть наймати робочу силу, інші – найманими робітниками, які не мають засобів виробництва, а тому й засобів для існування. Таким чином, просте товарне виробництво стало ґрунтом для виникнення *капіталістичного* господарства. Форма господарства, коли товаром стає не лише продукт людської праці, а й сама робоча сила людини, називається капіталістичним товарним виробництвом.

Між простою і розвинутою (яка застосовує найману працю) формами товарного виробництва є спільні риси й відмінності.

Спільні риси:

Приватна власність на засоби виробництва.

Ринкова форма зв'язку між виробниками.

Конкуренція між товаровиробниками.

Таким чином, в історичному розвитку товарного виробництва слід наголосити на двох важливих моментах: перетворенні натурального господарства в просте товарне; перетворенні простого товарного виробництва в розвинуте.

Перше є результатом суспільного поділу праці й економічної відособленості виробників, друге пов'язане з тим, що товаровиробники, виготовляючи товар відособлено на ринок, знаходяться у відношенні конкуренції один до одного, що призводить до їхнього розшарування – збагачення меншості і розорення більшості.

Подальший розвиток товарного виробництва в напрямі становлення постіндустріального суспільства свідчить, що еволюція товарної форми господарства триває.

2. Товар і його властивості. Двоїстий характер праці, втіленої у товарі. Величина вартості товару і фактори впливу на неї. Закон вартості

В умовах товарного виробництва вироблений продукт набуває форми товару. Загалом товар являється головним елементом товарного виробництва.

Товар – це продукт праці, який виготовляється для обміну на ринку та є предметом купівлі-продажу.

Суть товару розкривається при розгляді його властивостей. Класична школа серед властивостей товару виділяє споживну та мінову вартість.

Споживна вартість полягає у здатності товару задовольняти якісь матеріальні, соціальні та духовні потреби людини чи людства в цілому.

Мінова вартість – це здатність товару обмінюватися на інші товари у певних кількісних пропорціях.

Що ж лежить в основі цих пропорцій (мінових вартостей), що робить товари порівнювальними? Адже як споживні вартості різні. Об'єднує всі товари те, що вони являються продуктом праці. Як згустки певної кількості людської праці вони є вартості. Мінові ж вартості виражають співвідношення між затратами праці на виробництво продуктів, що обмінюються. Отже, *вартість* – це

внутрішня властивість товару, зовнішньою формою прояву якої є мінова вартість.

Саме вартість, як уречевлена в товарах праця, робить всі товари порівняльними. Як споживні вартості товари якісно різні, як вартості – якісно однорідні.

Вартість як економічна категорія виражає відносини між товаровиробниками з приводу затрат їхньої праці на виробництво продуктів, якими вони обмінюються як товарами. Споживна вартість і вартість – два полюси товару, що постійно перебувають у суперечності. В умовах простого товарного виробництва, де ринкові зв'язки виникають стихійно, товаровиробник часто не знаходить покупця на свої товари. Вони залишаються не проданими, а споживні вартості не виявляють себе як вартості.

Неокласична теорія виділяє такі властивості товару, як корисність і цінність. Корисність товару – це його здатність бути корисним людині. Цінність товару визначається граничною або найменшою корисністю товару в конкретному його запасі.

Отже, споживна вартість і корисність відображають якісну сторону властивостей товару, а мінова вартість та цінність – кількісну сторону.

Отже, товар – це кількісно-якісна цілісність, в якій закладено діалектичну суперечність.

Кожний товар (якщо його розглядати з позицій маркетингу) має свій життєвий цикл, який складається з п'яти етапів:

- 1) виведення товару на ринок;
- 2) зростання товару;
- 3) зрілість товару;
- 4) насичення ринку;
- 5) занепад товару.

Як бачимо, ці етапи відображають ступінь значущості товару на момент здійснення його купівлі або продажу.

Двоїста природа товару є наслідком двоїстого характеру праці, втіленої в ньому. Вона виступає одночасно як конкретна й абстрактна праця. Положення про двоїстий характер праці – наукова основа трудової теорії вартості.

Конкретна праця – поряд з природою є умовою існування людського суспільства, умовою створення конкретної споживної вартості. Вона якісно різнорідна. Конкретна праця – джерело речового і духовного багатства, однак вона не може надати товарам ту спільну властивість, на основі якої здійснюється їх обмін. Вона створює саме те, що їх різнить – споживну вартість.

Конкретна праця – це праця в визначеній корисній формі (праця столяра, пекаря і т.д.). Результатом конкретної праці являється конкретний товар: стіл, хліб і т.д.. Вона являється джерелом споживної вартості товару.

З іншої сторони, праця виступає загальнолюдською чи абстрактною. *Абстрактна праця* – праця без конкретної форми, представляє собою сукупність фізичних і розумових здібностей людини (мускулів, мозку, нервів і

т.д.). Саме вона і є тим загальним, спільним, що міститься у всіх конкретних видах товарів різних виробників. Абстрактна праця являється джерелом вартості товару.

Таким чином, конкретна й абстрактна праця – це дві сторони однієї і тієї ж праці в товарному виробництві, невіддільні одна від одної ні в часі, ні в просторі.

Подвійний характер праці виражається не тільки в тому, що вона є конкретною і абстрактною, а й в тому, що вона одночасно приватна і суспільна. Конкретна праця виробника в товарному виробництві виступає як приватна праця, так як вона витрачається виходячи з інтересів виробника. В той же час праця і суспільна, оскільки товар виготовляється для ринку, для задоволення потреб інших людей.

Таким чином, праця відокремлених товаровиробників безпосередньо виступає як приватна, водночас вона має суспільний характер. Суперечність між споживчою вартістю і вартістю виявляється як суперечність між приватною і суспільною працею.

Закон вартості – закон розвитку товарного виробництва. Відповідно до нього виробництво і обмін товарів здійснюється на основі їх вартості, величина якої вимірюється суспільно необхідними затратами праці.

Функції закону вартості.

- *Регулятор цін.* Товаровиробники постійно повинні слідкувати за своїми витратами, щоб вони не перевищували суспільно необхідні витрати, за якими формується ринкова ціна на той чи інший товар. В протилежному випадку вони можуть збанкрутувати. А це примушує впроваджувати у виробництво нову техніку і технологію, щоб наповнити ринок дешевими продуктами.

- *Стимулятор виробництва.* Він заохочує тих товаровиробників, які постійно збільшують виробництво з меншими витратами. Ресурси потрапляють туди, де вони ефективно використовуються і приносять додатковий прибуток.

- *Засіб диференціації товаровиробників.* Внаслідок більш високих і низьких індивідуальних витрат, ніж суспільно необхідні витрати на виробництво того чи іншого товару, відбувається розшарування товаровиробників. Ті, в кого індивідуальні витрати вище, не витримують конкуренції і банкрутують. Ті, хто виробляє товари з витратами нижче суспільних, збагачуються.

Закон вартості – це загальноекономічний закон. Він передбачає:

- продукти рівної кількості суспільної праці обмінюються між собою;
- величина вартості товарів визначається витраченою на їх виробництво суспільно необхідною працею, яка здійснюється при типових виробничих умовах, середньому рівні вміння робітника та інтенсивності його праці;
- ціни, за якими товари обмінюються, мають своєю об'єктивною основою вартість і споживну вартість, котрі впливають на формування ринкової ціни через механізм взаємодії попиту та пропозиції.

Таким чином, згідно з законом вартостей, мінові пропозиції при обміні товарів регулюються їх вартостями.

Товаровиробники здійснюють виробництво товарів в різних умовах, тому на виготовлення однакових товарів витрачається різна кількість праці, яка знаходить своє втілення в різних затратах робочого часу. Відповідно до цього в товарах матеріалізується різна індивідуальна вартість. Але на ринку товари однакової споживчої вартості оцінюються однаково, бо враховується лише їхня суспільна вартість. Їх величина визначається не індивідуальними, а суспільно необхідними затратами праці, а саме: кількістю суспільно необхідного часу, який визначається суспільно нормальними умовами виробництва за середнього в даному суспільстві рівня та інтенсивності праці.

Сама ж величина суспільно необхідного робочого часу наближається до індивідуальних затрат праці і встановлюється стихійно в ході конкурентної боротьби.

Суспільно необхідний робочий час і зумовлена ним суспільна величина вартості не є постійними і залежить від продуктивної сили праці, яка визначається рівнем розвитку науки та технологій, здібностями, досвідом, кваліфікацією працівника, традиціями. Величина вартості товару змінюється, таким чином, прямо пропорційно кількості і обернено пропорційно продуктивності суспільної праці.

Під *продуктивністю праці* розуміють кількість продукту, який виробляється в одиницю робочого часу.

Інтенсивність праці – виявляється у насиченості, наповненості робочого часу працею.

За високо інтенсивної праці кожна одиниця часу містить більшу масу праці. Отже, робочий час не може повно характеризувати затрати праці, а отже за різної інтенсивності не може виступати і мірилом вартості. При зростанні інтенсивності праці величина вартості одиниці товару не змінюється, але пропорційно зростає сукупна вартість, що створюється протягом робочого часу. Тому суспільно необхідні витрати вимірюються робочим часом за середньої інтенсивності праці.

3. Форми вартості. Суть грошей та їхні функції. Теорії грошей. Сучасні гроші

Гроші є категорією товарного виробництва. Тому їх виникнення пов'язане з розвитком товарообміну. Протягом історичного розвитку склались чотири форми обміну (вартості): проста, або випадкова; повна, чи розгорнута; загальна; грошова.

Проста, або випадкова форма вартості виникла на ранній стадії розвитку суспільства, коли ще не було суспільного поділу праці, і обмін носив випадковий характер, коли общини обмінювались надлишками своєї продукції (1 сокира = 20 кг зерна). В якості грошей тут виступає зерно, яке виражає в собі вартість, тобто затрати праці на виготовлення сокири. Ця форма вартості була

найбільш простою, оскільки виражала відношення між двома товаровиробниками, але і випадковою, тому що обмін не мав регулярного характеру. Випадковим було й те, які продукти і в якій пропорції обмінювалися.

З появою першого суспільного поділу праці, коли з землеробства виділилось скотарство, обмін став регулярним, визначаються місця, де зустрічаються товаровиробники. Перехід до регулярного обміну зумовив перехід від простої до *повної, або розгорнутої*, форми вартості.

$$x \text{ товару } A \begin{cases} = y \text{ товару } B \\ = z \text{ товару } C \\ = k \text{ товару } B \text{ і т.д.} \end{cases} \quad 1 \text{ міра зерна } \begin{cases} = 1 \text{ сокирі чи} \\ = 1 \text{ кошику чи} \\ = 2 \text{ корзинам солі...} \end{cases}$$

Характерним для цієї форми обміну є те, що вартість одного товару може бути виражена в багатьох інших товарах, а кількість випадкових пропорцій скорочується.

Внаслідок появи все нових товарів збільшується ряд еквівалентів, і відносний вираз вартості товару залишається незавершеним. Сам безпосередній обмін товарів ускладнюється. І тому товаровиробники вдаються до третіх товарів, які найчастіше зустрічаються на ринку як посередники. У цьому випадку із загальної маси товарів вирізняються головні товари (товари-посередники), до яких прирівнюються всі інші. Поступово товари-посередники перетворилися в межах місцевих ринків у загальні еквіваленти, а безпосередній обмін товарів переріс у їх обіг.

$$\left. \begin{array}{l} x \text{ товару } A = \\ z \text{ товару } C = \\ k \text{ товару } D = \end{array} \right\} y \text{ товару } B.$$

В різних країнах товари-посередники були різні: Ісландія – риба; Слов'янські племена – хутро; Індія – перлини; Нікарагуа – какао, і т.д. Тобто, ці товари виконували роль грошей. Зародження цих мінових відношень означає перехід до *загальної форми вартості*.

На тій стадії, коли роль загального еквівалента закріпилася за одним якимось товаром, виникла грошова форма вартості. У ролі грошей виступали різні товари. Лише на високій стадії розвитку товарного виробництва й обігу, з розвитком вже світової торгівлі, роль загального еквівалента міцно закріпилась за золотом.

$$\left. \begin{array}{l} x \text{ товару } A = \\ y \text{ товару } B = \\ z \text{ товару } C = \\ k \text{ товару } D = \\ \text{і т.д.} \end{array} \right\} 2 \text{ унціям золота}$$

Золото як загальний еквівалент вирізнилося з ряду інших товарів завдяки своїм властивостям, а саме – однорідність, подільність тощо.

Отже, еволюція форм вартості протягом довгого історичного періоду привела до виникнення грошей – товару особливого виду, що служить загальним еквівалентом для усіх інших товарів.

З появою грошей стає можливим не тільки вимірювання вартостей різних товарів, а й розвиток форм вартості набуває свого завершення. Подальша історія обміну пов'язана з використанням паперових, кредитних і т.д. грошей.

Гроші – одне з найважливіших економічних явищ, яке виявляє найсуттєвіший вплив на усі сторони людського життя. Стародавні римляни говорили, що "гроші рухають світом".

За К. Марксом, гроші – це особливий товар, який служить всезагальним еквівалентом. Гроші мають за К.Марксом товарну сутність, отже, вони мають і вартість, тобто на їх виробництво затрачена праця. Вони обмінюються на інші товари на основі затраченої праці. Вартість товару, виражена в грошах, є ціна.

Гроші – загальний еквівалент, на який обмінюються всі товари, результат об'єктивного історичного процесу розвитку обміну, засіб вираження вартості будь-яких товарів, або все те, що приймається в оплату за товари і послуги.

Повніше суть грошей виявляється в їх *функціях* (рис. 2.2):

1. *Функція міри вартості*. Виявляється у процесі вимірювання втіленої в товарах суспільної праці, коли гроші перетворюють вартість на ціну. Виконання грошима функції міри вартості передбачає визначення грошової одиниці, яка була б основою для порівняння цін різних товарів. Такою грошовою одиницею у США є долар, в Англії – фунт стерлінгів, які прирівнюються до різної вагової кількості золота. Власна вартість грошової одиниці формується нині на основі вартості загальної маси товарів та послуг, що перебувають в обігу, та суми грошей, яка її обслуговує.

2. *Функція засобу обігу*. Пов'язана з тим, що за умов розвинутого товарного обміну безпосередній обмін товарів переріс у товарно-грошовий обіг: товар-гроші-товар (Т-Г-Т). Гроші існують реально і обслуговують акт продажу-купівлі.

3. *Функція засобу нагромадження та утворення скарбів*. Пов'язана з наявністю повноцінних грошей поза сферою обігу. Гроші затримуються в руках товаровиробників, випадають зі сфери обігу.

4. *Функція засобу платежу*. Виявляється у зв'язку з потребою продажу товару і послуг при відкладанні платежу і викликаються різницею в часі виробництва і реалізації ряду товарів або ж необхідністю купівлі товарів за відсутності наявних грошей. У даному разі продавець виступає як кредитор, а покупець – як боржник.

5. *Функція світових грошей*. Виявляється у міжнародних економічних відносинах – зовнішньоторговельних зв'язках, позиках, інших міждержавних платежах. У світовій торгівлі розрахунки між країнами здійснюються шляхом

зарахування боргових зобов'язань банками. Універсальним загальним купівельним засобом, який виконував функцію грошей, було золото.

Останніми роками товарообіг на світовому ринку обслуговується національними валютами.

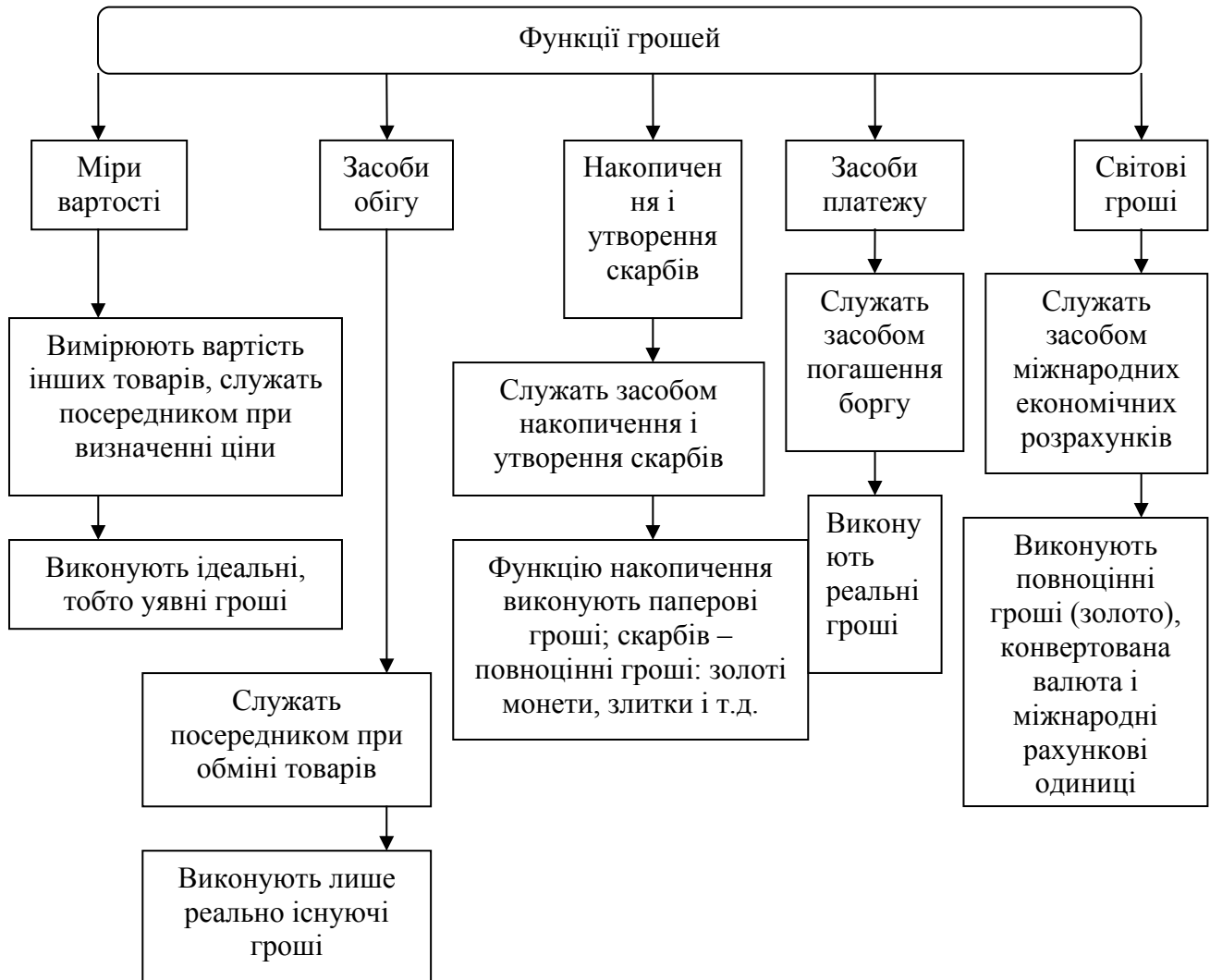


Рис. 2.2. Функції грошей

На даний час економісти не мають єдиної думки щодо визначення походження грошей.

Загалом існують такі *теорії грошей*: 1) металічна; 2) номіналістична; 3) кількісна.

Різниця між металічною та номіналістичною теоріями пов'язана з тим, яку з функцій грошей автори цих теорій вважали головною.

Металічна теорія грошей – представники меркантилісти (У. Стаффорд, Т. Мен, Д. Норс та ін.). Вони абсолютизували функцію грошей як скарбів і як світових грошей і на цій основі ототожнювали гроші з благородними металами. Розглядали гроші як річ, а не як соціальні відносини.

Засновники *номіналістичної теорії грошей* були римські і середньовічні юристи. Згодом її розвивали Дж. Берклі (Англія) та Дж. Стюарт (Шотландія). Критикуючи «металістів», вони абсолютизували інші функції грошей – засіб обігу та засіб платежу. «Номіналісти» об'явили гроші умовними знаками, рахунковими одиницями, які обслуговують обмін товарів і являються продуктом державної влади.

Засновниками *кількісної теорії грошей* вважаються Дж. Локк (кінець XVII ст.), Д. Юм, Д. Рікардо (кінець XVIII ст.). Вони відстоювали вартісну основу грошей. Прихильники цієї теорії вважають, що вартість грошової одиниці і рівень товарних цін визначається кількістю грошей в обігу. Також внесли вклад І. Фішер (початок XIX ст.), А. С. Пігу (середина XX ст.).

Розширення функцій грошей як платіжного засобу викликало, в свою чергу, потребу у використанні кредитних грошей. У їхній ролі стали використовувати векселі, банкноти, платіжні доручення, чеки, кредитні картки, електронні гроші, облігації.

Вексель – довгостроковий цінний папір у вигляді боргового зобов'язання усталеної форми, який надає право кредитуру вимагати сплати зазначеної у векселі суми грошей з того, хто його підписав (позичальника).

Банкноти – це банківські білети (грошові знаки), що випускає в обіг центральний банк (в Україні – Національний).

Чек – цінний папір певної форми з наказом власника рахунка в кредитній установі (чекодавця) виплатити пред'явникові чека суму, зазначену в ньому. Чеки бувають іменні – на конкретну особу, та ордерні – на пред'явника.

Електронні гроші – це платіжний засіб, який існує виключно в електронному вигляді записів в електронних спеціалізованих системах.

Кредитна картка – форма розрахунків, за якої банк бере на себе ризик негайної оплати товарів і послуг своїх вкладників.

Облігації – цінний папір, що засвідчує внесення її власником грошових коштів і підтверджує зобов'язання відшкодувати йому номінальну вартість цінного паперу в передбачений у ньому строк з виплатою фіксованого відсотка.

До готівкових грошей відносять: монети, паперові гроші, злитки, ювелірні вироби й ін.; до безготівкових: векселі, банкноти, чеки, кредитні картки, електронні гроші, облігації, цінні папери.

Отже, функцію грошей як засобу платежу, виконують золото, монети, паперові гроші та кредитні гроші в процесі погашення боргових зобов'язань.

Таблиця 2.1

Перелік грошових знаків країн світу

№ п/п	Назва країни	Назва грошового знаку	№ п/п	Назва країни	Назва грошового знаку
1	2	3	4	5	6
1	Австралія	Долар	61	Куба	Песо
2	Австрія	Шилінг	62	Кувейт	Динар

3	Албанія	Лек	63	Лаос	Кип
4	Алжир	Динар	64	Лесото	Малоті
5	Ангола	Кванза	65	Ліберія	Долар
6	Андорра	Франц. франк	66	Лівія	Динар
7	Аргентина	Песо	67	Ліхтенштейн	Швейц. франк
8	Афганістан	Афгани	68	Люксембург	Франк
9	Бангладеш	Така	69	Мавританія	Угія
10	Бахрейн	Динар	70	Мадагаскар	Франк
11	Білорусь	Рубль	71	Макао	Патака
12	Бельгія	Франк	72	Малаві	Квача
13	Бірма	Къят	73	Малайзія	Рінггіт
14	Болгарія	Лев	74	Мальта	Ліра
15	Болівія	Болівіана	75	Марокко	Дірхам
16	Ботсвана	Пула	76	Мексика	Песо
17	Бразилія	Крузейро	77	Мозамбік	Метікал
18	Бруней	Долар	78	Монако	Франц. франк
19	Бурунді	Франк	79	Монголія	Тугрик
20	Бутан	Нгултур	80	Непал	Рупія
21	Вануату	Вату	81	Нігерія	Найра
22	Ватикан	Ліра	82	Нідерланди	Гульден
23	Великобританія	Фунт стерлінгів	83	Нікарагуа	Кордоба
24	Венгрія	Форинт	84	Норвегія	Крона
25	Венесуела	Болівар	85	ОАЕ	Дірхам
26	В'єтнам	Донг	86	Оман	Ріал
27	Гаїті	Гурд	87	Пакистан	Рупія
28	Гамбія	Даласи	88	Панама	Бальбоа
29	Гана	Седи	89	Парагвай	Гурані
30	Гваделупа	Франк	90	Перу	Сол
31	Гватемала	Кетсал	91	Польща	Злотий, Євро
32	Гвінея-Бісау	Песо	92	Португалія	Ескудо
33	Германія	Марка	93	Росія	Рубль
34	Гондурас	Лемпіра	94	Румунія	Леа
35	Гонконг	Долар	95	Сальвадор	Колон
36	Гренландія	Дат. марка	96	Сінгапур	Долар
37	Греція	Драхма	97	Чехія	Крона
38	Данія	Крона	98	Сомалі	Шилінг
39	Єгипет	Фунт стерлінгів	99	Судан	Динар
40	Заїр	Заїр	100	Суринам	Гульден
41	Замбія	Квача	101	США	Долар
42	Ізраїль	Шекель	102	Таїланд	Бат
43	Індія	Рупія	103	Танзанія	Шилінг
44	Індонезія	Рупія	104	Туніс	Динар
45	Йорданія	Динар	105	Турція	Ліра
46	Іран	Ріал	106	Уругвай	Песо
47	Ірак	Динар	107	Чілі	Песо
48	Ірландія	Фунт	108	Філіппіни	Песо
49	Іспанія	Песета	109	Фінляндія	Марка
50	Ісландія	Крона	110	Франція	Франк
51	Італія	Ліра	111	Хорватія	Динар
52	Йомен	Реал, динар	112	Швейцарія	Франк

53	Камбоджа	Ріель	113	Швеція	Крона
54	Канада	Долар	114	Шрі-Ланка	Рупія
55	Кіпр	Фунт стерлінгів	115	Еквадор	Сукре
56	Китай	Юань	116	Естонія	Крона
57	Колумбія	Песо	117	Ефіопія	Бир
58	Кенія	Шилінг	118	Югославія	Динар
59	Корея	Вона	119	ЮАР	Ранд
60	Коста-Ріка	Колон	120	Ямайка	Долар
			121	Японія	Ієна

Історична довідка. В Київській Русі існували так звані «кунні гроші». Кунна система включала гривні – срібні й золоті злитки на вевериці, векші – ймовірно, хутра або шкіри тварин (куниці й білки). Тим часом для великих торговельних операцій потрібна була стабільніша за кунні гроші валюта. Тому й виникають в обігу срібні гроші у вигляді гривні. Гривня була основною лічильною одиницею кунної системи грошей. Досить часто вони мали різноманітну форму і вагу. Починаючи з XIII ст. назва «гривня» поступово змінюється терміном «рубль».

За часів гетьманування Богдана Хмельницького було, по-перше, організовано «Скарб» (державну скарбницю) з відповідною структурою його поповнення та використання; по-друге, розроблено та запроваджено необтяжливу для народу податкову систему. Щорічно до Скарбниці надходило понад 100 тис. «червоних золотих». Цих коштів цілком вистачало для функціонування державного механізму, а надалі – для карбування власної української монети в Чигирині. Найбільшого руйнування українська фінансово-грошова система зазнала за часів реформ Петра I. Остаточню процес ліквідації українських фінансів завершила Катерина II в 1774 р.

Утворення Української Народної Республіки (УНР), започаткувавши відродження української державності й суверенності народу, дало можливість швидко віддрукувати й оперативно доставити з Берліна українські гроші – гривні – і ввести їх в обіг. В грошовому обігу УНР перебували: банківські білети вартістю 10, 25, 50, 100, 250, 1000 гривень, державні кредитні білети вартістю 2, 10, 100, 500, 1000, 2000 гривень та дрібні розмінні «монети», вірніше їх роль виконували паперові гроші – шаги вартістю номіналу 10, 20, 30, 40 і 50 шагів. Перші радянські гроші було введено в обіг 1919 р. у вигляді державних кредитних квитків. За вказівками Сталіна було організовано емісію колосальної кількості «грошових знаків» незалежно від їх товарного покриття. Це призвело до невпинної повзучої інфляції, а надалі й до повного розвалу грошової системи.

Щоб якось упорядкувати грошовий обіг, у 1937 р. курс рубля було прирівнено до долара за курсом 1 дол. = 5,3 рубля. Ігнорування економічних законів, нестерпний тягар гонки озброєнь, затратний метод господарювання та інші дії адміністративно-командної системи підірвали рубль, що фактично втратив понад 99% своєї купівельної спроможності та функцій. Ось чому за

умов всеохоплюючої кризи й розвалу фінансово-грошової системи перед усіма країнами СНД, постала проблема вилучення з обігу збанкрутілого рубля й заміни його національними грошовими одиницями. В обігу російський рубль знаходився лише на території Союзу.

Розвал унітарної держави СРСР створив таку ситуацію, коли потрібно було ввести національну валюту. Оскільки впровадження національної валюти процес довгостроковий, вимагає глибоких структурних змін і радикальних економічних реформ, то наша держава змушена була вдатися до впровадження купона-карбованця як паралельної, тимчасової валюти. Наприкінці 1992 р. він вже став обертатися в готівковому й безготівковому обороті і фактично витіснив російський рубль.

Швидке знецінення купона, зумовило бурхливий сплеск інфляції. Тому постала проблема запровадження національної валюти, проведення грошової реформи й формування української грошової системи. Актом про незалежність, проголошеним в 1991 р., гривню вирішено вважати грошовою одиницею Української держави (почала функціонувати з вересня 1996 р.).

Питання для обговорення на семінарі

1. Форми організації суспільного виробництва: натуральне і товарне. Умови виникнення та основні риси товарного виробництва.
2. Товар і його властивості. Двоїстий характер праці, втіленої у товарі.
3. Величина вартості товару і фактори впливу на неї. Закон вартості, його сутність та функції.
4. Розвиток форм вартості та виникнення грошей. Охарактеризуйте функції грошей.
5. Природа сучасних грошей. Теорії грошей.

Теми реферативних повідомлень

1. Логіко-історичний процес розвитку форм обміну.
2. Історія грошей України.
3. Роль долара США у сучасній валютній системі.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Білецька Л.В., Білецький О.В., Савіч В.І. Фінансовий словник. – К.: Знання, 2000.
2. Гальчинський А.С., Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Основи економічних знань. – 2-ге вид. – К.: Знання-Прес, 2003.
3. Економічна теорія: Політична економія: Підручник. – 2-ге вид./ За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання-Прес, 2003.
4. Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Сучасна економіка: Навчальний посібник. – К.: Вища школа., 2005.
5. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Економічна теорія: Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка. – К. – 2005.
6. Мочерний С.В. Економічна теорія: Навч. посіб. – К.: ВЦ “Академія”, 2003.
7. Економічна теорія: Навч. посібник / За ред. В.О. Білика, П.Т. Саблука; 4-е вид.,

перероб. та доп. – К.: ННЦ ІАЕ, 2004.

8. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. В.А. Предборського. – К.: Кондор, 2002.
9. Основи економічної теорії : підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2010. – 448 с.
10. Економічна теорія: Підручник / За ред. В.М. Тарасевича. – Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2005.

Тема 3. Виробництво як ядро економічної системи

*Мені не потрібно багато, мені потрібно найкраще.
(В. Черчилль)*

1. Теорія виробництва та його факторів. Інформація як ресурс.
2. Безмежність потреб та обмеженість ресурсів – проблема економічного вибору. Загальні проблеми економіки.
3. Технологічний вибір в економіці. Крива виробничих можливостей.

1. Теорія виробництва та його факторів. Інформація як ресурс

Процес виробництва матеріальних і духовних благ являє собою трудову діяльність людей. Виробництво створює засоби для задоволення потреб людини.

Виробництво – процес створення матеріальних та духовних благ, необхідних для існування та розвитку людського суспільства. У межах будь-якого способу виробництва відбувається взаємодія людини з природою. Так, для організації виробництва людина, зазвичай, використовує природні ресурси, запаси яких в більшості випадків обмежені та невідновні. Крім того, у процесі виробництва люди взаємодіють один з одним.

Матеріальне виробництво – безпосередньо пов'язане з виготовленням матеріальних благ (промисловість, сільське господарство, будівництво) і наданням матеріальних послуг (вантажний транспорт, торгівля, комунальне господарство, побутове обслуговування тощо).

Нематеріальне виробництво – складається з підприємств та галузей, що створюють нематеріальні блага (духовні цінності, предмети культури, мистецтва тощо) і надають нематеріальні послуги (освіта, охорона здоров'я, пасажирський транспорт тощо).

Матеріальне і нематеріальне виробництво тісно пов'язані між собою, більш того, вони не можуть існувати одне без одного.

Систематичне, неперервне повторення процесу виробництва є *відтворення*.

Воно включає наступні фази:

- а) виробництво – джерело існування людства;

- б) розподіл – розміщення факторів виробництва за сферами, галузями, підприємствами;
- в) обмін – купівля-продаж товарів і послуг;
- г) споживання – це кінцева ціль виробництва, являється рушійним мотивом.

Просте відтворення – поновлення процесу виробництва з року в рік в незмінних розмірах.

Розширене відтворення – поновлення процесу виробництва в збільшених розмірах, тобто постійно збільшуються розміри виробленого продукту і при цьому покращується якість продукції.

Економічна ефективність виробництва – співвідношення результатів виробництва (кількості створюваних економічних благ) та витрат ресурсів на їх виробництво за певний проміжок часу).

Продуктивність праці – співвідношення результатів виробництва (кількості створюваних економічних благ) та затрат праці на виробництво цієї кількості продукції.

Сфери виробництва, або блоки галузей

1) Основне виробництво – це галузі матеріального виробництва, де безпосередньо виготовляються предмети споживання й засоби виробництва (сировинний, паливно-енергетичний, металургійний, аграрно-промисловий, хімічно-лісовий комплекси, будівництво, виробництво товарів народного споживання). Сьогодні в Україні лише в промисловості нараховується близько 9 тис. підприємств.

2) Виробнича інфраструктура – являє собою комплекс галузей, які обслуговують основне виробництво і забезпечують ефективну економічну діяльність (транспорт, зв'язок, торгівля, кредитно-фінансові заклади, реклама). В розвинутих країнах сфера послуг виробництва – велика і високоефективна галузь суспільної діяльності. У США на транспорті, у сфері зв'язку і торгівлі нині створюється 1/5 частина ВВП.

Отже, за сучасних умов найважливішим напрямом удосконалення суспільного виробництва має бути прискорений розвиток виробничої інфраструктури. Основне виробництво і виробнича інфраструктура в сукупності створюють сферу матеріального виробництва.

3) Соціальна інфраструктура – це нематеріальне виробництво, де створюються нематеріальні форми багатства, які відіграють вирішальну роль у всебічному розвитку людей, примноженні їхніх розумових і фізичних здібностей, професійних знань, підвищенні освітнього і культурного рівня (охорона здоров'я, фізична культура, освіта, обслуговування, культура, мистецтво).

Досвід розвинутих країн переконує, що соціальна інфраструктура поступово перетворюється в основну сферу людської діяльності. Так, у США в

сфері соціальних послуг зайнято близько 70% усіх найманих працівників і створюється понад 60% валового національного продукту.

Основні фактори виробництва

Фактори – це рушійна сила виробництва, основна умова його здійснення, складова виробничого потенціалу, параметри, що визначають його результативність.

Фактори виробництва (виробничі ресурси) – сукупність ресурсів, які використовуються в процесі виробництва.

В західній економіці нема різниці між ресурсами і факторами виробництва. *Ресурси* – це те, до чого не торкалась рука людини (вугілля, нафта, руда, тощо). *Фактори виробництва* – це ресурси приведені в дію, тобто в рамках процесу виробництва ресурси перетворюються в фактори виробництва.

Марксистська теорія в якості факторів виділяє:

1) Робочу силу – це здатність людини до праці, або сукупність її фізичних і розумових здібностей, що використовуються в процесі створення матеріальних і духовних благ.

Складає змінний капітал. (V)

2) Засоби виробництва. *Предмети праці* – включають всі ті предмети, на які спрямована праця людини, а саме: предмети, дані природою, сировина (створені людьми предмети праці), вторинні ресурси (штучно створені матеріали). Та *засоби праці* – засоби, за допомогою яких людина впливає на предмет праці (знаряддя праці: машини, верстати; машинну техніку; хімічний процес, трубопроводи, виробничі будови та інше обладнання).

Предмети й засоби праці в сукупності становлять засоби виробництва і утворюють постійний капітал (C). Вони приводять в рух працівниками виробництво. Засоби виробництва і люди, які використовують їх, являють собою продуктивні сили.

Неокласична (маржиналістська) теорія не визнає такого ділення факторів і виділяє такі чотири групи факторів виробництва:

1. Капітал (K) – сукупність засобів виробництва. Об'єднує матеріальні (все те, що створено руками людини), фінансові (грошові засоби, які необхідні для економічної діяльності), інформаційні (дані необхідні для функціонування автоматизованого виробництва за допомогою комп'ютерної техніки), ресурси.

2. Земля (Z) – в широкому розумінні означає всі природні ресурси (пахотні землі, ліси, водні ресурси, корисні копалини).

3. Труд (L) – цілеспрямована, свідомо діяльність людини направлена на створення матеріальних і духовних благ.

4. Підприємницька діяльність (ПД) – розкривається в чотирьох функціях підприємця:

а) підприємець бере на себе ініціативу з'єднання ресурсів (землі, капіталу, праці);

б) підприємець бере на себе відповідальність за основні рішення в діяльності;

в) підприємець – це новатор, який впроваджує у виробництво нові технології і форми організації бізнесу;

г) підприємець – це людина, яка діє під власну матеріальну відповідальність та готовий піти на ризик для отримання максимального прибутку.

Цікавим фактом є те, що з початком останнього тисячоліття минулого століття понад сорок відсотків усіх нових капіталовкладень у виробництво й обладнання були зроблені в сфері інформаційних технологій (комп'ютери, фотокопіювальні апарати і т.д.) – це вдвічі більше, ніж 10 років тому. Визнання інформації важливим економічним ресурсом і кінцевим продуктом економіки стало поворотним пунктом у розвитку не лише економіки, а й економічного мислення.

Ще в середині ХХ ст. американський учений Норберт Вінер констатував, що, на відміну від сировини та енергії, інформація має специфічну властивість, що в міру її використання її величина не лише не зменшується, а, навпаки, значно зростає. Оволодівши інформацією, людина може змінити хід розвитку суспільства.

Ось чому інформаційні технології стали стимулом розвитку не лише для гуманітарної сфери, а й для економіки в цілому. Дослідники виділяють чотири інформаційні революції, які відбулися впродовж історії людства. Перша була пов'язана з появою писемності, що дало змогу зберегти знання для майбутніх поколінь. Друга – стала результатом винаходу книгодрукування: почали активно поширюватися знання, які радикально змінили суспільство та культуру. Третя інформаційна революція зумовлена появою телефону, телеграфу, радіо, телебачення: це дало змогу оперативно передавати інформацію на будь-яку відстань. Четверта – пов'язана з винаходом комп'ютера, розвитком електронно-обчислювальної техніки; комп'ютери внесли суттєві зміни у накопичення, зберігання, обробку та використання інформації.

Інформація та знання – незвичний вид ресурсів, які відрізняються від грошових, природних, трудових і технічних. Економісти називають їх "суспільним благом." Це означає, що знання не зменшуються з огляду на їхнє використання. Вони невідчужувані. На вартість створення знань не впливає, скільки людей буде користуватися ними згодом. Витрати на створення знань, втілених, наприклад у книзі, будуть коштувати однаково, незалежно від того, чи прочитають її 5 або 500 тис. осіб. Знання і їхня оболонка - не одне й те саме. Продавець може повернути собі, припустимо, автомашину, але повідомивши покупцеві яку-небудь інформацію, він не може забрати її назад. Друге розходження між знаннями й іншими ресурсами полягає в достатку знань.

Незважаючи на відсутність надійного способу вимірювання запасів знань, накопичених у світі, різні показники засвідчують, що їхній обсяг продовжує збільшуватися. Виникають нові галузі бізнесу – персоналізоване

забезпечення інформацією, дистанційне технічне обслуговування та навчання, електронна індустрія розваг, різні форми електронної торгівлі. Тобто, зі зростанням обсягу інформації зростає і рівень її використання. Особливо помітним цей процес став у другій половині XX ст., коли, за підрахунками фахівців, обсяг інформації подвоювався кожні 20 місяців, тоді як у XIX ст. – протягом 50 років. Ось динаміка цього процесу: від початку нашої ери подвоєння знань відбулося до 1750 р., друге подвоєння зафіксовано до початку XX ст., третє – до 1950 р. Далі подвоєння знань відбувалося ще більш прискорено: до 1970 р. – протягом 10 років, після 1970 р. – кожні 5 років, а з 1991 р. – щороку. Вже до початку XXI ст. інформаційні ресурси зросли у 250 тис. разів.

Процес взаємодії основних факторів виробництва називається *технологією*. Вона відображає ті способи впливу людини на предмет праці, що відкриваються з розвитком культури і науки.

2. Безмежність потреб та обмеженість ресурсів – проблема економічного вибору. Загальні проблеми економіки

Потреби – види продукції, економічних благ, товарів, послуг, в яких існує потреба і які люди намагаються мати і споживати. Задоволення потреб є головною метою будь-якого типу виробництва, Потреби людини, суспільства в цілому визначають напрям розвитку виробництва і реалізуються у спеціально опрацьованих суспільством соціально-економічних програмах.

«Пока потребность человека не удовлетворена, он находится в состоянии недовольства своими потребностями, а стало быть и самим собой» (К. Маркс).

Таблиця 3.1

Класифікація потреб					
КЛАСИФІКАЦІЯ ПОТРЕБ					
За походженням		За засобами задоволення		За способом задоволення	
<i>Первинні</i> (базові, фізіологічні)	<i>Вторинні</i> (викликані розвитком цивілізації)	<i>Матеріальні</i>	<i>Нематеріальні</i>	<i>Індивідуальні</i>	<i>Колективні</i>
Потреби в їжі, сні тощо	Потреби в здобутті освіти, розвагах, інформації, транспорті, модному	Потреби в тому, що має матеріальне втілення	Задовольняються послугами сфери освіти, культури, мистецтва	Пов'язані з необхідністю відокремленого задоволення (їжа, одяг	Задовольняються спільно (потреба у водопостачанні, громадськ.

	одязі тощо			тощо)	порядку)
--	------------	--	--	-------	----------

А. Маслоу, створюючи свою теорію мотивацій у 40-і рр. намагався пояснити, чому в різний час у людей виникають різні потреби. Він вважав, що потреби людини мають ієрархічну структуру з 5 рівнів.

У кожний конкретний момент часу людина буде прагнути до задоволення тієї потреби, яка для неї є більш важливою або сильною.

* *Фізіологічні потреби* (потреби найнижчого рівня) є необхідними для виживання. Вони включають потребу в їжі, воді, захисті, відпочинку тощо.

* *Потреби в безпеці* включають потреби в захисті від фізичних і психологічних небезпек з боку навколишнього світу і впевненість у тому, що фізіологічні потреби будуть задовольнятися в майбутньому (покупка страхового полісу або пошук надійної роботи з гарними видами на пенсію).

* *Соціальні потреби* (потреби в приналежності, дружбі, любові) включають почуття приналежності до чого-небудь або кого-небудь, підтримки.

* *Потреби в повазі* включають потреби в особистих досягненнях, компетентності, повазі з боку навколишніх, визнанні.

* *Потреби в самовираженні, самореалізації* – потреби в реалізації своїх потенційних можливостей і зростанні як особистості.



Рис. 3.1. Ієрархія потреб за А. Маслоу

Спочатку споживачі прагнуть задовольнити потреби більш низького рівня, потім можуть думати про задоволення наступної по значимості потреби. Основний недолік теорії Маслоу зводиться до того, що їй не вдалося врахувати індивідуальні відмінності людей. Виходячи з минулого досвіду, одна людина може бути найбільше зацікавлена у самовираженні, у той час як поведінка

іншої буде в першу чергу визначатися потребою у визнанні, соціальними потребами.

Закон зростання потреб характеризує не просто зростання, тобто появу все нових і нових потреб, а й зміну структури їх, що відбиває просування як людини, так і суспільства в цілому від біологічного (фізіологічного) до все більш і більш різнобічного, багатого суспільного життя.

Виділяють три етапи розвитку потреб у минулому ХХ столітті.

Перший етап – до середини 50-х років, коли домінували матеріально-речові потреби.

Другий етап – почався з середини 50-х років з переходом до “економіки споживання”, коли формувалися такі соціальні потреби, які задовольнялись завдяки побутовому обслуговуванню, освіті, медицині, спорту, відпочинку, розвагам та ін.

Третій етап розвитку потреб почав формуватись у 80-ті роки. Він завершив фундаментальні зрушення в бік гуманітарних потреб, пов’язаних з творчістю, духовним розвитком особистості. Інтенсивний розвиток цих потреб вимагає як зміни характеру праці, так і зростання тривалості вільного часу.

Кожний крок в розвитку суспільства – це одночасно задоволення потреб на новому, більш високому рівні.

Потреби не залишаються незмінним, вони розвиваються по мірі еволюції людської цивілізації. Стрімко зростаюче виробництво, припускає все нові й нові блага, а широка реклама формує потребу в них. Основною властивістю потреб являється їх безмежність, по мірі задоволення одних завжди виникають інші. Саме це пов'язано з НТП.

Закон зростання потреб – закон, що виражає внутрішньо необхідні, сталі і суттєві зв'язки між виробництвом і досягнутим рівнем задоволення потреб людей, розвиток яких (зв'язків) сприяє появі нових потреб та засобів їх задоволення.

Усе, що здатне задовольняти потреби людей називають благами. Деякі блага надані людині самою природою (повітря, сонячне тепло, тощо). Однак більшість благ людина створює спеціально, із метою задоволення своїх потреб. Продуктами людської праці, створеними в процесі виробництва для подальшого обміну та споживання, є економічні (споживчі) блага – товари та послуги.

Закон зростання потреб розкриває внутрішньо необхідні, суттєві і сталі зв'язки між виробництвом та споживанням, потребами та існуючими можливостями їх задоволення. Відповідно до цього закону безперервний розвиток потреб є рушійною силою економічного та духовного прогресу людства, що, у свою чергу, стимулює появу дедалі нових і нових потреб.

Суспільство може створити більш потужне виробництво і задовольнити в майбутньому ті потреби, які сьогодні задовольнити не може, але не виключно те, що за цей період виникнуть нові потреби, для задоволення яких недостатньо ресурсів. Тому безмежність потреб породжується:

по-перше, людською фантазією;

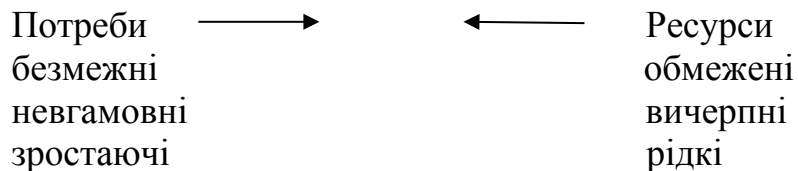
по-друге, на потреби в ринковій економіці діє конкуренція виробників, які постійно пропонують нові споживчі блага;

по-третє, сучасні комунікації, засоби масової інформації стимулюють людину до нових потреб.

Здібність товару чи послуги задовольняти потреби називається *споживчим благом* (товари особистого споживання, товари виробничого призначення, особисті послуги, комерційні послуги).

Вирішення протиріччя між невгамовністю та безмежністю потреб і обмеженістю ресурсів породжує проблему вибору й визначає мету економічної діяльності.

Основною проблемою економіки є вивчення того, як використовуються обмежені ресурси, необхідні для виробництва різних товарів та послуг в цілях максимального задоволення зростаючих потреб суспільства.



Обмеженість економічних ресурсів ставить перед будь-яким суспільством проблему вибору. Це рішення протиріччя між „хочу” та „можу”, з яким зустрічаються економічні суб'єкти, кожна людина.

Економіка покликана відповісти на три основні питання:

1. Що виробляти і в якій кількості?
2. Як виробляти, яку техніку і технології використовувати?
3. Для кого виробляти, на які верстви суспільства потрібно орієнтуватися?

Питання що, як і для кого виробляти не склало б ніяких проблем, якщо ресурси були б необмежені і можна було б виробляти товар в необмеженій кількості.

Отже, суспільство з однієї сторони має безмежні потреби, а з іншої – обмежені можливості. Виникає проблема ефективного використання рідких ресурсів.

3. Технологічний вибір в економіці. Крива виробничих можливостей

Суспільство прагне отримати максимальну кількість товарів та послуг, вироблених обмеженими ресурсами. Щоб цього досягти, необхідно забезпечити:

а) повну зайнятість (розуміється використання всіх придатних для цього ресурсів: робочої сили, земель, обладнання);

б) повний обсяг виробництва (ресурси потрібно розподіляти ефективно:

- 1) їх потрібно використовувати там, де вони принесуть найбільший дохід;
- 2) необхідно застосовувати найсучасніші технології.

Оскільки ресурси рідкі, то навіть при повній зайнятості і повному обсягу виробництва не можна забезпечити необмежений випуск товарів та послуг. Виникає нова проблема вибору товарів і послуг: які слід виробляти, а від яких потрібно відмовитись.

Продемонструвати ефект вибору можна за допомогою **кривої виробничих можливостей**.

Продемонструємо класичний приклад. Припустимо, що економіка виробляє не безмежну кількість товарів та послуг, а лише два продукти – масло і гармати. Масло символізує споживчі товари, гармати – засоби виробництва. Будемо виходити з того, що якщо все населення країни буде виробляти гармати, то отримає 15000 шт. Якщо ж масло, то 5000 т. Звичайно гармати і масло можуть вироблятися одночасно. В зв'язку з тим, що ресурси обмежені, то при збільшенні виробництва гарматів, прийдеться скоротити виробництво масла і навпаки. Графік показує максимально можливе виробництво масла і гарматів.

Таблиця 3.2

**Шкала виробничих можливостей
з виготовлення гармат і вершкового масла**

Варіант	Гармати, тис. шт.	Масло вершкове, тис. т
A	15	0
B	14	1
C	12	2
D	9	3
E	5	4
F	0	5

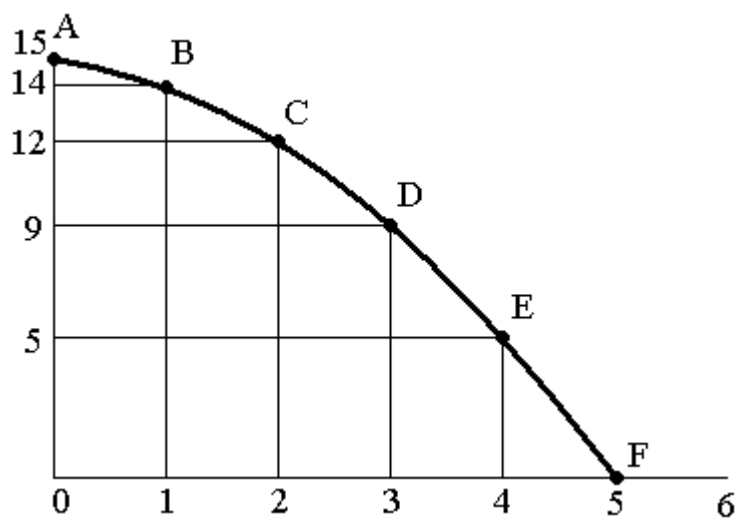


Рис. 3.2. Графік виробничих можливостей

Крива виробничих можливостей – це модель, яка показує максимально можливий обсяг виробництва яких-небудь товарів при існуючому в даний момент обсягу ресурсів.

1. Економіка ефективна, якщо виробляється одна із комбінацій товарів, відповідна будь-якій точці на кривій АФ. Крива виробничих можливостей має вигнуту форму, тому що зі збільшенням виробництва однієї продукції альтернативні витрати для виробництва додаткової одиниці, виражені в можливостях виробництва іншої продукції, зростають (переміщення точки по кривій).

2. Всі точки, які лежать нижче кривої АФ – в країні безробіття, а значить недовикористовується такий фактор, як труд, тобто це точки неефективного використання ресурсів.

3. Виробництво на рівні точки О, взагалі не існує, так як ця точка лежить за межею виробничих можливостей економічної системи.

Положення кривої виробничих можливостей з часом може змінюватися під впливом ряду причин:

- ступінь використання економічних ресурсів в економіці в даний момент;
- технологічні зміни, технологічний прогрес;
- збільшуючи чи зменшуючи пропозицію ресурсів;
- вибір в теперішньому точки на кривій, яка створить вплив на положення кривої в майбутньому.

Альтернативна вартість – це ціна, яка вимірюється через іншу річ.

Вибір альтернативних варіантів передбачає *раціональну поведінку суб'єктів економіки*: вони повинні приймати економічні рішення з урахуванням обмеженості ресурсів та необхідності їх раціонального використання.

Закон зростання альтернативних витрат – при збільшенні обсягу продукції, неминуче зростають витрати на одиницю товару в іншій групі. В нашому прикладі масло трансформувалось в гармати, тому криву виробничих можливостей ще називають кривою трансформації.

ШЛЯХИ ЗРОСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ МОЖЛИВОСТЕЙ	
Екстенсивний – нарощування виробничих можливостей шляхом збільшення кількості виробничих ресурсів	Інтенсивний – нарощування виробничих можливостей при кількісно незмінних виробничих ресурсах
• збільшення площі орних земель • відкриття і розробка родовищ корисних копалин • збільшення кількості робітників • збільшення капіталу	• удосконалення матеріально-технічної бази виробництва • удосконалення технології виробництва • удосконалення організації виробництва • підвищення кваліфікації і рівня освіченості робітників

Рис. 3.3. Шляхи зростання виробничих можливостей

Кількість виробничих ресурсів є обмеженою. Це призводить до неможливості одночасного задоволення всіх потреб людини і суспільства. Знання економічних закономірностей допомагає розподілити виробничі ресурси таким чином, щоб результат виявився максимальним, тобто задоволення потреб споживача було найбільш повним.

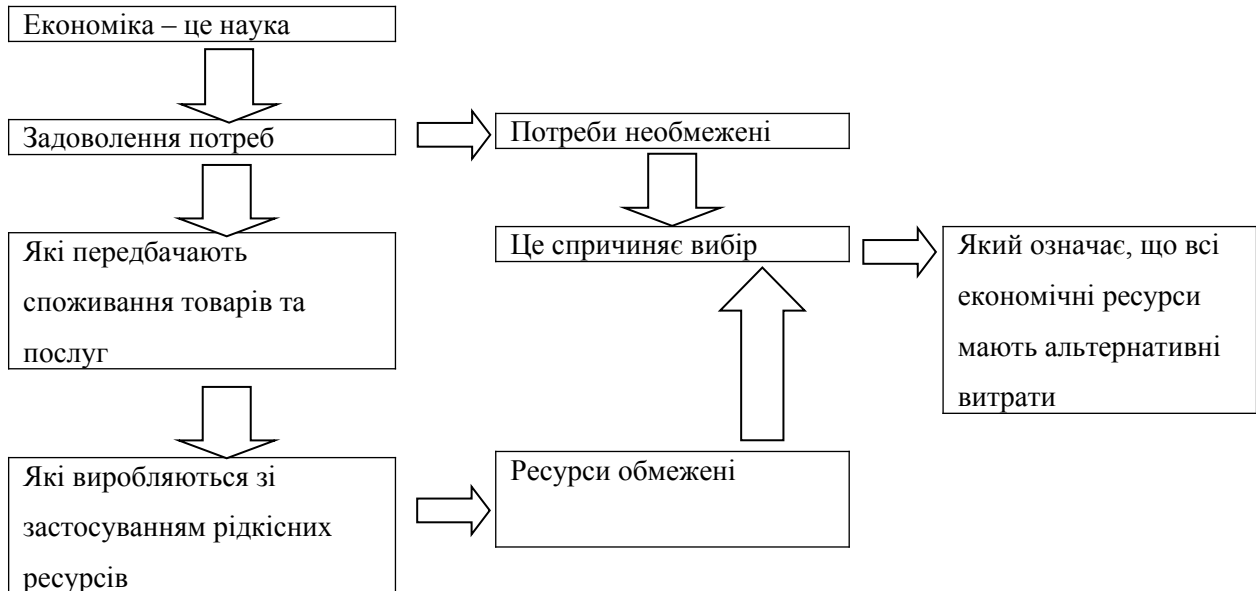


Рис. 3.4. Економіка – наука про вибір

Питання для обговорення на семінарі

1. Виробництво. Фактори виробництва та способи їх з'єднання.
2. Дайте характеристику інформації як ресурсу.
3. Охарактеризуйте загальні проблеми економіки.
4. Потреби як спонукальний мотив економічної діяльності. Закон зростання потреб.
5. Технологічні можливості суспільства. Аналіз кривої виробничих можливостей.
6. Поняття альтернативних витрат. Закон зростання альтернативних витрат.

Теми реферативних повідомлень

1. Шляхи вирішення проблеми обмеженості ресурсів та безмежності потреб.
2. Кругообіг продуктів і ресурсів в економіці.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Добрынин А.И., Журавлёва Г.П. Общая экономическая теория. – СПб.: Питер. 2001.
2. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2006.
3. Мочерний С.В. Економічна теорія: Навч. посіб. – К.: ВЦ“Академія”, 2003.

4. Основи економічної теорії: Підручник / За заг. ред. Л.С. Шевченко. – Х.: Право, 2008.
5. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. Ю.В. Ніколенко. – К.: ЦНЛ, 2003.

Тема 4. Економічні системи суспільства. Власність в економічній системі

*Найкраща економічна система – це та,
яка максимально забезпечує людей тим,
чого вони найбільш потребують.
(Д. Гелбрейт)*

1. Періодизація суспільного економічного розвитку.
2. Сутність економічної системи. Типи економічних систем.
3. Поняття власності. Типи, форми і види власності та роль в економічній системі.
4. Становлення та розвиток постіндустріального суспільства.

1. Періодизація суспільного економічного розвитку

Найбільше поширення набули формаційний, цивілізаційний та організаційний підходи до розуміння процесу економічного розвитку людства.

Формаційний підхід був розроблений К. Марксом. Відповідно до цього підходу продуктивні сили суспільства у сукупності з виробничими відносинами становлять певний спосіб виробництва, а спосіб виробництва, у поєднанні з політичною надбудовою – соціально-економічну формацію. Продуктивні сили – це поєднання людей із засобами виробництва, виробничі відносини – це відносини між людьми у процесі виробництва, обміну, розподілу і споживання матеріальних і нематеріальних благ.

Історія розвитку суспільства, згідно з цим підходом, це зміна суспільно-економічних формацій одна одною, більш прогресивною. І формація – первіснообщинний спосіб виробництва, II – рабовласницький, III – феодальний, IV – капіталістичний, V – комуністичний.

Ядром кожного способу виробництва, а відповідно і формації, є панівна форма власності, оскільки саме вона визначає спосіб поєднання працівника із засобами виробництва.

Формаційний підхід виходить із того, що вирішальна роль у суспільному розвитку належить процесу виробництва, а його рушійною силою є протиріччя між продуктивними силами і виробничими відносинами і загострення класової боротьби в суспільстві.

Однак у формаційного підходу є недоліки. Сьогодні він не знаходить широкого кола прибічників в науковому світі. По-перше, п'ятиланкова періодизація більш-менш підходить до країн Західної Європи, але не відображає повною мірою розвиток азіатських країн (азіатський спосіб виробництва). Не висвіт-

лює, зокрема, особливості розвитку Російської імперії, України. По-друге, не враховуються неекономічні, соціокультурні фактори (національний менталітет, релігія, тощо). По-третє, формаційний підхід абсолютизує класову конфронтацію між власниками і не власниками засобів виробництва.

Цивілізаційний підхід. Історична еволюція суспільства, його поступальний рух від одного ступеня зрілості до іншого – вищого можна визначити 8 цивілізаціями:

- 1) неолітична – 7-4 тисячоліття до н.е.;
- 2) східнорабовласницька – 3-1 тисячоліття до н.е.;
- 3) антична VII ст. до н.е. – VI ст. н.е.;
- 4) ранньофеодальна – VII ст. н.е. – XIII ст.;
- 5) перед індустріальна – XIV – XVIII ст. (все ще переважає сільське господарство);
- 6) індустріальна – 60-ті роки XVIII ст. – 50-ті роки XX ст. (зростає механізація виробництва);
- 7) постіндустріальна – початок 60-х років XX ст. (застосовуються нові технології, на перший план виступає наука, освіта, духовні блага, сфера послуг);
- 8) неоіндустріальна – інформаційне суспільство (Дж. Гелбрейт, Р. Арон).

Організаційний підхід. Класифікація економічних систем на основі способу організації господарської діяльності враховує такі ознаки: форма власності на засоби виробництва; хто і як приймає економічні рішення; спосіб координації економічних дій; мотиви, що стимулюють економічну діяльність.

Згідно з цим підходом розрізняють такі типи економічних систем:

- економіка вільного ринку (нерегульований ринок);
- планова економіка (центральні органи влади приймають всі економічні рішення);
- змішана економіка;
- традиційна (аграрна) економіка (є характерною для слаборозвинутих країн – переважає общинна форма власності);
- перехідна економіка.

2. Сутність економічної системи. Типи економічних систем

Економічна система – це сукупність взаємопов'язаних і певним чином упорядкованих елементів економіки.

Основним соціально-економічним критерієм типологізації економічних систем у радянській марксистській економічній літературі 70-90-х років був спосіб поєднання виробників із засобами виробництва.

Типи економічних систем

Командна система (планова)

Ця модель економічної системи була втілена в колишньому СРСР і країнах соціалістичної співдружності.

На першому місці інтереси держави:

- одержавлена суспільна власність практично на всі матеріальні ресурси, приватна власність заборонена;
- управління на основі державних директив і планів;
- централізований розподіл матеріальних ресурсів між підприємствами;
- відсутність у виробників свободи вибору;
- відсутність у виробників зацікавленості в підвищенні ефективності виробництва.

Переваги:

- можливість концентрації зусиль і ресурсів на окремих напрямках економічної діяльності;
- забезпечення економічної і соціальної стабільності, так званої «впевненості у завтрашньому дні»: відсутність явного безробіття, інфляції, соціальної нерівності, злиденності, доступність певного рівня освіти та медичного обслуговування.

Недоліки:

- неможливість швидкого розвитку і впровадження досягнень науково-технічного прогресу й забезпечення раціонального використання ресурсів;
- диктат виробника по відношенню до споживача;
- уніфікація замість різноманітності;
- низький рівень задоволення потреб;
- утворення «чорного ринку», хронічний дефіцит предметів споживання.

Традиційна система

На першому місці – дотримування інтересів релігії, традицій:

- загалом колективна форма власності;
- традиції, що передаються з покоління в покоління, визначають, які товари та послуги, як і для кого виробляти;
- застаріла технологія виробництва;
- переважання ручної праці;
- багатоукладність економіки;
- консерватизм і неприйняття нововведень;
- можливий сильний вплив релігії.

Переваги:

- відносна стабільність і впевненість в завтрашньому дні.

Недоліки:

- ізолюваність від зовнішніх змін;
- соціально-економічний застій, відсутність прогресу;
- низький рівень життя населення.

Ринкова система

На першому місці інтереси людини:

- приватна власність на матеріальні ресурси і вироблену продукцію;

- свобода вибору і підприємництва, а саме: споживача у визначенні того, які товари і послуги має виробляти економіка; фірм-виробників у виборі сфери діяльності, придбанні матеріальних ресурсів, наймі робочої сили, організації виробництва і збуту товарів, розподілі доходів тощо;
- конкуренція як суперництво між учасниками ринкового господарства стосовно кращих умов виробництва, купівлі та продажу товарів;
- обмежена роль держави;
- особистий економічний інтерес, відповідно до якого діє кожний економічний суб'єкт і який є основною рушійною силою всієї економіки.

Переваги:

- сприяє ефективному розподілу ресурсів, тобто направляє ресурси у виробництво тих товарів та послуг, які потрібні суспільству найбільше («невидима рука ринку»);
- свобода вибору діяльності підприємців;
- сприяє підвищенню якості товарів та послуг, розширенню їх асортименту;
- гнучкість, високий рівень адаптації в умовах змін;
- стимулювання науково-технічного прогресу;
- інтереси споживача визначають дії виробника.

Недоліки:

- нерівний розподіл доходу; ринок орієнтований на задоволення потреб тих, хто платить гроші;
- нестабільність розвитку, що призводить до інфляції, безробіття та соціального розшарування;
- недостатнє фінансування наукових досліджень, сфери освіти;
- вільна конкуренція веде до виникнення монополій;
- нераціональне відношення до природних ресурсів та оточуючого середовища.

Змішані економічні системи

Більшість розвинутих країн мають змішані економічні системи. Їх суть полягає в тому, що на мікроекономічному рівні відносини регулюються економічними законами ринку, а на макроекономічному – законами держави.

Економічними функціями держави при цьому є:

- 1) підтримка конкуренції і вільного підприємництва шляхом створення необхідної правової бази та захисту ринку від можливих проявів монополізму;
- 2) забезпечення повної зайнятості;
- 3) боротьба з інфляцією, стабілізація грошового обігу;
- 4) реалізація програм економічного зростання;
- 5) виробництво товарів першої необхідності, контроль за виробництвом з урахуванням зовнішніх чинників та ін.;
- 6) розподіл доходів на основі принципів ринкової економіки.

Отже, *змішана економіка* – тип економічної системи, який поєднує елементи ринкових механізмів та державного регулювання.

Характеристики змішаної системи:

- поєднання приватного і державного секторів економіки, ринку і державного регулювання, капіталістичних тенденцій і соціалізації життя;
- компенсація недоліків ринкової економіки державним регулюванням;
- особиста участь держави у наданні соціальних благ.

Переваги:

- забезпечення економічного зростання та економічної стабільності;
- гарантія соціальної забезпеченості та соціальної справедливості;
- захист і заохочення конкуренції, боротьба з монополіями;
- забезпечення політичної стабільності;
- стимулювання технологічних та організаційних інновацій;
- підтримка освіти, культури, науки.

Недоліки:

- відсутність стандартних схем розвитку;
- необхідність розроблення національних моделей з урахуванням національної специфіки.

У різних країнах і регіонах світу формуються різні моделі змішаної економіки. Вони відрізняються «національними коефіцієнтами змішування» різних форм власності, ринку та державного регулювання.

Таблиця 4.1

Моделі змішаної економіки

Американська	Японська	Німецька	Шведська	Південно-корейська
• «Модифікована ринкова економіка» • Пріоритетна роль приватної власності • Держава здійснює оподаткування, цільові виплати, замовлення на товари та послуги, контроль за грошовою масою й відсотковими	• «Японський стиль керування»: система довічного найму, збільшення розміру заробітної плати в залежності від стажу роботи на цьому підприємстві, значна роль профспілок • Провідна роль держави у сферах програмування економічного розвитку,	• Високий ступінь державного втручання в економіку • Участь держави в наданні соціальних благ • Створення сприятливих умов для приватного підприємництва • Антицикліч-	• Широкі повноваження держави з регулюванням соціально-економічного життя • Значна частина доходів приватного сектору економіки перерозподіляється в бюджет на соціально-економічні потреби • Високий рівень життя, сприятливі умови для набуття освіти і	• Взаємодія чіткого державного планування і ринкових механізмів • Держава контролює галузі економіки, що потребує значних первинних капіталовкладень • Держава створює

ставками	структурної, інвестиційної і зовнішньо- економічної політики	не регулю- вання	професійної підготовки	пільгові умови для інвестицій і експорту товарів
----------	--	---------------------	---------------------------	--

Чинники, що впливають на виникнення особливостей національних моделей:

- рівень і характер матеріально-технічної бази;
- історичні та геополітичні умови формування суспільного устрою;
- національні та соціокультурні особливості країни.

Перехідна система

Перехідна економіка – це закономірне явище розвитку економічних систем.

Економічні системи, як і будь-яке інше об'єктивне явище суспільного життя, проходять етапи становлення, досягнення зрілості, старіння і відмирання (замінюються новою системою).

За сучасних умов перехідні процеси в суспільстві розглядаються у контексті трьох основних аспектів:

- перехідні процеси у розвинутих капіталістичних країнах;
- перехідні процеси у країнах, що розвиваються;
- перехідні процеси у постсоціалістичних країнах.

Ознаки економіки перехідного типу:

- нестійкість;
- одночасне існування протягом певного періоду старих і нових форм господарювання;
- історичність, тощо.

3. Поняття власності. Типи, форми і види власності та роль в економічній системі

Власність – це сукупність відносин між суб'єктами господарювання з приводу привласнення засобів виробництва та його результатів.

Власність – це складна категорія, яка відображає сукупність суспільних відносин – економічних, соціальних, політичних, національних, релігійних, тощо. Вона займає центральне місце в економічній системі, визначає соціальну структуру суспільства, спосіб розподілу результатів праці, характер стимулів трудової діяльності. Виражаючи найглибинні зв'язки і взаємозалежності, власність, розкриває сутність соціально-економічного буття суспільства.

Право власності – це сукупність узаконених державою прав і норм взаємовідносин фізичних та юридичних осіб, які складаються між ними з приводу привласнення і використання об'єктів власності. Ще за часів

римського права право власності означало володіння, користування та розпорядження об'єктом власності.

Об'єкти власності: засоби виробництва, нерухомість, природні ресурси (земля, надра та ін.), предмети особистого споживання, гроші, цінні папери, дорогоцінні метали, інтелектуальна власність, культурні та історичні цінності, робоча сила.

Суб'єкти власності: індивідум, фізична особа; юридична особа – підприємства, організація, об'єднання; державні органи (центральної і місцевої влади); декілька держав або всі держави планети.

Розглядають *історичні форми власності:*

- первіснообщинна (однакові права членів общини та об'єкти власності);
- рабовласницька (характеризується абсолютною концентрацією прав власності рабовласника на засоби виробництва й на раба);
- феодальна (обмежені права на працівника);
- капіталістична (характеризується правом власності підприємця (капіталіста) на засоби виробництва й результати праці та особистою свободою працівника).

Сьогодні в Україні склалися й закріплені такі форми власності:

- приватна;
- колективна;
- державна.

Вітчизняна політика власності – це плюралізм (множинність) форм власності. Допускається існування змішаних форм власності інших держав та юридичних осіб інших держав. Таким чином збільшується кількість підприємств, зростає конкуренція, збільшується обсяг випуску товарів та послуг, зростає пропозиція робочих місць, збільшується конкурентоздатність вітчизняних підприємств та економіки в цілому.

Відносинам власності притаманні свої закони розвитку (закон концентрації власності, закон централізації власності, закон монополізації власності) і внутрішні суперечності (між окремими типами й формами власності та всередині кожного з них).

Ліквідація приватної власності в колишніх соціалістичних країнах і заміна її так званою загальнонародною власністю мала за мету зрівняння всіх людей у правах на засоби виробництва. Але насправді розпоряджалася державною власністю маленька група людей.

В цілому структуру відносин власності, що нині формується в Україні, можна представити наступним чином:

Індивідуальна власність громадян:

1) особиста власність – формується за рахунок трудових доходів від ведення власного господарства, вкладених у кредитні заклади, акції та інші цінні папери;

2) власність трудового господарства – це власність членів сім'ї та інших осіб, які спільно ведуть господарство;

3) власність селянського та особистого підсобного господарства.

Колективна власність:

1) *власність орендного підприємства* – це вироблена продукція, одержані доходи й інше, придбане за рахунок коштів цього підприємства майно;

2) *власність колективного підприємства* – це форма власності, яка виникає у тому випадку, коли все майно державного підприємства переходить у власність трудового колективу;

3) *власність кооперативу* – це майно, що створюється за рахунок грошових та інших майнових внесків членів кооперативу, виробленої продукції, доходів, одержаних від реалізації та іншої діяльності;

4) *власність акціонерного товариства*. Акціонерне товариство є власником майна, створеного за рахунок продажу акцій, а також одержаного в результаті його господарської діяльності;

5) *власність господарських асоціацій (об'єднань)*. Має право власності на майно, добровільно передане їй підприємствами та організаціями, а також одержане в результаті її господарської діяльності;

6) *власність громадських організацій* (будівлі, споруди, житловий фонд, обладнання, цінні папери);

7) *власність релігійних організацій* (будівлі, предмети культу, необхідне для діяльності даних організацій).

Державна власність:

1) *загальнодержавна власність* – майно органів влади й управління: оборонні об'єкти, енергетична система, транспортний зв'язок, кошти державного бюджету, культурні та історичні цінності, державні підприємства тощо;

2) *комунальна власність* – це власність адміністративно-територіальних утворень (краю, області, району);

3) *майно державних підприємств* – це те майно, яке закріплене за державним підприємством і яким воно може розпоряджатися.

Приватна власність

Законом України «Про власність» передбачено існування приватної власності. Характерно, що кількість майна, придбаного громадянином відповідно до Закону не обмежується.

Реформа відносин власності в Україні передбачає формування такої системи відносин власності, яка певною мірою відповідала б досягнутому рівню усупільнення праці та виробництва в різних сферах, галузях і ланках економіки. Головними напрямками досягнення цієї мети є роздержавлення і приватизація об'єктів державної та колгоспно-кооперативної власності.

Роздержавлення – передача майна (засобів виробництва тощо) державного підприємства у володіння, розпорядження та використання трудовому колективу роздержавлюваного підприємства за збереження його належності суспільству, державі. Основними формами роздержавлення є оренда та акціонування (корпорація).

Приватизація – перехід на безоплатній або платній основі державної власності (землі, підприємства житлового фонду, тощо) у належність, володіння, розпорядження та використання трудовим колективом, групам осіб та окремим особам. Приватизація означає ліквідацію суспільної власності в формі державної власності, її перетворення на різні види та форми приватної власності.

Кінцевою метою роздержавлення і приватизації землі та іншого державного майна є створення таких форм власності, які відповідають реальному рівню усуспільнення праці та виробництва в різних сферах, галузях і ланках народного господарства України, що є необхідною та достатньою умовою переходу до ринкової економічної системи, підвищення ефективності виробництва, рівня життя всіх громадян суспільства.

4. Становлення та розвиток постіндустріального суспільства

Інформація наповнювала суспільство завжди. В сучасному швидкозмінному світі відбувається перехід людства до виробництва, розповсюдження і споживання інформації.

З економічної точки зору інформація характеризується наступним чином: важкістю однозначної фіксації споживача; неможливістю однозначної вартісної оцінки отриманого об'єму; механізмом старіння.

Інформаційна система в Україні тільки починає створюватись. На сьогоднішній день Україна не в змозі в достатній мірі фіксувати проекти, що пов'язані з глобальною інформатизацією.

Теорія постіндустріального суспільства виникла на початку 60-х років, коли країни Заходу почали виходити за межі економічної суспільної формації. В 60-ті та 70-ті роки дослідження Д. Белла, К. Кана, Р. Дарендорфа призвели до глибокого осмислення радикально іншого характеру суспільства. Основу цих змін дослідники бачили в підвищенні ролі науки. Потенціал розвитку цього суспільства, на їхній погляд, визначається масштабами інформації і знань, якими воно володіє.

Д. Белл, розкриваючи новизну сучасних джерел економічного зростання, нагадав, що для індустріальної епохи довгий час вважалися основними факторами виробництва земля, капітал і праця. В. Зомбарт та Й. Шумпетер доповнили цю тріаду такими важливими поняттями як "ділова ініціатива" та "підприємливість". І все ж, зауважив Д. Белл, в економічній науці домінував такий підхід, який акцентував увагу на комбінації капіталу і праці, в дусі трудової теорії вартості, майже повністю ігноруючи при цьому роль знання. "Коли знання у своїй систематичній формі, – пише Д. Белл, – залучається до практичної переробки ресурсів (у вигляді винаходу, або організаційного удосконалення) можна сказати, що саме знання, а не праця є джерелом вартості". "...Зі скороченням робочого часу та зі зменшенням ролі виробничого робітника стає зрозуміло, що знання та способи їхнього практичного застосування заміщують працю, як джерело додаткової вартості. У цьому

розумінні праця і капітал були центральними змінними в індустріальному суспільстві і інформація та знання стають вирішальними змінними постіндустріального суспільства”.

Подамо одне з найбільш розгорнутих визначень поняття постіндустріального суспільства даного Д. Беллом: “Постіндустріальне суспільство, – пише він, – це суспільство, в економіці якого пріоритет перейшов від матеріального виробництва товарів до виробництва послуг, проведенню досліджень, організації системи освіти і підвищенню якості життя, в якому клас технічних спеціалістів став основною професійною групою і, що саме важливе, в якому впровадження нововведень... у все більшій степені залежить від досягнень теоретичного знання. Постіндустріальне суспільство припускає виникнення інтелектуального класу, представники якого на політичному рівні виступають в якості консультантів, експертів чи технократів”.

Вітчизняні і російські економісти, які досліджують проблеми інформаційної цивілізації, або постіндустріального суспільства характеризують його як таке, в якому передбачається прискорене зростання не тільки індустрії інформаційно-комп’ютерних технологій і комунікацій, але й галузей, які забезпечують вдосконалення і зростання людського капіталу – тобто освіти (особливо вищої та середньо-спеціальної) та охорони здоров’я, оскільки розвивати науку, розробляти і використовувати високі (в тім числі інформаційні технології) можуть тільки висококваліфіковані, сумлінні та фізично здорові працівники. Досвід тих країн, які не економили витрати на науку, освіту й охорону здоров’я, свідчить про те, що капітальні вкладення в ці сфери швидко окуповуються, і в сучасних умовах нагромаджені наукові знання та людський капітал становлять досить значну складову національного багатства, а їхній розвиток – найважливіший потенціал стабільного економічного зростання.

Розуміння того, що сучасне суспільство може і повинно розглядатися саме як постіндустріальне, закріплюється по мірі аналізу логіці розвитку цивілізації, якою вона представлена в рамках постіндустріальної теорії. Згідно з її прихильниками, в історії досить строго простежується три великі епохи, які створюють тріаду “аграрне-індустріальне-постіндустріальне суспільство” (табл. 4.2).

Типи всесвітньої цивілізації	Домінуючий вид виробництва	Праця та її характер	Провідний тип власності
Аграрна	Сільське господарство	Ручна	Земельна
Індустріальна	Промислове	Машинна	Промислова
Постіндустріальна	Інформаційне	Інтелектуальна	Інтелектуальна

Таблиця 4.2

Основні характеристики типів всесвітньої цивілізації

Родоночальник концепції постіндустріалізму Даніел Белл вже на початку 70-х років зазначив на визначальні риси формуючого нового суспільного упорядкування. Така періодизація соціального прогресу заснована на декількох критеріях, а постіндустріальне суспільство протиставляє індустріальному і аграрному по трьом важливим параметрам:

- основному виробничому ресурсу (в постіндустріальному суспільстві ним є інформація та знання, в індустріальному – енергія, машинна техніка, а в аграрному – первинні умови виробництва, сировина);
- типу виробничої діяльності (він розглядається в постіндустріальному суспільстві як послідовна обробка [processing] в протилежність виготовленню [fabrication] і добуванню [extraction] на більш ранніх ступенях розвитку);
- характеру базових технологій (визначається в постіндустріальному суспільстві як наукоємні, в епоху індустріалізму – як капіталоємні і в аграрний період – як трудоємні).

Саме ця схема дає підстави сформулювати відоме положення про три суспільства, згідно з якими аграрне суспільство ґрунтується на взаємодії людини з природою, індустріальне – на взаємодії перетвореною нею природою, а постіндустріальне суспільство – на взаємодії між людьми. В аграрних суспільствах важливим аспектом соціального зв'язку була імітація дій інших людей, в індустріальному – засвоєння знань і можливостей минулих поколінь, в постіндустріальному ж суспільстві інтерперсональні взаємодії стають комплексними, що і визначає нові властивості всіх елементів соціальної структури.

Враховуючи уявлення про аграрне, індустріальне та постіндустріальне суспільство Д.Белл концентрує увагу на останньому, визначивши шість його головних характеристик:

- 1) в економіці простежується перевага сфери послуг над сферою виробництва;
- 2) серед зайнятих переважають робітники розумової праці;
- 3) головним фактором, який визначає нововведення, стають теоретичні знання;
- 4) відбувається плановий розвиток техніки та контроль за її використанням;
- 5) в управлінні застосовують нові інтелектуальні технології;
- 6) на відміну від індустріального в постіндустріальному суспільстві головну роль відіграють не економічні, а політичні інститути.

Центральна ознака "постіндустріального суспільства", за Беллом – це панування науки, наукових знань.

Капіталістична система зародилась на такій матеріальній основі, як проста кооперація праці і машинне виробництво. Соціальним аспектом цього суспільства є система найманої праці. Капіталізм створив розвинуту систему не просто машинного виробництва, а його досконалої автоматизації. Автоматизація породила інформаційні технології, які стають матеріальною основою постіндустріального суспільства. Таким чином діє закон істотно-

історичного розвитку людини як об'єктивний процес.

Людська діяльність дедалі більше набуває духовних вимірів. Фізична праця уступає місце розумовій. Не "саларіат" (наймані робітники), а "когнітаріат" – вчені, інженери, спеціалісти, досить незалежні завдяки своєму інтелектуальному рівню, – стають лідерами суспільства і творцями технологічних новацій.

Друкер К.П. ще в 50-х роках обґрунтував суспільне значення робітників знань. Віддаючи їм домінуючу роль, він виділив дві головні специфічні властивості робітників знань. Перша полягає в тому, що робітник знань відрізняється від всіх інших учасників трудового процесу тим, що сам, причому безроздільно, володіє своїми власними засобами виробництва: які нерозривно належать йому – інтелектом, пам'яттю, знаннями, ініціативою, особистим досвідом. Такі знання називають неявними, потайними. Друга особливість робітників знань, на думку Друкера, полягає в тому, що він, незалежно від кваліфікації, є гвинтиком деякого виробничого процесу і може ефективно працювати тільки в складі колективу. Робітник знань – це співучасник суспільної корпоративної справи, продуктом якого є знання. Звідси випливає необхідність у створенні технологічного забезпечення цієї категорії робітників засобами зв'язку, доступу до джерел інформації. У 1962 р. Ф. Махлуп ввів у науковий обіг термін працівник інтелектуальної праці (knowledge-worker), де підкреслив раніше невідомі риси нового типу працівника: його орієнтованість та оперування інформацією і знаннями; фактичну незалежність від факторів власності на засоби виробництва; високу мобільність і прагнення до діяльності, що відкриває простір для самореалізації і самовираження навіть на шкоду миттєвій матеріальній вигоді. Дедалі більше дослідників у цей період дійшли висновку, що нова роль знання, що викликає масову появу подібних працівників, не може не привести до радикальних переміщень у суспільній структурі, коли небачено зростають роль і значення в економіці людської особи, її рівня освіти, кваліфікації, інтелекту, компетентності, тощо.

Теорія постіндустріального суспільства сьогодні найбільш поширена соціологічна концепція, яка допомагає адекватно осмислити масштабні зміни, які відбулися в західних суспільствах. Запропонована в кінці 60-х – початку 70-х років американськими і європейськими дослідниками вона увібрала в себе кращі елементи наукової традиції. Її прихильники намагалися підкреслити, що запорукою сучасного прогресу слугує швидкий технологічний розвиток, заснований на перетворенні науки в безпосередню виробничу силу, а мірою такого прогресу є становлення всебічно розвиненої особистості і розширення творчих можливостей людини.

Тому тепер неможливо йти вперед, не створюючи інформаційний спосіб виробництва, не будуючи інформаційне суспільство. Ось чому наша стратегічна ціль – завершення ринкових реформ і становлення інформаційного способу виробництва, побудова інформаційної економіки, економіки знань.

1. Суспільно-економічний розвиток: цивілізаційний, формаційний та організаційний.
2. Економічні системи та їх класифікація. Порівняльний аналіз економічних систем, переваги та недоліки.
3. Охарактеризуйте кризу і розпад командно-адміністративної системи та необхідність переходу економіки постсоціалістичних країн до ринкової економіки.
4. Проаналізуйте моделі змішаної економіки.
5. Поняття власності. Типи, форми і види власності та роль в економічній системі.
6. Роздержавлення і приватизація. Принципи і форми приватизації.
7. Якими рисами відрізняється постіндустріальне суспільство? Як змінюються місце і роль людини у процесі становлення і розвитку постіндустріальної цивілізації?
8. Дайте характеристику особливостям ринкової трансформації в Україні.

Теми реферативних повідомлень

1. Сучасні тенденції розвитку форм власності.
2. Проблема економічного вибору в різних економічних системах.
3. Сутність і роль НТП в суспільному виробництві.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Гальчинський А.С., Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Основи економічних знань. – 2-ге вид. – К.: Знання-Прес, 2003.
2. Економічна теорія. Посібник вищої школи (Воробйов Є.М., Гриценко А.А., Лісовицький В.М., Соболев В.М.) / Під заг. ред. Воробйова Є.М. – Харків – Київ, 2003.
3. Економічна теорія: макро- і мікроекономіка: Навч. посіб. / За ред. З. Ватаманюка, С. Панчишина. – К., 2001.
4. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2006.
5. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. – М.: Логос, 2000.
6. Кульчицький Б. Економічні системи суспільства. – Львів, – 2003р.
7. Мочерний С.В. Економічна теорія: Навч. посіб. – К.: ВЦ “Академія”, 2003.
8. Основи економічної теорії: Підручник / За заг. ред. Л.С. Шевченко. – Х.: Право, 2008.
9. Яроцька Т.Р. Основи економічної теорії. – Одеса. – 2004.
10. Основи економічної теорії : підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2010. – 448 с.

Розділ II

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Тема 5. Ринок як форма організації суспільного виробництва. Види ринків та їх інфраструктура

*Якщо в тебе є щось краще – запропонуй,
якщо ні – скорись.
(Латинська приказка)*

1. Ринок: сутність, функції, класифікація.
2. Суть та функції ринкової інфраструктури.
3. Об'єкти ринкової інфраструктури, що обслуговують різні ринки.

1. Ринок: сутність, функції, класифікація

Ринок – це сукупність економічних відносин, що виникають між виробниками і споживачами у процесі вільного еквівалентного обміну виробленими благами (послугами), який організований за законами товарного виробництва і грошового обігу.

Ринок – економічні взаємовідносини, які виникають у процесі товарно-грошових взаємозв'язків виробництва і споживання, обслуговування потреб пропозиції і попиту.

Загалом ринок розглядається як механізм, який поєднує покупця та продавця.

Ринкова система характеризується пануванням приватної власності, суспільним поділом праці, широким розвитком товарно-грошових відносин. Як і кожна інша соціальна система вона постійно розвивається. Сучасна ринкова система розвивається на основі високо розвинутої технології, різноманітних форм власності та активної участі держави в економіці.

Функції ринку:

1) *інформаційна*, що виявляє суспільні потреби, попит на товари та послуги і дає виробникам уявлення про стан справ на ринку;

2) *регулююча*, яка визначає структуру пропозиції і виявляється у розподілі та перерозподілі ресурсів відповідно до платоспроможного попиту;

3) *стимулююча*, що націлює виробників на зниження витрат виробництва і підвищення його ефективності на основі впровадження нової техніки і технології, раціонального використання сировини і матеріалів, підвищення якості товарів та послуг;

4) *інтегруюча*, яка забезпечує взаємодію функцій, перелічених вище, і допомагає вибору ефективних рішень щодо діяльності підприємств;

5) *контрольна*, що забезпечує вплив споживачів на виробництво, оскільки саме на ринку визначається, наскільки необхідний суспільству вироблений продукт.

Види ринку:

Залежно від умов, у яких діють суб'єкти господарського життя, вирізняють:

- вільний ринок – це ринок з великою кількістю виробників однорідної продукції, які не в змозі вплинути на рішення один одного (вільне входження на ринок вільний доступ до інформації);

- монополізований ринок – це ринок, для якого характерна незначна кількість виробників даного товару, застосовується його диференціація, існує дефіцит необхідної інформації, погоджуються дії учасників ринкових відносин;

- регульований ринок – це ринок, який контролюється і регулюється державою за допомогою спеціальних заходів економічного та адміністративного характеру.

За ознакою простору дії вирізняють:

- місцевий (у межах міста чи села);
- регіональний (певна територія якоїсь країни);
- національний;
- світовий.

З точки зору відповідності чинному законодавству:

- легальний (офіційний) і тіньовий ринки.

Залежно від об'єктів купівлі-продажу розрізняють такі види ринків:

- товарів широкого вжитку;
- товарів промислового призначення;
- праці;
- цінних паперів;
- науково-технічних знань і т.д.

Фахівці з маркетингу розрізняють:

- ринок продавця (більше влади мають продавці);
- ринок покупця (більше влади мають покупці);

Залежно від того, хто є покупцем товару, що продається, і з якою метою він купується, розрізняють:

- споживчий ринок – окремі особи і господарства, які купують товари для особистого споживання;
- ринок виробників – організації, що купують товари для використання у процесі виробництва;
- ринок проміжних продавців – організації, що купують товари для наступного перепродажу їх з прибутком для себе;
- ринок державних установ – державні організації, що купують товари;
- міжнародний ринок – покупці за межами країни, включаючи закордонних споживачів, виробників, проміжних продавців, держав і установ.

2. Суть та функції ринкової інфраструктури

Кожен вид ринку має свою інфраструктуру, свій набір інструментів, які забезпечують його життєдіяльність.

Під **інфраструктурою** ринку розуміють систему державних, приватних і громадських інститутів (організацій і установ) і технічних засобів, що

обслуговують інтереси суб'єктів ринкових відносин, забезпечують їхню ефективну взаємодію.

Розділяють організаційно-технічну, фінансово-кредитну, науково-дослідницьку та законодавчу інфраструктуру ринку.

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

Фінансово-кредитну інфраструктуру ринку утворюють банки, фондові та інвестиційні компанії, фонди профспілок та інших громадських організацій. Це всі ті, хто здатен займатися і займається мобілізацією тимчасово вільних грошових ресурсів, перетворює їх у кредити, а потім і в капіталовкладення.

Науково-дослідницька інфраструктура ринку включає в себе наукові інститути з вивчення ринкових проблем, інформаційно-консультативні фірми, аудиторські організації, спеціальні навчальні заклади. Ці інститути вивчають динаміку ринкової ситуації, займаються розробкою стратегії і тактики поведінки підприємств на ринку, прогнозів для уряду та підприємців, моделюванням, наданням консультацій, улагодженням конфліктів між партнерами, підготовкою економістів, менеджерів та фахівців з маркетингу.

Законодавча інфраструктура – законодавчі органи, нормативно-законодавчі документи, юридичні контори, аудиторські фірми, тощо.

Об'єкти ринкової інфраструктури, що обслуговують різні ринки:

- валютний ринок (валютні біржі);
- фінансовий ринок (фондові біржі, банки);
- ринок науково-технічних розробок та інформації (організації, що надають інформаційно-комерційні послуги);
- ринок природних ресурсів та засобів виробництва (товарні біржі);
- ринок споживчих товарів (магазини, універсами, торговельні палати, промтоварні та продуктові ринки);
- ринок праці (центри зайнятості).

Основні функції ринкової інфраструктури:

- сприяння покращенню матеріально-технічного забезпечення та реалізації продукції підприємств;
- створення необхідних умов для ділових відносин підприємців, регулювання руху робочої сили;
- здійснення маркетингового, інформаційного та рекламного обслуговування;
- здійснення правового та економічного консультування підприємців;
- забезпечення фінансової підтримки підприємців.

Загалом ринкова інфраструктура сприяє зростанню ділової активності, створенню додаткових робочих місць, активізації кругообігу капіталу, створенню великої кількості організацій.

3. Об'єкти ринкової інфраструктури, що обслуговують різні ринки

Сучасну інфраструктуру ринків формують різні види бірж як її найважливіші об'єкти, а також банки, страхові компанії, торгові палати, рекламні агентства, ярмарки, інформаційні центри та ін.

Саме біржі є тим найважливішим об'єктом інфраструктури ринку, який набуває все більшого значення в сучасних умовах.

Товарний ринок: ринок предметів споживання та послуг, ринок засобів виробництва, ринок науково-технічних розробок.

Ринок предметів споживання і послуг. Ринок споживчих товарів і послуг являє собою сферу обігу, за допомогою якої реалізуються товари народного споживання та послуги. Ця сфера забезпечує задоволення потреб різних соціальних груп, кожної сім'ї, кожної людини. *Послуга* - це особлива споживна вартість, що задовольняє певні потреби людини. Особливістю послуги як товару (порівняно із звичайним товаром, втіленим у речі) є те, що вона корисна не як річ, а як діяльність. Тому споживання послуги збігається з процесом її створення, з діяльністю, а їх неможливо нагромаджувати, транспортувати. Складовими елементами ринку предметів споживання є виробництво товарів тривалого користування (телевізорів, холодильників, автомобілів, відеотехніки тощо) та поточного споживання. Даний ринок найбільш схильний до коливання попиту та пропозиції грошового обігу, інфляції. Цей ринок безпосередньо впливає на благоустрій нації. Для функціонування ринку товарів і послуг потрібна розвинута гуртова та роздрібна торгівля.

Товарна біржа – це оптовий товарний ринок. Умовами розвитку товарних бірж є:

-	вільний	вибір
підприємницької діяльності;		
-	економічна самостійність;	
-	необмежене	число
учасників;		
-	повна інформованість про	
економічну і біржову кон'юнктуру;		
- мобільність обігу матеріальних, фінансових, трудових та інших видів ресурсів;		
-	вільний вибір партнерів по	
угоді;		
-	вільне ціноутворення;	
-	відкритість	економіки
держави зовнішнім зв'язкам.		

В Україні товарні біржі існують з XVIII ст. На практиці біржі отримують прибутки, джерелом яких є відрахування із сум комісійної винагороди, яку отримують брокерські контори (0,1 – 0,5%). Біржова ціна як результат вільної конкуренції є орієнтиром для інших ринків. Членами біржі є її акціонери. Вони мають право безплатно відвідувати біржу, користуватися її технічними засобами, укладати угоди.

Дистриб'ютори – це оптово-посередницькі фірми, які обслуговують різні галузі економіки. Участь підприємства у біржовій торгівлі може здійснюватися за певну плату через брокерські контори або брокерів (маклерів).

Біржовий маклер – висококваліфікований спеціаліст, який має право документально оформлювати угоди і передавати їх до реєстрації.

Біржова угода – це письмово оформлений документ купівлі-продажу або поставки.

Отже, **товарна біржа** – це асоціація юридичних і фізичних осіб, які здійснюють оптові торговельні операції за стандартами, зразками, причому ціни на товари встановлюються в умовах вільної конкуренції.

Ринок інформації – це сукупність економічних відносин з приводу збирання, опрацювання, систематизації інформації та її продажу кінцевому споживачу. Від якості та обсягу інформації залежить правильність прийнятого рішення. Інформація є рідкісним благом, для отримання якого потрібні певні витрати. Між виробником і споживачем на ринку інформації є посередники, основне завдання яких - збирання і продаж інформації. Ці ринки відрізняються один від одного ступенем поінформованості та можливостями реальних дій таких посередників у реалізації товарів і послуг.

Фінансовий ринок: валютний ринок, фінансовий ринок, ринок цінних паперів.

На валютному ринку України відбувається широкий спектр валютних операцій. Валютний ринок володіє такою якістю, як стабільність. Він не піддається таким потрясінням, як фондовий ринок. В ситуації тієї чи іншої економічної кризи акції відповідних компаній, працюючої в цій сфері економіки, можуть різко знецінятися, то у випадку з валютним ринком падіння курсу однієї валюти означає лише зростання іншої валюти. Гроші володіють найбільшою ліквідністю. Їх в будь-якому випадку будуть купляти або продавати. Як раз на цьому і заснована стабільність міжнародного валютного ринку.

За своїм економічним змістом *валютний ринок* – це сектор грошового ринку, на якому урівноважуються попит і пропозиція на такий специфічний товар, як валюта.

За своїм призначенням і організаційною формою валютний ринок – це сукупність спеціальних інститутів та механізмів, які у взаємодії забезпечують можливість вільно продати-купити національну та іноземну валюту на основі попиту та пропозиції.

Валютний ринок має всі атрибути звичайного ринку: об'єкти і суб'єкти, попит і пропозицію, ціну, особливу інфраструктуру та комунікації тощо.

Об'єктом купівлі-продажу на цьому ринку є валютні цінності, іноземні – для резидентів. Суб'єктами валютного ринку можуть бути будь-які економічні агенти (юридичні та фізичні особи, резиденти і нерезиденти) та посередники, насамперед банки, брокерські компанії, валютні біржі, які "зводять" продавців і покупців валюти та організаційно забезпечують операції купівлі-продажу. Спільним для всіх суб'єктів валютного ринку є бажання одержати прибуток від своїх операцій. Провідне місце серед посередників валютного ринку займають банки. Оскільки вони ведуть рахунки (національні й іноземні) та мають розвинуті системи телекомунікацій, їм дуже зручно виконувати доручення клієнтів з купівлі-продажу валюти.

Ціною на валютному ринку є валютний курс. Він являє собою ціну грошової одиниці даної валюти в грошових одиницях іншої валюти.

Розвиток новітніх засобів телекомунікацій та інформаційних технологій дає можливість поєднати окремі міжнародні ринки в єдиний світовий валютний ринок, який здатний функціонувати практично цілодобово.

Функції та операції валютного ринку:

- забезпечення умов та механізмів для реалізації валютної політики держави;
- створення суб'єктам валютних відносин передумов для своєчасного здійснення міжнародних платежів за поточними і капітальними розрахунками та сприяння завдяки цьому розвитку зовнішньої торгівлі;
- забезпечення прибутку учасникам валютних відносин;
- формування та урівноваження попиту і пропозиції валюти і регулювання валютного курсу;
- страхування валютних ризиків;
- диверсифікація валютних резервів.

У сучасних умовах господарювання все більшого значення набуває ринок капіталів і грошей. Рух капіталів, як відомо, відбувається у вигляді кредиту. Це спричиняє появу особливої ланки ринкової інфраструктури –кредитної системи, її утворюють банки, страхові компанії, фонди будь-яких інших організацій, що мають право комерційної діяльності.

Загалом сучасний **фінансовий ринок** – це винятково складна структура з великою кількістю учасників – фінансових посередників, які оперують з різноманітними фінансовими інструментами і виконують широкий набір функцій з обслуговування й управління економічними процесами. А проте це ринок, на якому присутні продавці й покупці, є товар, що продається і купується. Але товар цей особливий – це гроші, надані в користування: тимчасово – у формі позик під зобов'язання, або назавжди – під акції.

Існує кілька способів класифікації фінансових ринків залежно від того, з яких позицій розглядаються фінансові угоди.

За принципом оборотності фінансовий ринок поділяється на ринок боргових зобов'язань і ринок власності (debt and equity markets). На ринку боргових зобов'язань (наприклад, облігацій) гроші даються в борг на певний час. На ринку власності (наприклад, акцій) купують і продають право на

одержання доходу від вкладених грошей. Покупець, який одержав право, стає співвласником організації (право сторони, що продала). Але завжди угода оформляється певним документом, який називають цінним папером.

За характером руху *цінних паперів* фінансовий ринок поділяється на первинний і вторинний. На первинному ринку продаються і купуються папери нових випусків, на вторинному – обертаються раніше випущені цінні папери. На первинному ринку цінні папери продаються, а на вторинному – перепродаються.

Вторинний ринок цінних паперів має особливо важливе значення для економіки. Він забезпечує вільне переливання фінансових коштів між господарськими суб'єктами. В активах кожної фірми, як правило, крім фізичного капіталу присутні цінні папери, раніше випущені іншими господарськими суб'єктами і придбані фірмою (корпорацією, концерном). Ці папери фактично становлять резервний капітал фірми. Якщо фірма потребує фінансових коштів, вона може продати частину своїх цінних паперів на вторинному ринку й одержати необхідні фінансові кошти. Якщо папери були продані за тією самою вартістю, що зазначена в активах, то за інших рівних умов капітал фірми не змінюється. Для збільшення фізичного капіталу фірма може здійснювати новий випуск власних цінних паперів.

Первинний ринок існує в основному у вигляді розгалуженої мережі фінансових брокерів (офіційних посередників) і дилерів (осіб або фірм, що здійснюють торгове посередництво), вторинний ринок – це, як правило, фондові біржі й та частина брокерської і дилерської мережі, через яку проходять операції з перепродажу цінних паперів.

Фондова біржа – установа, організований ринок, на якому власники здійснюють процес купівлі-продажу цінних паперів.

Під **ліквідністю** розуміють властивість, спроможність фінансового ресурсу перетворюватися на гроші. Визначаючи ступінь ліквідності, звичайно враховують час, за який можна перетворити певний фінансовий ресурс на гроші, і витрати, пов'язані з таким перетворенням.

У ринковій економіці товар робоча сила купується і продається на ринку праці.

Ринок праці – суспільно-економічна форма руху трудових ресурсів. Як економічна категорія ринок праці представляє собою систему виробничих відносин між робітниками, підприємцями і державою, по-перше, з приводу обміну індивідуальної здібності до праці необхідної для відтворення робочої сили, та, по-друге, з приводу розміщення робітників в системі суспільного розподілу праці у відповідності до законів товарного виробництва та обороту.

Ринок праці виконує такі функції:

- 1) оцінює корисність (споживну вартість) і цінність (вартість) робочої сили, тобто того чи іншого виду праці;
- 2) регулює попит і пропозицію праці, розподіляє робочу силу між галузями економіки і регіонами країни.

Біржа робочої сили (біржа праці, служба зайнятості) – установи, які збирають і надають інформацію про наявність вакансій, сприяють підготовці та перепідготовці кадрів, створенню робочих місць, швидкому переміщенню робочої сили, забезпеченню ефективності зайнятості працездатного населення.

На практиці ринок праці сприймається як механізм виявлення і погодження попиту і пропонування на робочу силу, тобто цей ринок має спільні риси з іншими складовими загального ринку. Це попит, пропозиція, ціна. Водночас ринок праці відрізняється від інших ринків. Суть відмінності в тому, що для робітника продаж робочої сили, її ціна, служать, як правило, основним джерелом життєдіяльності. Рівень заробітної плати може гарантуватися тільки державою, шляхом встановлення граничних правових норм (тарифні ставки, ставки оплати праці, тривалість робочого часу, оподаткування та ін.).

Процес становлення ринку праці в Україні супроводжується посиленням його сегментації. Наслідком стало значне розшарування населення, загострення проблеми безробіття, зубожіння певних соціальних верств, це поширення нелегальної діяльності. Тіньовий сектор в Україні становить до 50% ВВП. Поряд із збагаченням одних прошарків населення, інші ще більше відлучаються від матеріальних цінностей. Завданням сучасного етапу в сфері регулювання зайнятості є перехід до активної політики на ринку праці, яка, на жаль, не здійснюється зараз. В основу має бути покладена модель управління, центральними елементами якої є основні регулятори ринкової організації праці: заробітна плата як ціна послуг праці, конкуренція на ринку праці, трудова мобільність, рівень безробіття. Саме за цими параметрами здійснюється, з одного боку, саморегулювання на ринку праці, а з іншого - відбувається втручання держави, яка реалізує координуючу, стимулюючу чи обмежуючу роль, у процес управління.

Пріоритетними напрямками реформування українського ринку праці є вдосконалення системи оплати праці, розширення можливостей отримання населенням офіційних основних і додаткових доходів, соціальна підтримка окремих груп; підвищення якості та конкурентоспроможності робочої сили; сприяння ефективним і доцільним переміщенням працездатного населення; запобігання зростанню безробіття через створення робочих місць за рахунок різних джерел фінансування, впровадження механізмів звільнення і перерозподілу зайнятих, реструктуризації економіки і піднесення вітчизняного виробництва.

Питання для обговорення на семінарі

1. Ринок як підсистема ринкової економіки. Функції та класифікація ринку.
2. Охарактеризуйте роль основних елементів ринкової інфраструктури в економіці.
3. Ринок капіталів.
4. Ринок товарів і послуг. Товарна біржа, її суть та види.
5. Ринок цінних паперів. Фондова біржа. Валютна біржа.
6. Ринок праці. Біржа праці та її функції.
7. Особливості сучасного ринку.

Теми реферативних повідомлень

1. Формування інфраструктури ринку в Україні.
2. Ринкові відносини в економіці України.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Гальчинський А.С., Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Основи економічних знань. – 2-ге вид. – К.: Знання-Прес, 2003.
2. Економічна теорія: Політична економія: Підручник. – 2-ге вид./ За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання-Прес, 2003.
3. Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Сучасна економіка: Навчальний посібник. – К.: Вища школа., 2005.
4. Лібанова Є.М. Ринок праці: Навч. посіб. – К.: ЦНЛ, 2003.
5. Мочерний С.В. та ін. Короткий курс економічної теорії: Навчальний посібник. – Тернопіль. Економічна думка. 2004.
6. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. В.А. Предборського. – К.: Кондор, 2002.
7. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. Ю.В.Ніколенко. – К.: ЦНЛ, 2003.
8. Основи економічної теорії: політекономічний аспект / За ред. Г.Н. Климка. – 4-те вид. – К.: Знання-Прес, 2003.
9. Основы экономической теории: учебное пособие/ За об. ред. Горняк О.В., Доленко Л.Х. – Одиссей, 2005.
10. Основи економічної теорії : підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2010. – 448 с.
11. Теоретическая экономика. Политэкономия: Учебник / Под. ред. Г.П. Журавлёвой, Н.Н. Мильчаковой. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997.

Тема 6. Механізм функціонування ринкової економіки

Майже всі головні проблеми в політекономії мають одну і ту ж сутність... як пропозиція та попит урівноважуються.
Альфред Маршалл

1. Попит, закон попиту і чинники впливу на нього. Еластичність попиту.
2. Пропозиція, закон пропозиції, чинники впливу. Еластичність пропозиції.
3. Ринкова рівновага та встановлення рівноважної ціни.
4. Конкуренція та її роль у ринковій економіці. Монополія. Антимонопольне законодавство.

1. Попит, закон попиту і чинники впливу на нього. Еластичність попиту

”Пропозиція” і “попит” – два найважливіших поняття економіки. Їх можна розглядати окремо, але на практиці це два нерозривних явища.

Попит – платоспроможна потреба, яку споживачі можуть задовольнити, придбавши певні блага.

Обсяг попиту – це максимальна кількість товарів, яку здатні купити споживачі в певний період часу (день, тиждень, рік) у певних умовах.

Економічна теорія визначає попит як зв'язок між двома конкретними змінними: ціною і кількістю блага. Попит – це не просто кількість, це завжди перелік цін і перелік кількостей (величин блага), які люди прагнуть купити.

Закон попиту – у міру того як ціна на товар підвищується, попит на товар зменшується і навпаки.

Про дію цього закону свідчить: по-перше, те, що низькі ціни посилюють у споживачів бажання купувати товари (розпродаж товарів за низькими цінами). По-друге, оскільки споживання підлягає дії принципу знижувальної граничної корисності, то споживачі купують додаткові одиниці продукту лише за умови, що його ціна знижується. По-третє, підтвердженням цього є ефект доходу і ефект заміщення. *Ефект доходу* вказує на те, що за нижчої ціни товару споживач може купити його, не відмовляючи собі у придбанні інших альтернативних товарів. *Ефект заміщення* виражається в тому, що за нижчої ціни споживач хоче придбати дешевий товар замість аналогічних, які стали відносно дорожчими.

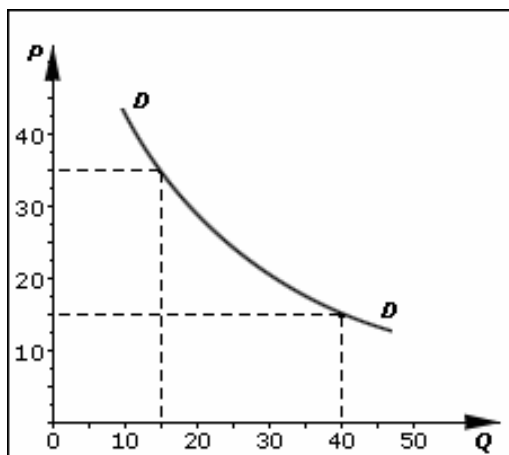


Рис. 6.1. Графік попиту

Графік попиту – відношення між ринковою ціною товару і грошовим виразом попиту на неї (показує вірогідну кількість товару, який вдається продати за певний час по цінах даного рівня). $QD = f(P, A, B, C, \dots)$ – загальна функція попиту.

Окрім цінових факторів, існують нецінові, які впливають на попит:

- смаки і переваги покупців;
- мода;
- число покупців;
- доходи покупців;
- споживацькі очікування (очікування

зміни ціни або зміни доходів);

- зміна ціни на комплементарні і замінні товари;
- інші суб'єктивні фактори.

Економісти вимірюють ступінь чуткості, чи чутливості, споживачів до зміни ціни продукції, використовуючи концепцію *цінової еластичності попиту*.

Еластичність – це чутливість однієї економічної змінної до зміни іншої економічної змінної, її здатність реагувати на цю зміну.

Цінова еластичність попиту – чутливість попиту до зміни вартості товарів, тобто кількість товарів, на яку люди збільшать або зменшать свої покупки у випадку зміни ціни.

Еластичність попиту за ціною показує на скільки змінюється обсяг попиту залежно від зміни ціни. Ступінь цінової еластичності чи нееластичності попиту економісти вимірюють при допомозі коефіцієнта E_d , який вираховується:

$E_d = \text{процентна зміна кількості питаємої продукції} / \text{процентна зміна ціни}.$

Процентні зміни вираховується шляхом ділення величини зміни в ціні на першопочаткову ціну і, слід за цим, зміни в кількості питаємої продукції на ту кількість продукції, на яку попит був спочатку. Тому формулу можна представити так:

$$E_d = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P} = \frac{\text{зміна попиту} \%}{\text{зміна ціни} \%} \quad (6.1)$$

Отже, цінова еластичність попиту становить частку від ділення відсоткової зміни величини попиту на відсоткову зміну ціни.

Еластичний попит. Попит на товар вважається еластичним, якщо дана відсоткова зміна ціни призводить до відносно більшої відсоткової зміни величини попиту. У цьому разі E_d буде більше одиниці $E_d > 1$.

Нееластичний попит. Якщо дана відсоткова зміна ціни супроводжується відносно меншими відсотковими змінами величини попиту, то попит вважається нееластичним. Нееластичність попиту спостерігається за таких обставин: 1) товар має достатній ступінь новизни, відсутні ідентичні товари; 2) товар прийшовся до смаку в певній категорії покупців, знайшов свій сегмент; 3) зміна цін не така вже помітна для споживача; 4) підвищення ціни виправдовується зміною на краще якісних характеристик продукту; 5) зміни в ціні можуть обумовлюватися змінами в економіці (інфляційними процесами, наприклад: надзвичайними обставинами. У цьому разі E_d є меншим за одиницю $E_d < 1$.

Одинична еластичність. Між еластичним і нееластичним попитом відбувається гранична ситуація, коли відсоткові зміни ціни та супроводжуючі його відсоткові зміни попиту, рівні між собою. Цей випадок називається одиничною еластичністю, оскільки $E_d = 1$.

Абсолютно нееластичний попит. Зміна ціни взагалі не приводить ні якої зміни величини попиту.

Абсолютно еластичний попит. Збільшення ціни викликає зниження попиту до нескінченності.

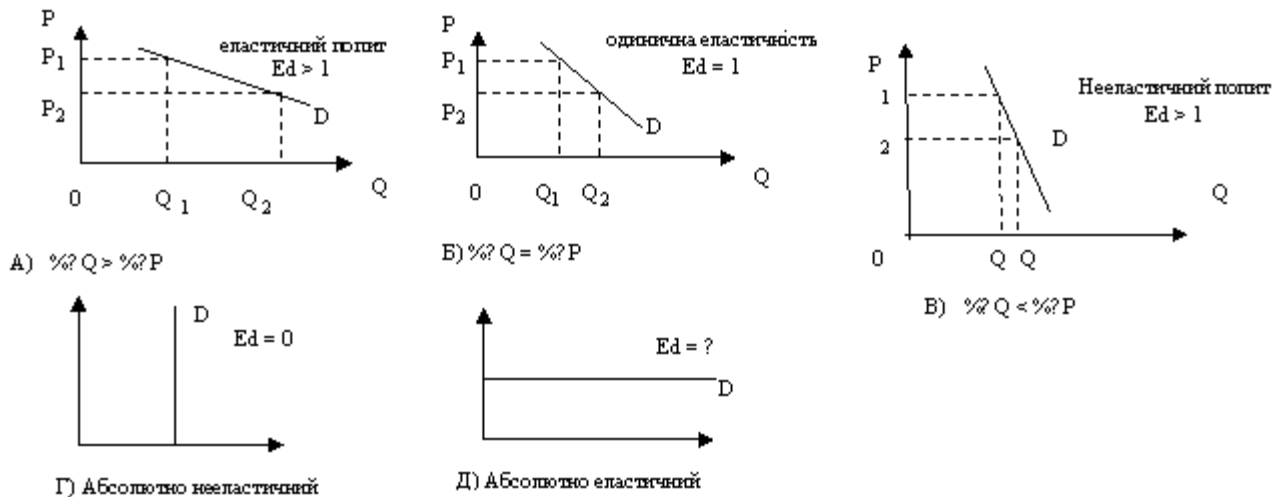


Рис. 6.2. Цінова еластичність попиту

Фактори цінової еластичності попиту:

□ Важливість товару для споживача (попит на предмети розкоші – еластичний, на предмети першої необхідності – хліб, енергія – без них ми не проживемо – нееластичний).

□ Рівень замінюваності товару (чим більше товарів-замінників, тим еластичніший попит на даний товар (хтось із конкуруючих продавців може збільшити ціну, тоді споживачі перейдуть до іншого продавця, який продає аналогічний товар, чи товар-замінник (пшениця на ячмінь, овес; шкіра на дерматин і т.д.)).

□ Питома вага товару в доході споживача (чим більше місце займає продукт в бюджеті споживача, при інших рівних умовах, тим більша буде еластичність попиту на товар).

□ Фактор часу (попит на товари більш еластичний у довгостроковий період).

□ Зниження еластичності попиту можливо очікувати, якщо:

- відсутні конкуренти або їх зовсім обмаль;
- покупці не помітили, що ціна збільшилася;
- покупці інертні в змінах своїх купуючих звичок і в пошуку більш дешевих товарів;
- покупці вважають, що високі ціни – наслідок якісних покращень товару, результат інфляції і т.д.

Еластичність попиту за доходом – вимірюється за допомогою коефіцієнта E_I , який показує, на скільки відсотків зміниться обсяг попиту при зміні доходу споживача на 1%

$$E_I = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta I} = \frac{\text{зміна попиту } \%}{\text{зміна доходу } \%} \quad (6.2)$$

При аналізі показників еластичності попиту за доходом необхідно враховувати деякі характеристики товарів, споживання яких відчутне, або не відчутне до зміни доходів.

Нормальні товари – це товари, попит на які із збільшенням доходу збільшується.

Товари нижчої якості – це товари, попит на які із збільшенням доходу зменшується.

Значення E_I може бути позитивним, негативним чи рівним нулю залежно від ступеня необхідності благ (рис. 6.3).

Перехресна еластичність попиту використовується для вимірювання чутливості обсягу покупок споживача до зміни цін на замінюючі, чи доповнюючі товари.

Перехресна еластичність – показує, на скільки зміниться обсяг попиту на товар X при зміні ціни товару Y на 1%:

$$E_{xy} = \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_y} = \frac{\text{зміна попиту на продукт } X \%}{\text{зміна ціни } Y \%} \quad (6.3)$$

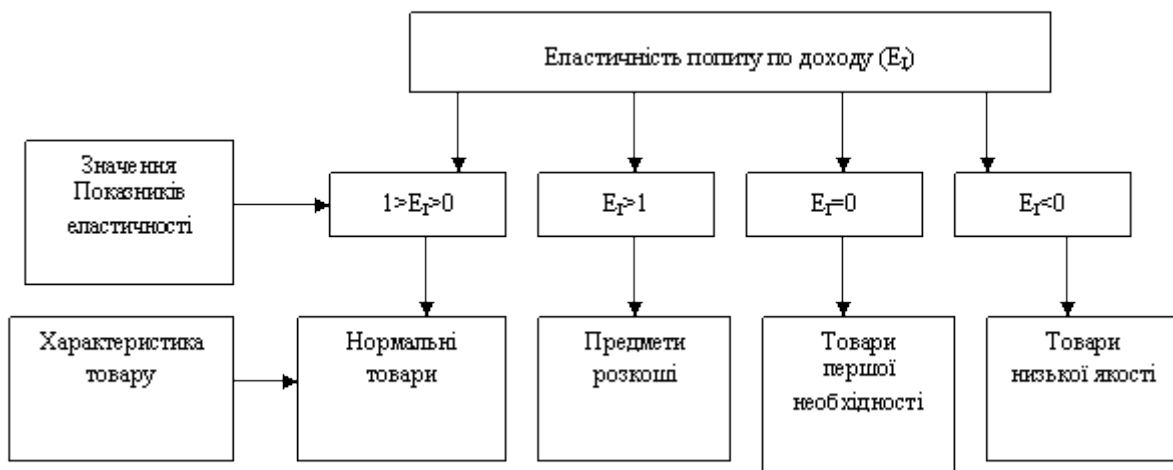


Рис. 6.3. Еластичність попиту по доходу

Якщо коефіцієнт перехресної еластичності має позитивне значення, тобто попит на продукцію X знаходиться в прямій залежності від зміни ціни продукту Y , то продукти X і Y є *взаємозамінними*. Чим більше позитивний коефіцієнт, тим більше ступінь заміни двох даних товарів.

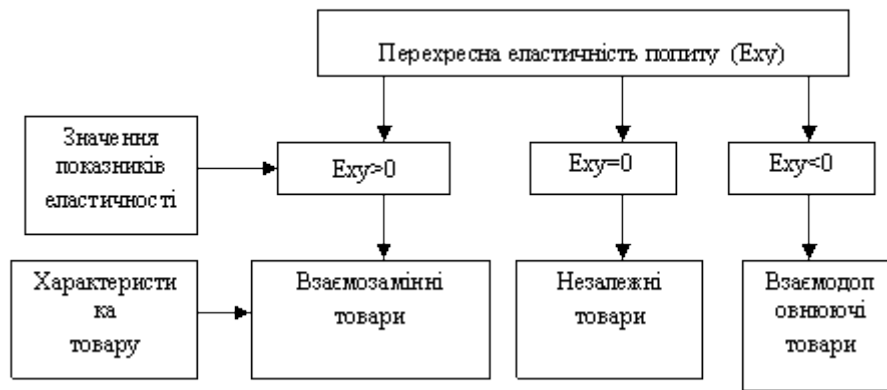


Рис. 6.4. Перехресна еластичність

Якщо коефіцієнт перехресної еластичності має негативне значення, то продукти X і Y є *взаємодоповнюючими* товарами. Чим більша величина негативного коефіцієнта, тим більше взаємодоповнюваність двох даних товарів. Нульовий чи майже нульовий коефіцієнт свідчить про те, що два продукти не пов'язані між собою, тобто є незалежними в споживанні товарами.

Теоретично існує можливість зростаючої кривої попиту, так званий товар Гіффена. Проте, на реальному ринку такий товар ніколи не був знайдений. Але такі приклади існують, наприклад, коли деякі люди купляють розкішний автомобіль тільки через його дороговизну. В даному випадку товаром є фактично престиж, а не автомобіль, тому, коли ціна розкішних автомобілів зменшується, це, фактично, змінює рівень престижу. Також є і такий приклад - у Голландії був рік не врожайності на картоплю, внаслідок чого зросла ціна на неї, але попит не зменшився (згідно із законом попиту), а навпаки – зріс, бо для бідних людей це був єдиний продукт харчування.

2. Пропозиція, закон пропозиції, чинники впливу. Еластичність пропозиції

Пропозицією вважають бажання та можливість продати товар за певною ціною.

Пропозиція – це максимальний обсяг товарів, який згоден і здатний виставити на продаж продавець в одиницю часу і за певних умов.

Обсяг пропозиції – це максимальна кількість товарів, які здатні виставити продавці за одиницю часу в певних умовах.

Функція пропозиції характеризує залежність пропозиції від ціни:

$$Q_x = -a + bP_x,$$

де a , b – коефіцієнти, P – ціна, Q – обсяг пропозиції.

Закон пропозиції: між ціною і пропозицією існує пряма залежність, тобто зі зростанням ціни зростає обсяг пропозиції.

Нецінові фактори які впливають на пропозицію:

- витрати виробництва;
- технічний прогрес;
- ціна подібних товарів (якщо виробник має змогу виробляти два подібних товари, то він буде виробляти той, від якого буде отримувати максимальний прибуток);
- стабільність законодавства і визначеність правового поля;
- очікування майбутніх змін.

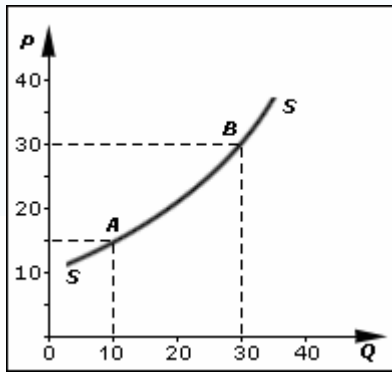


Рис. 6.5. Графік пропозиції

Графік пропозиції показує співвідношення між ринковими цінами і кількістю товарів, які виробники бажають запропонувати. Основний чинник, що впливає на рух кривої пропозиції – це витрати виробництва.

Еластичність пропозиції показує зв'язок між змінами ціни товару і обсягом його пропозиції.

Еластичність пропозиції показує, на скільки відсотків зміниться кількість запропонованого товару при зміні його ціни на 1%.

$$E_s = \frac{\Delta Q_s / Q_s}{\Delta P / P} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} \quad (6.4)$$

Для обчислення еластичності пропозиції потрібно продовжити криву пропозиції до перетину з негативним відрізком осі X, або з негативним відрізком осі Y. Якщо крива пропозиції (S) перетинає негативну частину горизонтальної осі, то $E_s > 1$, і якщо проходить через початок координат (S_1), то $E_s = 1$, якщо перетинає негативну частину вертикальної осі (S_2), то $E_s < 1$ (рис. 6.6).

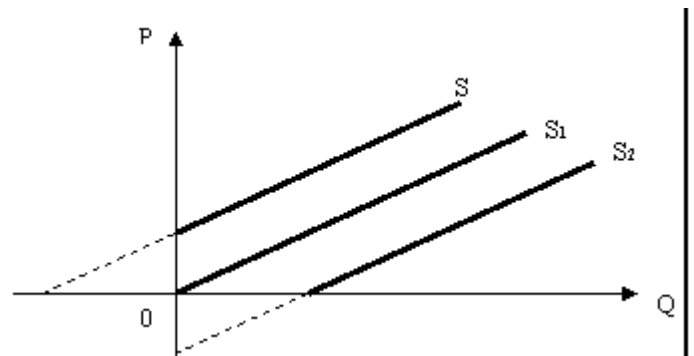


Рис. 6.6. Еластичність пропозиції

Фактори, які впливають на еластичність пропозиції: мобільність факторів виробництва випуску товару; кількість часу, наявного у розпорядженні виробників, для того щоб відреагувати на дані зміни ціни продукту.

Аналізуючи вплив часу, розрізняють найкоротший ринковий період, короткостроковий і довгостроковий періоди.

Найкоротший ринковий період настільки малий, що виробники не встигають відреагувати на зміни попиту і ціни. У межах короткострокового

періоду виробничі потужності окремих виробників і всієї галузі залишаються незмінними. Проте підприємства мають досить часу, щоб використовувати свої потужності інтенсивніше. Довгостроковий період досить тривалий, для того щоб фірми встигли вжити всіх заходів для пристосування своїх ресурсів в змінній ситуації. Оскільки залежність між ціною і пропозицією товару є прямо пропорційна і крива пропозиції представляє собою зростаючу криву. Тому, незалежно від ступеню еластичності чи нееластичності, ціна і загальний дохід завжди змінюються в одному і тому ж напрямі.

3. Ринкова рівновага та встановлення рівноважної ціни

Можна розглянути декілька правил, до яких призводить взаємодія попиту та пропонування.

- Ціна, за якої кількість товару, наявного на ринку, дорівнює кількості товару, на котрий є попит, має назву рівноважної.
- Збільшення попиту призводить до зростання рівноважної ціни і рівноважної кількості товару.
- Зменшення попиту призводить до падіння рівноважної ціни і зменшення рівноважної кількості товару.
- Збільшення пропонування призводить до зменшення рівноважної ціни та збільшення рівноважної кількості товару.
- Скорочення пропонування веде до збільшення рівноважної ціни і зменшення рівноважної кількості товару.

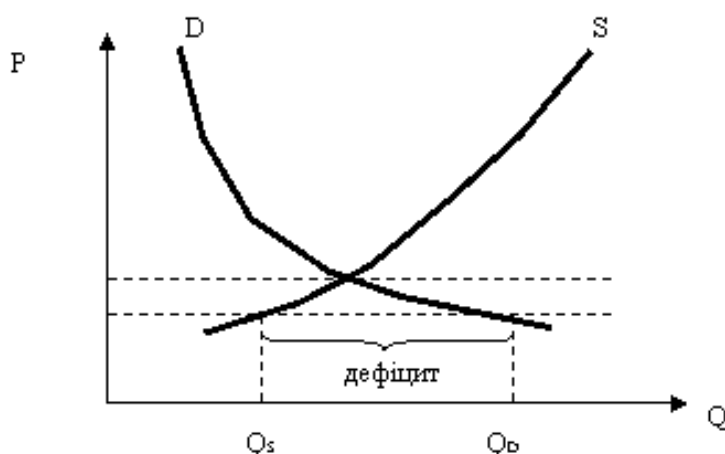


Рис. 6.7. Графік ринкової рівноваги

Чутливість ринкового попиту по відношенню до ціни визначається сукупністю факторів. Так, ринок менш відчуває зміни, коли:

- товар унікальний за своїми якостями (ефект унікальності);
- покупці не повідомлені про можливі заміновачі;
- покупці не в змозі порівняти якості продукту з його аналогами;

- витрати на покупку даного товару невеликі в порівнянні з загальними доходами покупців;
- витрати на даний товар невеликі в порівнянні з ціною кінцевого продукту, заради нормального використання якого купується даний товар;
- частина ціни, її зміни викликані під дією фірм-конкурентів, органами влади та управління;

- товар використовується разом із тим, що був куплений раніше (наприклад, деяка приставка);
- товар має високу якість, престиж, засвідчує індивідуальність того, хто його придбав.

Як вже вказувалося, на попит впливає і ряд нецінових факторів. Збільшення попиту через нецінові фактори може бути представлена графічно як переміщення кривої попиту вправо, що вказує на більший попит для кожної ціни, на зображення від початкової кривої $D1$ до нової кривої $D2$. Цей процес

піднімить рівноважну ціну з $P1$ до $P2$ та рівноважну кількість товару на ринку з $Q1$ до $Q2$. У цій ситуації ми говоримо, що мало місце *зростання* попиту, який викликав *розширення* постачання. З іншого боку, якщо попит зменшується, трапляється протилежний результат. Якщо початкова крива попиту $D2$, а потім зменшується до $D1$, ціна зменшиться, і необхідна кількість товару також зменшиться – викликається скорочення в постачанні. Причина зміни ціни в тому, що рівноважна кількість і ціна змінюється, якщо змінюється попит (рис. 6.8).

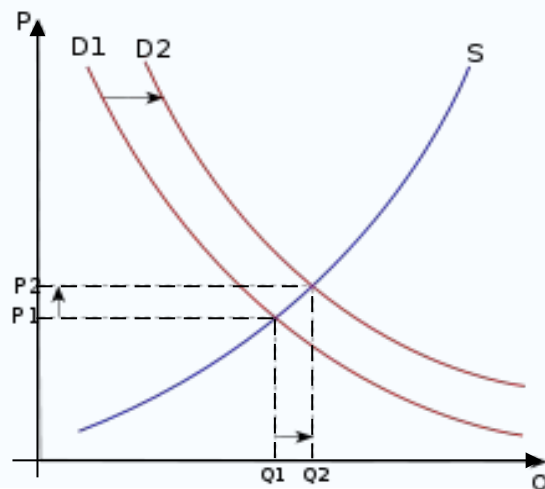


Рис. 6.8. Переміщення кривої попиту

Переміщення попиту – змінює ціну та кількість товару

$D1$ – стара крива попиту;

$D2$ – нова крива попиту; S – крива пропозиції

Таким чином, при збільшенні попиту лінія попиту зміщується праворуч, при зменшенні попиту лінія попиту зміщується ліворуч.

Переміщення пропозиції – також змінює ціну та кількість товару (рис. 6.9).

Коли витрати постачальників змінюються через чинники вказані вище, переміщається крива пропозиції. Наприклад, при покращенні засобів виробництва, виробники будуть готові забезпечувати більше товару за кожною ціною і це переміщає криву постачання $S1$ управо, до кривої $S2$ – *зростання* пропозиції. Це збільшення пропозиції примушує рівноважну ціну зменшитися з $P1$ до $P2$. При цьому рівноважна кількість зростає з $Q1$ до $Q2$, оскільки кількість, яка може бути продана, збільшується за новими нижчими цінами. З іншого боку, якщо пропозиція

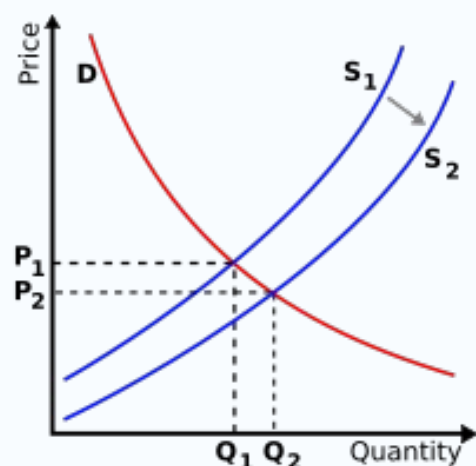


Рис. 6.9. Переміщення кривої пропозиції

D – крива попиту;

$S1$ і $S2$ – стара і нова криві пропозиції

зменшення, наприклад через виснажування родовищ сировини, трапляється протилежна ситуація. Якщо крива постачання спочатку була S_2 , а потім переміщається до S_1 , рівноважна ціна зростає, а кількість зменшиться. Причина зміни рівноважних кількості і ціни – зміна пропозиції.

Таким чином, при збільшенні пропозиції лінія пропозиції зміщується праворуч, при зменшенні пропозиції лінія пропозиції зміщується ліворуч.

Іноколи зустрічаються випадки, що крива пропозиції вертикальна: кількість *товару*, що постачається постійна незалежно від ціни (рис. 6.10). Наприклад, кількість землі в світі може розглядатися постійною. Якщо земля розглядається таким чином, це гарантує вертикальну криву постачання, надаючи їй нульову еластичність (тобто, байдуже, яка зміна в ціні, кількість не змінюватиметься).

Аналогічно зустрічається і вертикальна крива попиту, прикладом якої може розглядатися ціни на деякі екзотичні види сировини протягом короткого часу. У цьому випадку раптова зміна у ефективності добучі не зможе змінити необхідну кількість, через довгий час, потрібний для пристосування підприємств.

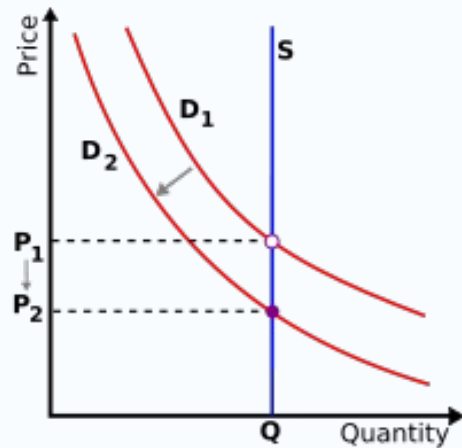


Рис. 6.10. Випадок вертикального положення кривої пропозиції

4. Конкуренція та її роль у ринковій економіці. Монополія. Антимонопольне законодавство

Конкуренція – це потужний інструмент ринкової економіки, рушійна сила, яка примушує товаровиробників підвищувати ефективність виробництва, знижувати виробничі затрати, підвищувати якість продукції, прискорювати впровадження новітніх досягнень науки і техніки.

Конкуренція (від лат. *conspicere* – «зіштовхуватися») – економічне суперництво, боротьба між суб'єктами господарської діяльності за кращі умови виробництва і реалізації товарів і послуг з метою отримання максимального прибутку.

Функції конкуренції:

1. Регулювання (рух капіталу туди, де очікується найвищий ефект).
2. Розподіл (розподіл доходів серед підприємств залежно від результатів їхньої діяльності).
3. Мотивація (підприємець повинен розраховувати не тільки на отримання прибутку, але й передбачати ризик у своїй діяльності).
4. Стимул (найповніше задоволення потреб споживачів).

Основні умови виникнення та існування конкуренції:

- наявність на ринку необмеженої кількості незалежних виробників і покупців товарів або ресурсів;
- свобода вибору діяльності;
- вільний доступ економічних суб'єктів до ринку і такий же вільний вихід із нього;
- відповідність між попитом та пропозицією (відсутність надвиробництва та дефіциту);
- наявність у кожного учасника конкуренції повної інформації про попит, пропозицію, ціну, норму прибутку, тощо.

Внутрішньогалузева конкуренція – це боротьба між товаровиробниками однієї галузі за вигідніші умови виробництва і реалізації товарів з метою одержання прибутку.

Міжгалузева конкуренція – це боротьба між товаровиробниками різних галузей економіки за найвигідніші умови (сфери) застосування капіталу. Вона здійснюється у формі стихійної міграції капіталів з галузей з низькою до галузей з високою нормою прибутку.

Міжнародна конкуренція – це конкуренція національних економічних суб'єктів за найвигідніші умови виробництва і реалізації товарів та послуг на світовому ринку. Міжнародна конкуренція поєднує внутрішньогалузеву та міжгалузеву форми конкуренції, сприяє переливанню капіталів між різними державами та забезпечує збалансований розвиток світового ринку та світового господарства.

Досконала (вільна) конкуренція – це така ринкова ситуація, за якої чисельні незалежно діючі виробники продають ідентичну продукцію, і жоден з них не в змозі контролювати ринкову ціну.

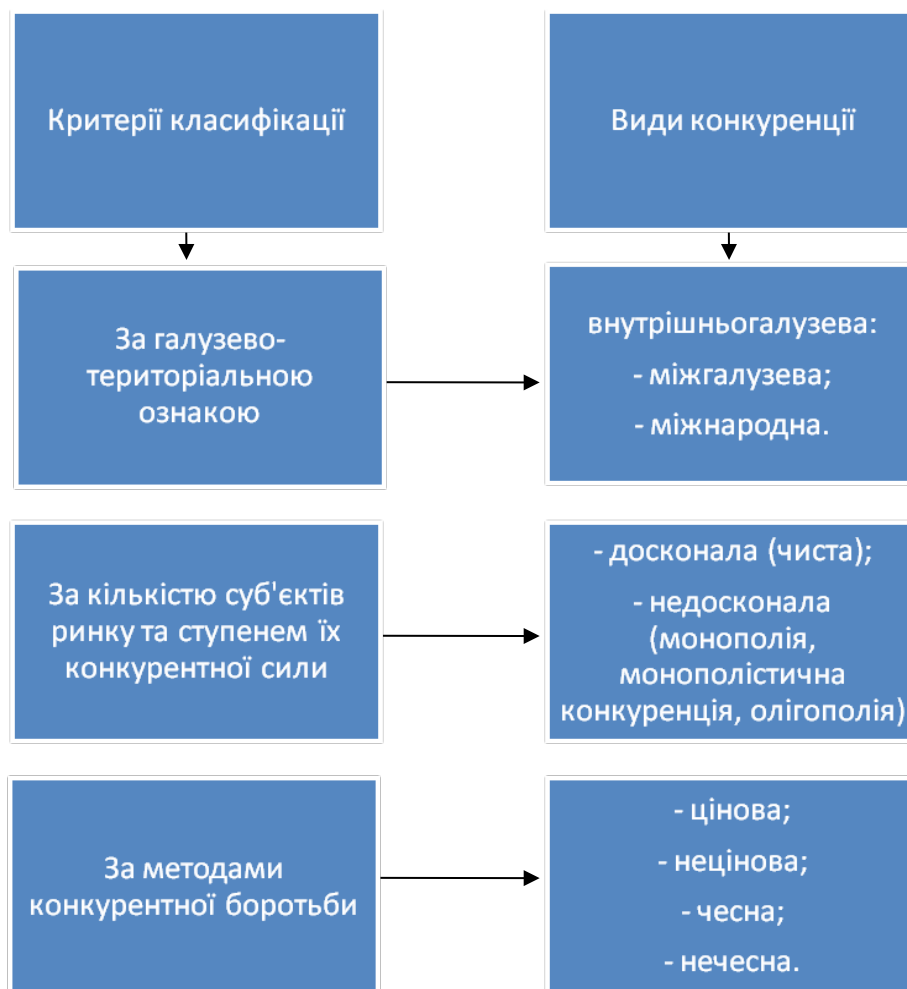


Рис. 6.11. Класифікація видів конкуренції

Головна ознака *недосконалої конкуренції* – здатність окремих учасників ринків певною мірою впливати на ціни і отримувати тим самим більші прибутки.

Розрізняють три ринкові структури недосконалої конкуренції: ринок абсолютної монополії, ринок монополістичної конкуренції, ринок олігополістичної конкуренції.

Абсолютна монополія (гр. *моно* – один і *поло* – продаю) – це така ситуація, за якої на ринку є лише один продавець і безліч покупців, які не мають вибору, а тому змушені купувати необхідний товар за запропонованою ціною.

Монополія – фірма або група фірм, що домінують на ринку з метою контролю і визначення цін.

Монополістична конкуренція – це така ситуація на ринку, коли велика кількість виробників пропонує подібну, але не ідентичну продукцію, тобто вона базується на диференціації продукції. Найбільш поширеними ринками монополістичної конкуренції є ринки одягу, взуття, безалкогольних напоїв, парфумів тощо.

Олігополістична конкуренція (гр. *oligos* – мало) – це модель ринкової атрибутики, за якої небагато великих фірм монополізують виробництво в реалізацію основної маси товарів.

Вихідні моделі олігополістичної конкуренції:

Дуополія – на ринку діють і конкурують між собою тільки дві фірми.

Олігополія – функціонує невелика кількість покупців певного товару.

Олігополія – провідна ринкова структура сучасної економіки, на частку якої у розвинених країнах припадає більша частина виробленої продукції.

Цінові методи конкуренції пов'язані з формуванням ціни, що залежала від величини витрат на виробництво та збут продукції (приблизно однакові товари реалізуються з різними цінами).

Нецінові методи – підтримуються сталі ціни, які змінюються, коли значно поліпшується якість продукції, боротьба за прибутки зводиться до завоювання прихильності з боку споживача, за рахунок кращого задоволення його потреб.

Також поряд з чесними методами конкуренції існують нечесні, мета яких – досягнення переваг і доходів нечесними способами. Перешкоджаючи діяльності на ринку іншим.

Економічний закон конкуренції. Закон, по якому кожен виробник або продавець прагне одержати найбільш вигідні умови для виробництва і збуту товарів і послуг.

Методи конкурентної боротьби:

- цінові методи (головним засобом боротьби є ціна);
- нецінові методи (стратегія конкурентної боротьби, яка базується на створенні передумов, які поліпшують реалізацію продукції).

Найпоширенішими методами нечесної конкуренції є такі:

- неправомірне використання позначень товару іншого виробника;
- дезінформація споживачів про якість товару тощо;
- компрометація товарів конкурентів (поширення у будь-якій формі неправдивих відомостей про властивості товарів своїх конкурентів);
- неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці (шпигунство);
- тиск на постачальників ресурсів і банки (для конкурентів);
- переманювання провідних спеціалістів.

Іноді деякі нечесні методи конкурентної боротьби переростають у кримінальні злочини: шантаж, підпали, вибухи, убивства. Все це зумовлює необхідність втручання в регулювання та усунення неприпустимих форм конкурентної боротьби.

Загалом монополія означає владу одного на ринку. Монополія породжується конкуренцією.

Під **економічною монополією** розуміють велике підприємство, фірму або об'єднання (спілку), яке посідає певне місце на ринку і концентрує значну частину виробництва і збуту певного виду продукції з метою одержання монопольного прибутку.

Особливості поведінки монополіста зумовлені насамперед можливістю впливати на ціни. Суто монополістична фірма створює ціну. Якщо за умов досконалої конкуренції ціна – постійна величина, а виробник має вирішувати, скільки випускати продукції за цією ціною, то за умов монополії завдання

формулюється інакше: необхідно вибрати ціну, при якій буде випускатися бажана кількість продукту, тобто одночасно вибирається ціна та обсяг випуску. Прагнучи максимізувати прибуток, фірма монополіст може маніпулювати й цінами, й обсягами продажів, вибираючи варіант, що забезпечить одержання прибутку, близького до максимуму. Максимальний прибуток дасть ціна, що відповідає такому обсягу випуску, продаж останньої одиниці якого забезпечує перевищення граничного доходу над граничними витратами.

Цінова дискримінація – продаж монополістом однієї і тієї ж продукції різним покупцям за різними цінами, з огляду на їхні купівельні можливості і еластичність попиту.

Класифікація монополій:

1. Економічна монополія – формується на базі закономірностей господарського розвитку. Основними організаційними формами економічних монополій є:

Картель – це об'єднання декількох підприємств однієї сфери виробництва, учасники якого зберігають власність на засоби виробництва і зроблений продукт, виробничу та комерційну самостійність і домовляються про частку кожного в загальному обсязі виробництва, цінах, ринку збуту.

Синдикат – це об'єднання низки підприємств однієї галузі промисловості, учасники якого зберігають власність на засоби виробництва але втрачають власність на вироблений продукт, тобто зберігають виробничу, але втрачають комерційну самостійність. Реалізація та збут товарів здійснюється загальною збутовою конторою.

Трест – це об'єднання низки підприємств однієї або декількох галузей промисловості, учасники якого втрачають право власності на засоби виробництва і вироблений продукт, виробничу і комерційну самостійність, тобто об'єднують виробництво, збут, фінанси, керування, а на суму вкладеного капіталу власники окремих підприємств одержують акції тресту, що дає їм право брати участь у керівництві та привласненні відповідної частки прибутку тресту.

Багатогалузовий концерн – це об'єднання десятків і навіть сотень підприємств різноманітних галузей промисловості, (транспорту, торгівлі, учасники якого втрачають право власності на засоби виробництва і вироблений продукт, а головна фірма здійснює над іншими учасниками об'єднання фінансовий контроль).

Конгломерат – це велетенський промисловий комплекс, в якому під єдиним фінансовим контролем зосереджені компанії, що діють у різних, технологічно не пов'язаних між собою галузях.

Консорціум – створюється на основі тимчасових угод між кількома банками і виробничими корпораціями для проведення спільних великомасштабних фінансових операцій чи здійснення виробничих проєктів (будівництво морських каналів, портів тощо).

2. Природна монополія – відбиває ситуацію, коли попит на певний товар чи послугу найкраще задовольняється однією чи кількома фірмами (особливості технології тощо).

3. Підприємницький тип монополізму – розвиток підприємств на основі концентрації капіталу і виробництва.

4. Інституційний тип монополізму – нерівність умов конкуренції, які надає держава для різних її учасників.

Антимонопольна політика – комплекс заходів, розроблений і впроваджений у багатьох країнах світу. Спрямований на припинення, попередження й обмеження діяльності монополій, а також створення відповідного законодавства.

Негативні наслідки монополій:

- придушують конкуренцію;
- підвищують ціни;
- уповільнюють НТР;
- розоряють малий та середній бізнес;
- монополізують засоби масової інформації.

Антимонопольне законодавство в Україні представлено Законами України: «Про обмеження монополізму і недопущення недобросовісної конкуренції в підприємницькій діяльності» (1992 р.), «Про захист від недобросовісної конкуренції» (1996 р.), «Про природні монополії» (2000 р.), тощо.

Питання для обговорення на семінарі

1. Попит. Крива попиту. Детермінанти попиту. Закон попиту.
2. Еластичність попиту. Коефіцієнти еластичності. Ефект доходу і ефект заміщення.
3. Пропозиція. Закон пропозиції. Детермінанти пропозиції.
4. Еластичність пропозиції та способи представлення.
5. Ринкова рівновага та встановлення рівноважної ціни.
6. Сутність та види конкуренції. Методи і способи конкурентної боротьби.
7. Монополія: причини виникнення, суть та основні форми. Олігополія.
8. Антимонопольна політика держави. Антимонопольне законодавство.

Теми реферативних повідомлень

1. Механізм ринкового саморегулювання. Теорія рівноваги Л.Вальраса.
2. Конкуренція як рушійна сила розвитку економіки.
3. Зарубіжний досвід антимонопольного законодавства.

Використана та рекомендована література

1. Економічна теорія. Посібник вищої школи (Воробйов Є.М., Гриценко А.А. та ін.) / Під заг. ред. Воробйова Є.М. – Харків-Київ, 2001.
2. Основи економічної теорії: Підручник / За заг. ред. Л.С. Шевченко. – Х.: Право, 2008.
3. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. В.А. Предборського. – К.: Кондор, 2002.
4. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. Ю.В. Ніколенко. – К.: ЦНЛ, 2003.
5. Основи економічної теорії: політ економічний аспект / За ред. Г.Н. Климка. – 4-те вид. – К.: Знання-Прес, 2003.
6. Основы экономической теории: учебное пособие / За об. ред. Горняк О.В., Доленко Л.Х. – Одиссей, 2005.
7. Панчишин С.М. Макроекономіка: Навчальний посібник. – К.: Либідь, 2001.
8. Політекономія: Навч. посіб. / За заг. ред. Г.А. Оганяна. – К.: МАУП, 2003.
9. Теоретическая экономика. Политэкономия: Учебник / Под. ред. Г.П. Журавлёвой, Н.Н. Мильчаковой. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997.

10. Фишер С., Доридуш Р., Шмалензи К. Экономика. – М., 1993.

11. http://uk.wikipedia.org/wiki/Попит_та_пропозиція

Розділ III

МІКРОЕКОНОМІКА (АНАЛІЗ РИНКОВОЇ ПОВЕДІНКИ)

Тема 7. Теорія поведінки споживача

*Нажити багато грошей – хоробрість, зберегти їх – мудрість,
а уміло витратити їх – мистецтво.
(Б. Авербах)*

1. Корисність і попит. Закон спадної граничної корисності.
2. Споживчий вибір і бюджетні обмеження. Правило максимізації корисності.
3. Крива байдужості, її суть і побудова. Карта кривих байдужості. Гранична норма заміщення.
4. Рівновага споживача.

1. Корисність і попит. Закон спадної граничної корисності

Наприкінці XIX на початку XX ст. була створена концепція корисності, яка пояснює поведінку споживача на ринку. Її засновниками є представники австрійської школи – К. Менгер, Ф. Візер. Основні положення цієї концепції були розвинені І. Джевонсом і А. Маршалом у Великій Британії, Л. Вальрасом у Швейцарії, Дж. Кларком в США.

В основі формування ринкового попиту лежать рішення споживачів. Модель поведінки споживача будується за загальними правилами мікроекономічного моделювання і включає три основних елементи: мету, обмеження, вибір.

Мета споживача полягає в отриманні якомога більшого задоволення від споживання певного набору благ, тобто в максимізації корисності.

Обмеження – це всі обставини, які не дозволяють споживачу отримати все, що забажається, найважливішими з них є ціни товарів і послуг та дохід споживача.

Вибір полягає у прийнятті та реалізації рішення щодо обсягу і структури споживчого набору за даних обмежень, який дозволив би максимізувати задоволення потреб.

Сучасному споживачеві пропонується величезна кількість товарів та послуг. Але одночасно придбати всі товари неможливо через нестачу доходів. Тому кожен споживач вирішує для себе такі питання. Що купити? Скільки це коштує? Чи вистачить грошей? Ці три проблеми становлять зміст теорії поведінки споживача.

Корисність – це властивість товару задовольняти потреби споживача. Воно не є тотожне поняттю «користь». Є речі, які не мають практичної корисності, але мають корисність. Так, картини відомих художників можуть не приносити користі з практичної точки зору, але мають величезну корисність для любителів живопису.

Корисність речі суттєво відрізняється для різних людей. Наприклад, окуляри мають велику користь для людей з порушенням зору і зовсім непотрібні людині з хорошим зором. Тепла куртка є взимку дуже корисною для мешканців холодних країн, а в теплих країнах її корисність майже нульова.

Корисність товару має дві властивості:

1. Вона є різною для різних людей;
2. Корисність від певних благ є різною для однієї і тієї ж людини в різний час і за різних обставин (ліки для здорової і хворої людини; тепле пальто взимку і влітку і т.д.).

Корисність виміряти практично неможливо. Однак для наочності, корисність вимірюють за допомогою ютилей (від англ. *utilitu* – корисність). Такий підхід до вимірювання корисності називається кардиналістським (кількісним). Його запропонували в останній третині XIX ст. У.Джевонс, Л.Вальрас. Кардиналістський підхід спрямував економічну теорію на вивчення поведінки споживача, довівши, що корисність – визначальний чинник попиту.

Користування будь-яким товаром дає споживачеві задоволення до певної межі. У зв'язку з цим введено поняття граничної та загальної корисності.

Гранична корисність – (MU) – це додаткова корисність, яку отримує споживач від кожної останньої, або кожної додаткової одиниці спожитого товару.

Загальна корисність – (TU) – це корисність, яку отримує споживач від використання товару загалом.

Спостереження за поведінкою споживача виявили, що кожна наступна одиниця блага приносить споживачу менше задоволення, ніж попередня. Це дало можливість німецькому економісту Г. Госсену сформулювати *закон спадної граничної корисності* (перший закон Госсена): величина задоволення від споживання кожної додаткової одиниці благ даного виду зменшується до досягнення нульового значення в точці повного насичення потреби, тобто при споживанні кожної додаткової (наступної) одиниці товару величина додаткового задоволення для людини зменшується. Наприклад, перший бутерброд принесе вам більше задоволення, ніж 7-й, ... 10-й.

Поспостерігаємо за поведінкою особи, яка споживає протягом дня сім груш. Нехай споживання першої груші приносить задоволення в 12 ютилів, другої-10 ютилів і т. д.(табл. 7.1).

Як бачимо споживання кожної наступної груші зменшує граничну корисність, а при споживанні восьмої взагалі переходить у некорисність. Даний приклад ілюструє закон спадної граничної корисності.

Між загальною та граничною корисністю існує взаємозв'язок: загальна корисність дорівнює сумі граничних корисностей.

Використовуючи дані таблиці побудуємо криву загальної корисності та криву граничної корисності (рис. 7.1).

Таблиця 7.1

Гранична і загальна корисність споживання груш (дані умови)

Кількість спожитих груш (одиниці блага), Q од.	Гранична корисність MU (в ютилях)	Загальна корисність TU (в ютилях)
0	0	0
1	12	12
2	10	22
3	8	30
4	6	36
5	4	40
6	2	42
7	0	42
8	-2	40

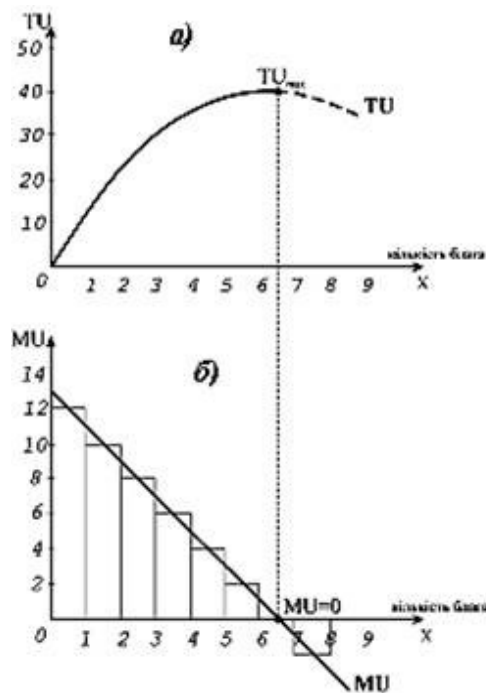


Рис. 7.1. а) Крива загальної корисності; б) Крива граничної корисності

Крива сукупної корисності (рис. 7.1,а) представляє зростаючу опуклу вгору функцію, що є наслідком дії закону зростаючої сукупної корисності: з

нарощуванням споживання будь-якого блага загальна сума корисності зростає. Графік граничної корисності (рис. 7.1,б) представлений спадною кривою.

Між кривими сукупної та граничної корисності існує геометричний зв'язок:

- сукупна корисність досягає максимального значення, коли гранична корисність стає рівною нулю;
- величину граничної корисності показує кут нахилу кривої сукупної корисності;
- за від'ємних значень граничної корисності крива відхиляється донизу, але цей відрізок (пунктир) не включається у функцію корисності.

Отже, раціональний споживач максимізує корисність від блага X, якщо припинить його споживання, як тільки гранична корисність останньої спожитої одиниці стане рівною нулю, тобто не додасть більше ніякого задоволення.

$$\text{Гранична корисність} = \frac{\text{Зміна загальної корисності}}{\text{Зміна кількості одиниць спожитого товару}}, \quad (7.1)$$

наприклад, MU четвертої груші = $\frac{36 - 30}{4 - 3} = 6$ (ютиль)

Середня корисність: (AU) - це загальна корисність у розрахунку на кожен одиницю товару.

$$\text{Середня корисність} = \frac{\text{Загальна корисність даної загальної кількості товару}}{\text{Кількість одиниць спожитого товару}}, \quad (7.2)$$

наприклад, середня корисність чотирьох груш $\frac{36}{4} = 9$ (ютиль).

2. Споживчий вибір і бюджетні обмеження. Правило максимізації корисності

Теорія поведінки споживача виходить із того, що споживач поводить себе раціонально, намагається максимізувати задоволення своїх потреб у процесі споживання товарів чи послуг.

Визначаючи оптимальний рівноважний набір проживання, споживачеві завжди доводиться порівнювати додаткову (граничну) корисність, отриману від кожної наступної одиниці товару, та ціну, яку довелося за цю одиницю сплатити.

Раціональний споживач, намагаючись досягнути максимального задоволення, прагне розподілити свої доходи таким чином, щоб гранична корисність у розрахунку на одиницю вартості товарів була однаковою. Ця закономірність називається *правилом максимізації корисності*, або другим законом Госсена, і має вигляд:

$$MU_a/P_a = MU_b/P_b = \dots = MU_i/P_i, \quad (7.3)$$

де MU – гранична корисність товару; P – його ціна.

Якщо стан рівноваги порушено, наприклад, гранична корисність товару А у розрахунку на одиницю вартості більша за товаром В, доцільно змінити структуру споживання, збільшивши обсяги споживання товару А за рахунок зменшення споживання товару В. Таким чином вирівнювання співвідношення граничних корисностей призведе до відновлення рівноваги.

Перевага кардиналістської версії полягала у тому, що вона не тільки досить просто пояснювала мотивацію поведінки споживача, але й могла бути застосована до аналізу вибору серед набору благ – двох, трьох і більшої кількості товарів, що в інших моделях зробити важко. Набір товарів, який купує споживач, називається ринковим споживчим кошиком. Сукупна корисність ринкового кошика утворюється додаванням значень граничної корисності кожної одиниці товарів. Таким чином можна забезпечити кількісне ранжирування споживчих кошиків: раціональний споживач вибере кошик з найбільшою сумою корисності (ютилів). Проте в реальній дійсності важко уявити, що споживач здатний кількісно оцінити різницю в корисності благ, визначити, наприклад, на скільки ютилів буханець хліба корисніший за пакет молока. Раніш споживач здатний визначити, на скільки один споживчий набір привабливіший для нього за інший. Саме такий підхід до аналізу поведінки споживача був застосований в ординалістській моделі.

Так як кардиналістська теорія постійно зазнає критики, тому існує й інший (ординалістський) підхід до аналізу рівноваги. Ординалістську теорію розробляли Ф. Еджворт, В. Парето, І. Фішер, Р. Аллен, Дж. Хікс, Є. Слуцький.

Вивчаючи поведінку споживача економісти повинні проаналізувати не тільки те, що бажає придбати споживач, але й те, що він може придбати, виходячи з своїх доходів. Такий аналіз здійснюється за допомогою бюджетної лінії.

Бюджетне обмеження – це лінія, що показує ту комбінацію благ, які споживач може собі придбати на свій дохід за даних цін на блага X і Y .

У загальному вигляді рівняння бюджетної лінії має вигляд:

$$M = p_x X + p_y Y, \quad (7.4)$$

де M – обсяг доходів споживача;

p_x – ціна товару X ;

p_y – ціна товару Y ;

X – кількість товару X ;

Y – кількість товару Y .

Приклад: Товар А коштує 5 грн, товар Б – 3 грн, то при доході 120 грн споживач міг би купити ці товари в різних комбінаціях (табл. 7.2). У першому рядку показана ситуація, коли споживач весь дохід витрачає на товар А, в останньому рядку-на товар Б. Інші рядки показують проміжні комбінації двох товарів.

Таблиця 7.2

Розподіл доходу споживача на купівлю товарів А і Б

Кількість товару А, шт.	Кількість товару Б, шт.	Сумарні витрати, грн.
24	0	$24 \cdot 5 + 0 = 120$
18	10	$18 \cdot 5 + 10 \cdot 3 = 120$
12	20	$12 \cdot 5 + 20 \cdot 3 = 120$
6	30	$6 \cdot 5 + 30 \cdot 3 = 120$
0	40	$0 + 40 \cdot 3 = 120$

На розташування бюджетної лінії впливають рівень доходів та ціни товарів. Збільшення доходів зрушує бюджетну лінію праворуч, зменшення – ліворуч. Якщо пропорційно знижуються ціни обох товарів – лінія зрушується праворуч і навпаки змінює нахил.

Зрушення бюджетної лінії відбувається: під впливом зміни доходів; під впливом зміни цін.

Будь-яка точка, що лежить за бюджетною лінією - неможлива при даному доході. Будь-яка точка, що лежить нижче бюджетної лінії - не реалізуються всі можливості. Тому вибір споживача визначається точками, які лежать на бюджетній лінії. Співвідношення цін товарів визначає кут нахилу бюджетної лінії (P_x/P_y). Отже, дохід споживача і ціни товарів визначають бюджетне обмеження споживача.

3. Крива байдужості, її суть і побудова. Карта кривих байдужості. Гранична норма заміщення

Вподобання споживача зазвичай ілюструється за допомогою кривих байдужості, які показують різні комбінації двох продуктів, набори яких мають додаткову користь для споживача.

В основі ординалістського підходу лежать наступні припущення (аксіоми уподобань): порівнянність: людина здатна з двох наборів благ вибрати для себе привабливіший набір, або вказати на їх еквівалентність з її точки зору; транзитивність: споживач встановлює певний порядок уподобань. Якщо набір благ А привабливіший для суб'єкта, ніж набір В, той в свою чергу переважає привабливістю набір С, то набір А буде привабливішим також і за набір С; не насичуваність: всі блага бажані для споживача, збільшення благ в наборі робить його привабливішим, споживач завжди віддає перевагу набору, в якому більша кількість товарів.

На ринку існує множина споживчих кошиків. Серед них споживач завжди може знайти такі кошики, які є однаково привабливими для нього, тому що вони мають однаковий рівень корисності. Набір споживчих кошиків з однаковим рівнем корисності називається набором байдужості. Будь-яка

комбінація двох благ може бути показана точкою в прямокутній системі координат. З'єднавши точки з такими комбінаціями товарів, які забезпечують однаковий рівень задоволення потреб, ми одержимо криву байдужості.

Крива байдужості – це лінія рівної корисності, всі точки якої показують множину наборів комбінацій двох благ, що забезпечують один і той же рівень корисності.

Для описання уподобань споживача щодо всіх можливих комбінацій двох товарів застосовується карта байдужості – сукупність кривих байдужості, кожна з яких представляє інший рівень корисності (рис. 7.2).

Рухаючись вздовж обраної кривої байдужості, споживач залишається на одному і тому ж рівні корисності, але може змінювати набір товарів у кошику. Опуклість кривих байдужості до початку координат означає, що збільшення в кошику кількості одного товару супроводжується зменшенням кількості іншого, тобто споживач може лише замінювати один товар іншим.

Кут нахилу кривої в кожній точці вимірюється за допомогою граничної норми заміщення (MRS – marginal rate substitution). Кількість одного блага, від якої змушений відмовитись споживач, щоб одержати додаткову одиницю іншого, називається граничною нормою заміни (MRS). Вона може бути визначена як кутовий коефіцієнт кривої байдужості в кожній точці. Гранична норма заміщення може бути виражена як відношення граничних корисностей товарів, які утворюють споживчу пару:

$$MRS_{x,y} = MU_x / MU_y. \quad (7.5)$$

Крива байдужості на рис. 7.2 стає пологішою при просуванні вздовж неї донизу, а гранична норма заміни зменшується, тобто споживач готовий відмовлятися від все меншої кількості блага заради отримання додаткової одиниці товару у міру зменшення в кошику запасу товару і збільшення запасу товару. Так, при зміні кошиків Б на В за додаткову одиницю він готовий віддати 2 отже, $MRS = 2$; при зміні кошиків В на Г – лише 1,25, $MRS = 1,25$ і т.д.

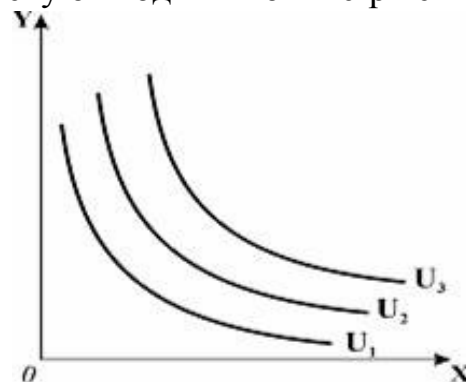


Рис 7.2. Карта байдужості

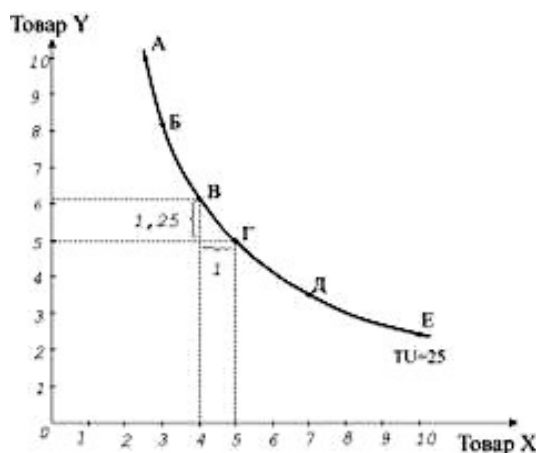


Рис. 7.3. Гранична норма заміни благ

Форма і нахил кривих байдужості визначаються уподобаннями споживача і залежать від ступеня замінності благ у споживанні. Оскільки більшість товарів є неповними замінниками, то їхні криві байдужості є монотонно спадними, опуклими до початку координат. Якщо товари є абсолютними замінниками, споживачу байдуже, який з них споживати (купити учнівський щоденник червоного чи синього кольору), гранична норма заміни є сталою, а криві байдужості матимуть вигляд спадних прямих. Якщо товари є абсолютними взаємодоповнювачами (наприклад, взуття на праву та ліву ногу), то заміщення неможливе, гранична норма заміни дорівнює нулю або є нескінченною, а криві байдужості мають вигляд прямого кута.

Тобто криві байдужості показують множину споживчих пар, вибір серед яких приносить споживачеві однаковий рівень корисності.

Властивості кривих байдужості.

1. Чим вище крива від початку координат, тим більшою є загальна корисність.

2. Криві байдужості не перетинаються, так як кожна крива відповідає різному рівню загальної корисності та загального задоволення.

3. Криві мають спадний вигляд (альтернативний вибір). Якщо кількість одного блага скоригується, то кількість іншого повинна зрости.

4. Криві мають увігнуту форму, їх нахил показує пропорцію, в якій споживач готовий замінити один товар іншим.

Отже, загалом, якщо карта кривих байдужості показує, що споживач хоче купити на ринку, виходячи із індивідуальних смаків і вподобань, то бюджетна пряма показує оптимальні комбінації товарів, які споживач може купити за даного фіксованого доходу і ринкових цін.

4. Рівновага споживача

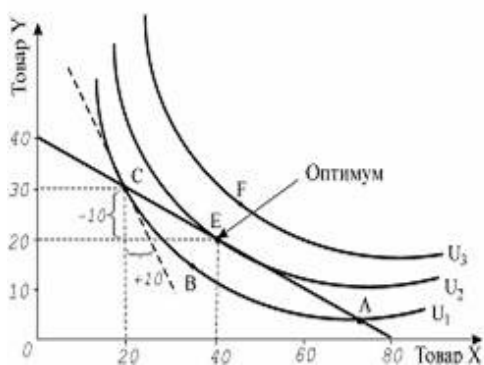


Рис. 7.4. Оптимізація вибору споживача

Розглянемо взаємодію двох складових споживчого вибору (споживчі переваги і бюджетні обмеження) і дізнаємось як споживач приймає рішення про покупку. Таке поєднання одержимо, сумістивши карту байдужості з графіком бюджетної лінії, як це зображено на рис. 7.4. Найвищою з доступних споживачеві кривих байдужості є та, яка лише дотична до бюджетної лінії. Оптимум знаходиться в точці E.

Крива байдужості U_3 заперечує більшу корисність порівняно з кривими U_1 і U_2 , але крива U_3 недоступна для споживача, оскільки знаходиться вище бюджетної лінії. Напевне, споживач хотів би досягти точки F, але цей рівень корисності виходить за межі бюджетної лінії. Також споживач має можливість

вибрати набори, які мають спільні точки з бюджетною лінією, але вони знаходяться на нижчій кривій байдужості.

Точка Е – рівноважний стан споживача (бюджетна лінія торкається кривої байдужості).

Отже, найпривабливіший для споживача кошик називається оптимальним вибором або рівновагою споживача. Досягнувши рівноваги, споживач не має стимулів до зміни свого стану, – за інших рівних умов не існує жодної можливості покращити його добробут. Будь-який інший набір товарів або недосяжний, або лежить на поверхні байдужості нижчого рівня.

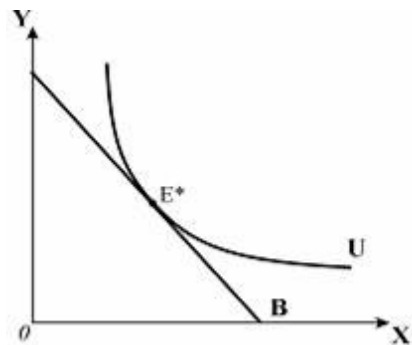


Рис. 7.5. Рівновага споживача

Виходячи з цього, оптимальний споживчий вибір одночасно відповідає двом умовам:

а) дохід має бути повністю витраченим (точка рівноваги розташована на бюджетній лінії);

б) оптимальний набір товарів повинен давати максимально можливе задоволення (тобто знаходитися на найвищій з доступних кривих байдужості).

Правило споживчої рівноваги кардиналістів має вигляд:

$$MU_x / P_x = MU_y / P_y. \quad (7.6)$$

Саме в такому вигляді представив «рівняння обміну» родоначальник маржиналізму Вільям Джевонс.

За ординалістською версією оптимізація споживчого вибору полягає у суміщенні „моделі бажаного” та „моделі можливого” і пошуку оптимального кошика, який повинен належати бюджетній лінії, але в той же час найповніше задовольняти уподобанням споживача, тобто досягати найвищої з можливих кривих байдужості.

Висновок ординалістів: рівновага досягається в точці, де гранична норма заміщення дорівнює відносній ціні товарів, або $MU_x / MU_y = P_x / P_y$.

Питання для обговорення на семінарі

1. Поняття корисності блага, сукупна та гранична корисність. Закон спадної граничної корисності.
2. Кардиналісти про закономірності вибору споживача. Правило максимізації корисності.
3. Ординалісти про техніку «кривих байдужості» і бюджетних обмежень в процесі раціонального вибору.
4. Аналіз кривих байдужості.
5. Додаткова вигода споживача (споживча рента). Проаналізуйте рівновагу споживача.
6. Загалом закон спадної граничної корисності поширюється на абсолютну більшість товарів. Назвіть винятки.

Теми реферативних повідомлень

1. Рівновага (вибір) споживача: ординалістський підхід.
2. Рівновага (вибір) споживача: кардиналістський підхід.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Гальчинський А.С., Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Основи економічної теорії: Підручник. – К.: Вища школа, 1995.
2. Грегори Мэнкью. Принципы экономики. – С-П., 1999.
3. Економічна теорія: Підручник / За ред. В.М. Тарасевича. – Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2005.
4. Економічна теорія: Політекономія. Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2006.
5. Основи економічної теорії: Підручник / За заг. ред. Л.С. Шевченко. – Х.: Право, 2008.
6. Основы экономической теории: Учебник / А.А. Чухно, П.С.Ещенко, Г.Н.Климко и др.; Под ред. А.А.Чухно. – К.: Высшая школа., 2001.
7. Основы экономической теории: учебное пособие/ За об. ред. Горняк О.В., Доленко Л.Х. – Одиссей, 2005.
8. Филип Котлер. Маркетинг менеджмент. – С-П., 1999.
9. <http://www.vuzlib.net/mikro/4.htm>

Тема 8. Підприємство як об'єкт економічного аналізу. Основи менеджменту та маркетингу в підприємницькій діяльності

*Не ризикуючи нічого не здобудеш.
(Народна мудрість)*

1. Підприємство: сутність, функції, форми, види.
2. Нові види підприємницької діяльності. Інноваційна діяльність підприємств.
3. Менеджмент – ефективне управління фірмою.
4. Основи маркетингового управління. Бізнес-план.

1. Підприємство: сутність, функції, форми, види

Як зазначено у Законі України “Про підприємства”, **підприємство** – це самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має право юридичної особи, та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку. Воно функціонує у формі заводу, фабрики, магазину або якоїсь іншої організації в межах якої безпосередньо відбувається технологічне з'єднання засобів виробництва і робітника.

Підприємство виконує внутрішньоекономічні та зовнішньоекономічні функції.

Внутрішньоекономічні функції:

- а) виробничо-технологічні, які пов'язані із забезпеченням процесу виробництва необхідними засобами та їх належним використанням;
- б) економічні – пов'язані з управлінням процесами виробництва та збуту товарів, найняттям працівників, організацією їхньої праці, поділом доходів, тощо;
- в) соціальні – з поліпшенням умов праці та відпочинку співробітників, наданням допомоги та пільг працівникам.

Зовнішньоекономічні функції пов'язані з тим, що підприємство бере участь у міжнародному обміні товарів, спільному з іноземними партнерами, науково-технічному співробітництві.

Статут – документ, що визначає відношення між майбутньою фірмою і суспільством. В статуті зазначається: 1. Хто є власником фірми (чи співвласники). 2. Для чого створена фірма, тобто яку продукцію вона виготовлятиме, або надаватиме послуги. 3. Розміри статутного капіталу фірми і доля кожного власника.

В Україні функціонують підприємства таких видів:

- 1) індивідуальні, основані на особистій власності фізичної особи та її особистій праці включно;
- 2) сімейні, основані на власності та праці членів однієї сім'ї;
- 3) приватні, основані на власності окремого громадянина, який користується правом наймання робітників;
- 4) колективні, основані на власності трудового колективу;
- 5) державні комунальні, основані на власності територіально-адміністративних одиниць в особі місцевих органів влади різних рівнів;
- 6) державні, основані на загальнодержавній власності. У цьому випадку суб'єктом власності є держава в особі Верховної Ради України;
- 7) спільні, основані на об'єднанні майна різних власників, якими можуть бути громадяни України та інших держав.

Підприємства можуть об'єднуватися і утворювати:

- 1) Асоціації – договірні об'єднання, створені з метою постійної координації господарської діяльності. Асоціація не має права втручатися у виробничу і комерційну діяльність будь-якого з її учасників.
- 2) Промислові групи – договірні об'єднання створені на основі поєднання виробничих, наукових та комерційних інтересів.
- 3) Консорціуми – тимчасові статутні об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення спільної мети.
- 4) Концерни – статутні об'єднання підприємств, промислово-наукових організацій, транспорту, банків, торгівлі на основі повної фінансової залежності від однієї, або групи підприємств.

В об'єднання підприємств, зареєстрованих в Україні можуть входити підприємства інших держав.

Основні форми організації підприємств:

- Промислова фірма (основна діяльність – виробництво товарів).

- Аудиторська фірма (надає послуги клієнту по перевірці його фінансово-господарської діяльності).
- Венчурна фірма (мале комерційне підприємство, яке займається створенням і впровадженням нових видів продукції, застосуванням нових технологій, реалізацією ризикових комерційних проектів).
- Консультаційна фірма (надає послуги консультаційного характеру в галузі управління, інвестиційної діяльності, створення нових технологій, тощо; фірма не несе юридичної і фінансової відповідальності за надані рекомендації; результати роботи фірми є комерційною таємницею замовника).
- Торгова фірма (займається операціями по купівлі-продажу товарів).
- Лізингова фірма (спеціалізується на наданні в оренду товарів).
- Інвестиційно-фінансова фірма (виконує посередницькі послуги на ринку цінних паперів).
- Факторингова фірма (видом її діяльності є купівля боргів підприємств; фірма отримує комісійну винагороду, розмір якої покриває витрати на факторинг, процентну ставку за користування кредиту і забезпечує прибуток).
- Страхова фірма (здійснює страхування юридичних та фізичних осіб).
- Транспортна фірма (надає транспортні послуги населенню і промисловим підприємствам: судноплавні, автомобільні, авіаційні, залізничні).

Розмір фірми

- 1) Великі фірми (енергетика, нафтохімія, машинобудування, тощо). Необхідність їх існування визначається умовами розвитку НТП та поєднання всіх стадій технологічного процесу. Кількість зайнятих понад 1000 осіб.
- 2) Середні фірми – мають змогу використовувати місцеву сировину, забезпечувати певні потреби невеликими кількостями продукту, малою капіталомісткістю. Кількість зайнятих від 200 до 1000 осіб.
- 3) Малі фірми – є основою малого бізнесу. Українським законодавством до малих відносять підприємства з кількістю зайнятих від 15 до 200 чоловік залежно від галузі, або виду діяльності.

В західних країнах малі підприємства становлять 90 – 95% їх загальної кількості і створюють 20 – 26% ВВП країни. В США мала фірма – до 500 чоловік, в Японії до 300.

Серед комплексних заходів на Заході щодо підтримки малого інноваційного бізнесу особливий інтерес становлять "інкубаторські програми" (допомога підприємцям, які бажають, але не можуть розпочати справу). У США "інкубатори" існують вже більше 20 років. Ідея "вирощування" нових інноваційних підприємств знайшла послідовників у Японії, Франції, Німеччині, Великобританії, Китаї, Канаді, Бразилії, Австралії.

Найбільший у світі інкубатор знаходиться на Західному узбережжі США, в Силіконовій долині.

2. Нові види підприємницької діяльності. Інноваційна діяльність підприємств

На межі тисячоліть ще раз підтвердилася істина ринкової економіки: "щоб розвиватися, треба оновлюватися". Сучасна інноваційна економіка формується під впливом системи чинників, головні з яких: інноваційне підприємство, структура економіки, інноваційний державний бюджет, економічна безпека, економічна інтеграція, науково-технічний обмін, фондовий ринок, банківська система, активна соціальна політика.

У промислово розвинутих країнах сьогодні інтелектуальне виробництво стає одним з головних важелів економічного зростання і становить до 60% у загальному обсязі виробництва. Об'єктивно все це призводить до необхідності принципово нового типу стабільного відтворення, заснованого на функціонуванні науки, освіти, інформаційних сфер – усього того, що забезпечує активний розвиток інноваційних процесів у суспільстві.

До національної інноваційної системи України належать такі елементи. По-перше, це комплекс інститутів, які беруть участь у виробництві, передачі і використанні знань: фірми та створені ними мережі; наукова система; дослідницькі установи; елементи економічної інфраструктури. По-друге, це решта елементів, які впливають на інноваційний процес: контекст, що створюється макроекономічною політикою та іншими формами державного регулювання; система освіти та професійної підготовки; особливості товарних ринків; особливості ринку праці; система фінансування інновацій; комунікації. Технологічний розвиток є результатом складного комплексу взаємозв'язків між учасниками системи – підприємствами, університетами та державними науковими установами.

В Україні функціонують такі основні елементи інноваційної інфраструктури: технопарки, бізнес-інкубатори, інноваційні центри, тобто сукупність взаємопов'язаних, взаємодоповнюючих виробничо-технічних систем, необхідних і достатніх для ефективного проведення інноваційної діяльності.

Технологічний парк – це організація, якою керують фахівці, головна мета яких – збільшити добробут місцевого співтовариства за допомогою просування інноваційної культури, а також змагальності інноваційного бізнесу і наукових організацій. Для досягнення цієї мети технопарк стимулює і управляє потоками знань і технологій між університетами, науково-дослідними інститутами, компаніями та ринками. Він спрощує створення і зростання інноваційних компаній за допомогою інкубаційних процесів.

Інноваційна політика є практично нездійсненою у відриві від промислової політики, яка стає одним з найважливіших факторів регулювання попиту на інновації за допомогою впливу на структуру власності, розміри підприємств, концентрацію і розподіл виробничих ресурсів тощо. Інноваційне підприємництво пов'язується з розвитком технологій, нововведеннями та економічним зростанням. Це дає змогу розглядати підприємництво як провідну ланку в реалізації НТП.

За своєю сутністю економічна природа інновації полягає в тому, що вона є засобом і стимулом підприємництва. Інновації слугують специфічним

інструментом підприємництва, зосереджують зусилля підприємця на організаційний пошук новинок, комерційне використання техніко-технологічних нововведень. ...Ідеї – це капітали, що приносять відсотки лише в руках таланту... Головне – це здатність ідеї при масовому і одночасному поширенні дати значний, "вибуховий" комерційний ефект відкриттю нового попиту, нового способу задоволення потреб. Ринок бізнес-ідей бурхливо розвивається, за темпами зростання залишаючи позаду інші ринкові структури. Нажаль, за наявними даними в Україні 80 – 90% запропонованих інноваційних ідей відхиляють, тоді як у розвинутих країнах, цей показник становить 30-50%.

Інноваційне підприємництво відіграє дедалі помітнішу роль в економічному та соціальному розвитку суспільства, набуваючи нових рис (табл. 8.1).

Таблиця 8.1

Риси інноваційного підприємства

Риси	Очікувані результати
Масова творча активність у масштабах всього суспільства	Змінення відношення до пошуку, експерименту, ризику, ініціативи
Нове управлінське мислення	Відмова від традиційного уявлення щодо раціонального господарювання, орієнтація на нові ідеї, знання, інтелект
Підвищення гнучкості великих організацій	Відмова від неефективних жорстких організаційних структур.
Зміна стилю менеджменту	Посилення демократизації управління, активізація участі персоналу в управлінні фірмами. Стрімке зростання малого "венчурного" бізнесу
Зміна підприємницької поведінки	Всебічна орієнтація на новаторське підприємництво, реалізацію оригінальних комерційних ідей

Інноваційна активність вітчизняних підприємств зменшилась удвічі за останні десять років, а за глобальним індексом конкурентоспроможності Україна у 2006 році займала лише 78 місце серед 125 країн світу (оцінки Всесвітнього економічного форуму у Давосі) (табл. 8.2).

Майже не відчувається вплив інновацій на технологічний розвиток економіки та промисловості (про це свідчать скорочення показника інноваційної активності у промисловості, вкрай низька частка інноваційної продукції в обсягу реалізованої промислової продукції і рівень капітальних інвестицій в інновації в загальному обсязі інвестицій в основний капітал. Понад третину підприємств хронічно збиткові, а рентабельність промислового виробництва – недостатня.

Таблиця 8.2

Рейтинг України за індексом конкурентоспроможності у 2006 р.

Основні індекси конкурентоспроможності	Місце серед країн світу
Вища освіта, підвищення кваліфікації	48
Розвиток інфраструктури	69
Інновації	73
Бізнес-середовище	76
Глобальний індекс конкурентоспроможності	78
Технологічна готовність	90
Інституції	104

Недостатніми є і темпи введення в дію нових основних засобів в економіці України (максимальне значення – 5,5 загальної вартості основних засобів – зафіксовано у 2005 році). Це негативна тенденція, що позбавляє промисловість бази для розробки наукомісткої та інноваційної продукції, а також призводить до зниження технологічного рівня виробництва.

Зниження технологічного рівня промисловості призводить до втрати країною індустріального потенціалу. Як наслідок, наш досить вагомий науково-технологічний, промисловий і кадровий потенціал недостатньо працює на економічне зростання та зміцнення конкурентоспроможності.

За 1990-2006 роки в Україні:

- освоєння нових видів техніки – в ↓ 14 разів;
- частка інноваційно-активних промислових підприємств – в ↓ 7 разів; (в ЄС – 53%, Ірландії – 73%, Польщі – 16,9%, Україні – 8,2%).

У 2006 році:

- ВВП на душу населення близько 2200 \$ США
- 0,7% приросту ВВП за рахунок впровадження нових технологій (в розвинених країнах 60-90%).

Продукція українських підприємств оновлюється у середньому не частіше одного разу за 5 років. Частка України у світовому обсязі торгівлі наукомісткою продукцією становить 0,1%. Це на порядок менше порівняно, наприклад, з Китаєм та Польщею і на два порядки, тобто вже в сотні разів, – порівняно з Німеччиною.

Впровадження нововведень на виробництві потребує значних капіталовкладень, які за наявності загальноекономічних сприятливих умов, державної підтримки та потрібного рівня правового забезпечення призводять до позитивного економічного ефекту: підвищення рівня продуктивності праці, мінімізації витрат, зростання частки високотехнологічних галузей.

Ефективність інноваційних процесів значною мірою визначається тим, яким чином всі його суб'єкти взаємодіють між собою у єдиній інноваційній системі. Схематично вона охоплює:

перше – систему науково-дослідних інститутів та університетів (що перетворюють знання в прикладні розробки і технології);

друге – підприємства реального сектора (які формують попит на інновації і технології та створюють конкурентоспроможну продукцію);

третє – уряд, який формує політику у сфері науки і технологій, створює підприємницьке середовище для конкуренції і інновацій (забезпечує оптимальне поєднання людських, фінансових ресурсів та знань для їх продуктивного використання);

четверте – сукупність фінансових інститутів і механізмів для фінансування бізнес-проектів на всіх етапах їхньої реалізації від ідеї до впровадження.

Державна інноваційна політика має кінцеву мету – створити модель інноваційного розвитку, яка за своїми рушійними силами, векторами інтеграції, масштабами й результатами корелює з загальною стратегією економічного зростання. Її стрижнева ідея: розвиток на випередження, технологічне лідерство на основі власних зусиль і раціонального вдосконалення ліцензійних запозичень.

Держава покликана формувати цілі та принципи інноваційної політики і власні пріоритети в цій галузі. Серед основних цілей інноваційного розвитку визначають такі:

1) цілі, спрямовані на розвиток творчих здібностей людини та на розвиток інтелектуального потенціалу нації, забезпечення не лише сьогодення існування новаторів, а й соціальне забезпечення їх в майбутньому, збереження і захист її здоров'я та середовища проживання, створення умов для високопродуктивної, творчої та безпечної праці і сучасного побуту;

2) цілі, спрямовані на розвиток та збереження наукового та науково-технічного потенціалу держави, захист прав науковців, свободи наукової і науково-технічної творчості, забезпечення поступового розвитку наукової діяльності, інтеграція наукової і науково-технічної діяльності та освіти, розвиток мережі навчальних, науково-дослідних закладів;

3) цілі, спрямовані на оновлення виробничого та невиробничого потенціалу держави, стимулювання інвестиційних процесів, зрушення економічних і соціальних перетворень для забезпечення інноваційного розвитку держави, підтримку конкуренції ресурсів на пріоритетних напрямках наукового розвитку, створення інноваційної інфраструктури;

4) екологічні цілі інноваційного розвитку;

5) цілі, які забезпечуватимуть зростання міжнародного науково-технічного розвитку, забезпечення реалізації міжнародного обміну ліцензіями, розвитку міжнародної співпраці;

6) цілі, спрямовані на забезпечення створення в державі умов реального захисту прав власності на інноваційні продукти і особливо захисту та охорону права інтелектуальної власності.

В Україні розроблена інноваційна модель структурної перебудови економіки країни до 2015 року. Для подальшого розвитку в цьому напрямі треба об'єднувати зусилля вчених, представників законодавчої та виконавчої влади.

3. Менеджмент – ефективне управління фірмою

Численні трактування поняття менеджменту (від англ. management – управління) зумовлені різними підходами до його вивчення різними дослідниками і зводяться до кількох позицій:

- менеджмент - це наука про управління сучасним виробництвом;
- менеджмент – це вміння досягати поставленої мети, використовуючи працю, інтелект та мотиви поведінки інших людей;
- менеджмент – це функція, керівництво людьми у найрізноманітніших організаціях;
- менеджмент – це визначення соціального прошарку людей, котрі здійснюють управлінську діяльність.

Як бачимо, менеджмент є одночасно наукою, мистецтвом та практикою управління. Суть управління зводиться до приведення керованої групи до визначеної мети.

З такого висновку випливає запитання: чи можна навчитись менеджменту, не маючи при цьому вроджених задатків, тобто не будучи вродженим лідером?

Відповісти можна так: кожний успішний керівник є вродженим лідером, але не кожний вроджений лідер є успішним керівником. Лише поєднання цих складових є запорукою успішної діяльності керівника будь-якої організації.

Менеджер (від англ. manager – управляючий, керівник) – професійний керівник у сфері організації та управління, що знається на економіці, бізнесі, соціальній психології, фінансах, тощо.

Сучасний менеджмент – це тисячі можливих варіантів і нюансів управлінської діяльності.

Функції менеджменту:

- *планування* – система методів, засобів, дій менеджерів, що забезпечують спрямованість колективу на досягнення загальної мети;
- *організація* – процес створення і координації певної внутрішньої структури фірми;
- *мотивація* – процес створення діючих стимулів заради досягнення поставленої мети;
- *контроль* – процес зіставлення поставленої мети з фактично досягнутим результатом діяльності.

Етап прийняття рішень у плануванні:

1. Постановка управлінської проблеми.
2. Визначення головного критерію та обмежень.
3. Порівняння та аналіз отриманих результатів.
4. Вибір найкращого варіанту.

Стилі управління:

1. Командно-адміністративний:

- сувора ієрархія управлінських структур;
- всеохоплюючий контроль;
- відсутність ініціативної діяльності співробітників.

2. Демократичний:

- максимальна самостійність усіх ланок і структур управління;

- високий ступінь відповідальності кожної структурної ланки;
- можливість творчої ініціативи співробітників.

Визначено особливості «ідеального» керівника, якому притаманні наступні характеристики:

- концептуальність мислення – уміння уявити діяльність підприємства в цілому;
- оперативність і гнучкість мислення – уміння швидко орієнтуватися в новій ситуації;
- організаторські здібності – уміння організовувати, зацікавлювати людей;
- комунікабельність – уміння спілкуватися, знаходити компроміси;
- інтелект – високі розумові здібності;
- уміння знайти індивідуальний підхід до кожного співробітника;
- вимогливість;
- здатність до зваженого ризику.

Національні моделі менеджменту.

1) Американська – базується на особистому успіху в досягненні результатів підприємницької діяльності, схильна до ризику.

2) Західноєвропейська – базується на вмінні застосовувати інституційні основи побудови системи управління, нестандартні рішення, обмежені певними структурними підрозділами.

3) Японська – спирається на успіх, що обумовлений колективними зусиллями і досягненнями та постійними нововведеннями.

Акіо Моріота в книжці «Зроблено в Японії» зазначає: «В кращих японських компаніях секретів або таємниць немає. Найважливіше завдання японського менеджменту полягає в тому, щоб установити нормальні відносини з робітниками, добитись ставлення до корпорації як до єдиної сім'ї, сформувати розуміння того, що у робітників і менеджерів одна доля».

Таблиця 8.3

Основні школи науки управління				
Основні школи науки управління				
Науковий напрямок (1885 – 1920 рр.)	Класичний (адміністративний) напрямок (1920 – 1950 рр.)	Школа «людських відносин» (1930 – 1950 рр.)	Напрямок «системних концепцій» (з 1950-х рр.)	Напрямок ситуаційного підходу (з 1960-х рр.)
Ф.Тейлор, Г.Форд, Л. Гілберт, Ф. Гілберт • Сформулювали принцип наукової організації виробництва • Наголошували на важливості підбора персоналу та підвищення його професійного рівня	А.Файоль, Д.Муні, Л.Урвік • Визначили головні функції управління • Сформували принципи, на яких базується адміністрування	М.Фоллет, Е.Мейо, Д. Мак-Грегорі • Започаткували напрямок, який досліджує міжособистісні відносини на виробництві	• Базується на необхідності досягнення органічного союзу та взаємодії людей і техніки	• Базується на тому, що менеджер має швидко приймати рішення, виходячи з конкретної ситуації

4. Основи маркетингового управління. Бізнес план

Підприємництво – це не просто трудова і управлінська діяльність. Підприємництво являє собою такий тип господарської поведінки, для якої характерне організаційно-господарське новаторство, абсолютно нові знахідки в цій справі, більш ефективні спроби використання ресурсів, вміння не тільки йти на ризик, але й зводити його до мінімуму абсолютно нестандартними методами. В звичайній управлінській діяльності цього немає. Менеджер або управлінець повинен мати глибокі знання в галузі маркетингу. Маркетинг (від англ. market – ринок) зародився, як теорія, яка займалася вивченням проблем реалізації товарів.

Класичні визначення трактують маркетинг як підприємницьку діяльність у сфері збуту. Так, у словнику ділових термінів, виданому у 1948 р. в США, **маркетинг** визначається як «економічна діяльність, що полягає в просуванні товарів та послуг від виробника до споживача». Сучасні визначення розширюють це поняття. Відомий американський маркетинголог (Ф.Котлер «Основи маркетингу») визначає його як вид людської діяльності, спрямований на задоволення потреб шляхом обміну. Більш детальне визначення дається американською асоціацією маркетингу, яке було прийняте в 1985 р.: «Маркетинг – це процес планування і втілення задуму, ціноутворення, просування і реалізації ідей, товарів і послуг шляхом обміну, який задовольняє цілі окремих осіб і організацій». Дж. Р. Евенс і Б. Бергман вважають, що маркетинг – це передбачення, управління і задоволення попиту на товари, послуги, організації, людей, території та людей шляхом обміну.

Таким чином, сучасний маркетинг – це особлива галузь економічної науки, яка займається вирішенням проблем раціоналізації у широкому розумінні шляхом розробки відповідного інструментарію.

Маркетинг – це не тільки визначення смаків і звичок споживачів, але й управління ними і формування таких. Маркетинг одна із найважливіших складових комерційного успіху. Маркетинг – це організація виробничо-збутової діяльності фірми, направлена на пошук і створення товарів і послуг, комерційне виробництво яких забезпечить стійкий збут продукції фірми, що розширюється, приносить досить високий прибуток на вкладений капітал. Маркетингова діяльність базується на основі спеціального вивчення вимог ринку, їх прогнозу і управління. Маркетинг розглядається як мистецтво встановлення безпосереднього зв'язку виробництва і обміну. Образно кажучи, це ситуація, коли пропозиція повинна взяти силою попит.

Отже, **маркетинг** – це наука про мистецтво врівноважувати попит і пропозицію.

Маркетинг виник у США на початку ХХ ст. як узагальнення практики нецінової конкуренції в умовах загострення збуту продукції. Іншими словами маркетинг означає, що товаровиробник від пасивної моно функції – пропозиції (виробництво) товарів чи послуг – переходить до активної полі функції: поряд з виробництвом товарів активно формується попит. Проникнення «пропозиції» в сферу «попиту» – ознака розвиненої ринкової економіки.

В основі поняття «маркетинг» лежить термін «ринок», яке відбиває ринкову діяльність. Маркетингова діяльність повинна забезпечити:

- надійну, достовірну і своєчасну інформацію про ринок, структуру і динаміку конкретного попиту, смаки покупців тощо, тобто інформацію про зовнішні умови функціонування підприємства;
- створення такого товару, послуг чи їх асортименту, які повніше задовольнятимуть вимоги ринку, ніж їхні конкуренти;
- необхідний вплив на споживача, попит і ринок загалом, який забезпечуватиме максимально можливий контроль у сфері реалізації.

Зміст маркетингової діяльності

Маркетингова діяльність дуже різноманітна. Вона включає в себе вирішення практично всіх господарських питань, пов'язаних з розробкою, виробництвом, збутом та пост збутовим обслуговуванням товарів.

Оскільки в маркетинговій діяльності відводиться пріоритетне місце споживачам, то початковим етапом в маркетинговій діяльності є ретельне вивчення їх реальних і потенціальних потреб. Тому маркетингова діяльність повинна починатися з всебічного і глибокого аналізу ринку та його можливостей. «Знати, що потрібно покупцю сьогодні, і передбачати те, що він захоче купити завтра» – одна із головних заповідей маркетингу.

Стратегічні цілі маркетингу (за Ф. Котлером)

1. Досягнення максимально високого споживання.
2. Досягнення максимального споживчого задоволення.
3. Пропозиція максимально широкого вибору.
4. Максимальне підвищення якості життя.

Принципи маркетингу:

1. *Орієнтація на споживачів* і гнучке реагування виробництва і збуту на зміни попиту. Підприємство має виготовляти те, що потрібно споживачам (безумовно, з урахуванням своїх можливостей), а не навпаки, продавати те, що можна виготовити. Цей принцип образно висловив творець знаменитого електронного комп'ютерного концерну МІЦУБІСІ. За його словами, споживач – король, а ми його вірні піддані, і наше завдання полягає в тому, щоб поважливо і з якомога більшими для короля зручностями допомогти йому зробити вибір.

2. *Сегментування ринку* передбачене виявлення конкретної групи споживачів (сегмента), на задоволення потреб якого товари та послуги слід зорієнтувати діяльність підприємства. Сегментація ринку сприяє втіленню в життя найважливішого принципу маркетингу – випускати продукцію, яка б найбільш повно відповідала попиту, і ефективно впливати на потреби споживачів. Проводячи сегментацію ринку, фірма намагається знайти таких споживачів, попит яких може істотно зрости і яких вона найефективніше обслуговуватиме. Найбільш вдалим результатом таких пошуків є виявлення ще не освоєного сегмента ринку. Це цільовий ринок, який найпривабливіший для фірми в даний час. Такий ринок повинен бути досить містким, мати

перспективу розвитку, незадоволений попит, бути відносно вільним від конкурентів. Завоювання такого ринку – головне завдання фірми.

3. *Глибоке дослідження ринку* включає визначення величини ринку, споживчих якостей товару, підходів до ціноутворення, ефективних каналів збуту, методів стимулювання продажу і т.п. Врахування результатів досліджень у діяльності підприємства обумовлює комерційний успіх його товару на ринку.

4. *Націленість маркетингу* – це довгостроковий результат, що забезпечується інноваціями виробничої та збутової діяльності, а саме: виготовлення нових товарів, технологій, вдосконалення форм та методів виходу на нові ринки, стимулювання збуту, каналів товарообороту.

Маркетингова діяльність може бути представлена як послідовність певних кроків до споживача, що має їх зробити виробник на шляху ринкових відносин. Кількість цих кроків – сім і зумовлено це кількістю функцій маркетингу.

1. *Комплексне дослідження ринку* передбачає пошук відповідей на такі запитання: на яких умовах слід працювати? Яка ємкість цих ринків, тенденції, кон'юнктура та прогнози? Яка конкурентоздатність товарів фірми? Як необхідно змінити асортимент для більш інтенсивного збуту продукції? В яких нових товарах відчуває потребу ринок? Яка їх ринкова та виробнича характеристика? Хто конкретно є споживачами та покупцями продукції фірми, їх відношення та слабкі сторони, методи конкурентної боротьби? Пошук відповідей на ці запитання здійснюється різними методами дослідження ринку.

2. *Розробка стратегії маркетингу*. На основі проведених маркетингових досліджень розробляється стратегія маркетингу – плани реалізації маркетингових цілей. Стратегія базується на аналізі стану підприємства, оцінках ринків і вимагає розробки заходів товарної, цінової, збутової політики, а також просування товару.

3. *Товарна політика*. Включає визначення споживчих характеристик товару та його позиціонування на ринку, розробку асортименту та засобів маркетингової підтримки на різних етапах життєвого циклу.

4. *Цінова політика* є складовою конкурентоздатності товару, кінцева мета якої – визначити цінову стратегію, конкретну ціну товару. Методика визначення оптимального рівня цін враховує попит на продукцію і чутливість покупців до зміни ціни, витрати виробництва та реалізації продукції і ціни конкурентів.

Згідно з підходами до ціноутворення, маркетинговій службі належить вибрати із скарбниці цінових стратегій найефективнішу: стратегію єдиних чи диференційованих цін, стратегію високих чи низьких цін, стратегію пільгових чи дискримінаційних цін, а також різноманітні знижки чи надбавки.

5. *Збутова політика* передбачає вибір методу збуту: прямий (безпосередньо самим підприємством) або побічний – через торгових посередників, якими можуть бути оптові чи роздрібні торговці, дилери, дистриб'ютори, агенти, комісіонери, брокери та консигнатори.

Для дрібного і середнього бізнесу збутова політика має в сучасних умовах свої особливості. Стратегія збуту складається, на перший погляд, з надзвичайно простих видів діяльності таких, як розмови з людьми, відвідування торгових виставок і шоу, бібліотек, заохочення для роботи в фірми тих, хто дуже добре знає сферу, яка цікавить фірму. Прикладом можуть бути дві фірми одного підприємця з виробництва медичного обладнання. Компанія «Серджикот» виникла як безпосередній результат маркетингу, орієнтованого на споживача. Шелінгер, голова фірми, 6 місяців працював на добровільних засадах у медичному центрі лікарні в Бронксі (район Нью-Йорк). Він таким чином хотів визначити, яких інструментів бракує, щоб це можна було поставити на потік. І знайшов: систему для індикації при стерилізації інструментів. Нічого подібного на ринку не було. В результаті фірма з нульового рівня виросла до фірми з оборотом в 25 млн. доларів.

Він же має і іншу фірму, яка займається випуском електронного діагностичного обладнання. Це обладнання поступало до замовників з обов'язковим відтиском телефону фірми, за яким споживач в будь-який момент міг зателефонувати фірмі про свої побажання. Холодною зимою були дзвінки від медсестер, яка скаржились на відсутність термометрів зі шкалою, яка б дозволила виміряти у пацієнта більш низьку температуру. В результаті фірма Шелінгера стала випускати прилади, які дозволяли встановити температуру тіла у людей, які майже замерзли.

6. Просування товарів на ринку здійснюється за допомогою реклами, пабліситі (інформації), персонального продажу та стимулювання збуту через покупців, продавців, посередників. Стимулювання збуту, як ефективний вид просування товарів, включає такі заходи: різноманітні пільги та форми заохочення (знижки, конкурси, лотереї, кредит, подарунки). На просування товарів спрямована також реклама, що має на меті сприяти реалізації маркетингових цілей, до яких відносять «збільшення обсягу продажу, частки ринку», «формування позитивного іміджу фірми».

Способи просування товару на ринку:

- безпосередній продаж;
- продаж через оптових та роздрібних посередників;
- продаж за посередництвом засобів масової інформації, мережі Інтернет, телефонних ліній зв'язку.

7. Організація та контроль маркетингової діяльності. Вона передбачає створення спеціальних підрозділів маркетингової служби – за функціями маркетингової діяльності, продуктовим принципом, регіонами або групами споживачів. Контроль маркетингової діяльності включає контроль за реалізацією та аналіз можливостей збуту, контроль прибутковості та аналіз маркетингових витрат, ревізію маркетингу.

В умовах ринкової економіки будь-яка підприємницька діяльність пов'язана із певним ризиком. Лише 2% малих фірм збанкрутували через причини, які не залежали від їх управління, 98% - через некомпетентність,

низький професіоналізм, брак управлінського досвіду тощо. Тому професійна підприємницька діяльність вимагає певної підготовки до початку її роботи.

Бізнес-план – це ретельно підготовлений документ, який розкриває всі сторони господарської діяльності і є формою експертної оцінки доцільності та ефективності здійснення нової господарської діяльності.

Основні завдання розробки бізнес-плану:

1. Оцінка новизни і перспективності підприємницької ідеї.
2. Аналіз слабких і сильних сторін підприємницької ідеї.
3. Визначення витрат, джерел і величини фінансових ресурсів.
4. Побудова концепції підприємницької діяльності та визначення її стратегії.
5. Оцінка кон'юнктури ринку.
6. Вивчення діяльності конкурентів.
7. Визначення ступеня можливого господарського ризику.
8. Пошук надійних партнерів для розробки і реалізації інноваційно-інвестиційного проекту.

9. Прогнозування очікуваних результатів на 35 років.

Бізнес-план повинен бути виражено орієнтований на стратегічний розвиток вашої підприємницької діяльності. Він повинен бути максимально прив'язаний до фінансових можливостей підприємця та прогнозних змін фінансової політики у державі.

Бізнес-план є одним із найважливіших стратегічних документів підприємницької діяльності. Найважливішим стратегічним моментом цього документа є узгодження поставлених завдань і реальних фінансових можливостей.

Бізнес-план необхідний для:

- одержання кредитів у комерційних банках при заснуванні фірми;
- розробки проектів створення нових форм підприємства (об'єднання, відкриття дочірніх компаній тощо);
- залучення іноземних інвестицій;
- приватизації державних підприємств;
- чіткої постановки перспективних завдань перед працівниками фірми;
- успішної роботи маркетологів і фінансових менеджерів.

Орієнтовна типова структура бізнес-плану:

1. Резюме – стисле викладення ідеї та особливостей діяльності, якою збирається займатися фірма: актуальність даного проекту, аналіз ринкового середовища і визначення ринкової ніші.

2. Продукція чи послуги: опис та функціональні призначення, переваги та особливості, акцентуація на вигоді для споживача придбання саме цього товару.

3. Оцінка ринку збуту: покупці, місткість і динаміка ринку, фактори.

4. Конкуренція: основні конкуренти, їх сильні і слабкі сторони, переваги фірми порівняно з ними.

5. Маркетинг-план: стратегія маркетингу, основний напрям діяльності, торгівельна політика, ціноутворення, сервіс, реклама.

6. Виробничий план: виробничий процес, приміщення, технічні характеристики устаткування та обладнання, постачальники основної сировини та матеріалів, план підготовки та введення виробництва в експлуатацію.

7. Організаційний план: форма організації бізнесу, керівники фірми, команда менеджерів та консультантів, система оплати праці, соціальна політика підприємства.

8. Юридичний план: форма власності та правовий статус.

9. Оцінка ризику і страхування: можливий ризик і його мінімізація, страхування.

10. Фінансовий план: розрахунки вартості продукту, обсягів реалізації, загальних витрат, чистого прибутку, рух готівки, проект балансу, розрахунок беззбитковості.

11. Стратегія фінансування, потреба у фінансуванні, повернення інвестицій.

12. Оцінка очікуваного прибутку і збитків, розробка балансової відомості, формулювання висновків, узагальнення ключових положень бізнес-плану.

Фундаментально обґрунтований бізнес-план є базою бізнес пропозиції, яка обговорюватиметься із партнерами і відіграватиме вирішальну роль у пошуках інвесторів та кредиторів, від яких значною мірою залежатиме можливість вербування на підприємство досвідчених менеджерів та кваліфікованих спеціалістів.

В Україні невід'ємною частиною нового підприємництва було техніко-економічне обґрунтування доцільності і реалізації будь-якого проекту. Практично ця форма і переросла сьогодні у форму бізнес-плану. Враховуючи реалії українського ринку, бізнес-план повинен спиратися перш за все на конкретно-існуючий проект виробництва певного товару (продукту чи послуги), всебічний аналіз виробничо-господарської діяльності аналогічного типу (ситуаційний аналіз), результати дослідження конкретних інноваційних проектів.

У практичному житті не існує єдиної форми бізнес-плану, бо останній залежить від специфіки бізнесу, особливостей проектованої діяльності, її масштабів. Розробка бізнес-плану фактично є спробою створити так звану модель, майбутньої підприємницької діяльності, до якої життя, безперечно, внесе свої корективи. Але, зрозуміло, що чим менше похибок буде допущено на стадії проектування, тим менше неприємних несподіванок очікуватиме потім.

Питання для обговорення на семінарі

1. Зміст, основні принципи та ознаки підприємництва.
2. Види і функції підприємств.
3. Малий бізнес. Ризик у підприємницькій діяльності.
4. Венчурний бізнес. Система франчайзингу.
5. Аналіз інноваційної діяльності вітчизняних підприємств.

6. Сутність і функції менеджменту. Сфери і напрями менеджменту.
7. Система маркетингу у діяльності сучасного підприємства.

Теми реферативних повідомлень

1. Організаційно-правові форми підприємництва.
2. Форми організації та механізм управління підприємницькою діяльністю.
3. Бізнес-план: сутність, призначення і методологія розробки.

Використана та рекомендована література

1. Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчан М.І., Піча Ю.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник. Друге видання виправлене і доповнене – К.: «Каравелла»; Львів: «Новий світ», 2001.
2. Борисов Е.Ф. Экономическая теория: Учебник. – М.: Юрист, 1997.
3. Геєць В.М., Семиноженко В.П. Інноваційні перспективи України. – Х.: Константа, 2006.
4. Добрынин А.И., Журавлёва Г.П. Общая экономическая теория. – СПб.: Питер, 2001.
5. Доленко Л.Х., Горняк О.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник. Одеса. «Астропринт», 2001.
6. Лісовий А.В. Основи мікроекономіки: Курс лекцій. – К.: ЦНЛ, 2003.
7. Нежиборець В. Теоретичні та практичні передумови довгострокового і середньострокового інноваційного прогнозування в економіці України // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2007. – № 2. – С. 40 – 46.
8. Ніколаєнко С. Національна інноваційна система України: формування та проблеми реалізації // Інтелектуальна власність. – 2007. – № 6. – С. 13 – 19.
9. Сорочинський Ю. Цілі державного управління інноваційною діяльністю // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2006. – №2. – С. 57 - 62.
10. Тарасевич В.М. Економічна теорія. – К. – 2006 – 780 с.

Тема 9. Капітал. Витрати виробництва і прибуток

*Хто швидко приймає рішення,
може швидко пошкодувати.
(П. Сір)*

1. Капітал як матеріальна основа підприємницької діяльності.
2. Суть, види і структура витрат. Собівартість продукції.
3. Прибуток і рентабельність. Норма прибутку. Максимізація прибутку.
4. Ціна в ринковій економіці, її види та функції.

1. Капітал як матеріальна основа підприємницької діяльності

Здійснення підприємницької діяльності неможливе без ресурсів, з яких виготовляються блага. Вони включають різні засоби виробництва – будівлі,

споруди, устаткування, сировину, паливо тощо, а також необхідні фінансові ресурси. Економісти називають їх *капіталом*. З'ясуванню суті капіталу надавали великого значення усі школи економічної теорії. Але єдиної трактовки цього поняття не досягнуто й донині.

Першу спробу наукового аналізу капіталу зробив Арістотель. Він ввів поняття «хремастика» (хрема – майно, володіння), розуміючи мистецтво забезпечення достатку, або діяльність, спрямовану на накопичення багатства, на отримання прибутку, на вкладання і накопичення капіталу.

А. Сміт характеризував капітал лише як нагромаджений запас речей або грошей. Д.Рікардо трактував його як засіб виробництва. К. Маркс підійшов до капіталу як до категорії соціального характеру. Він стверджував, що капітал – це самозростаюча вартість, що народжує так звану додаткову вартість.

Історичними передумовами виникнення капіталу є товарне виробництво і розвиток товарного обігу, торгівлі. Кінцевим продуктом товарного обміну є гроші. Гроші виконують функцію посередника товарообміну. Це можна описати формулою:

$$T - G - T. \quad (9.1)$$

Зовсім інші відносини виникають тоді, коли гроші обертаються як капітал. В умовах, коли вартість стає знаряддям отримання доходу, грошовий вираз капіталу має таку формулу:

$$G - T - G', \quad (9.2)$$

де G' – зростлий капітал.

Із загальної формули капіталу $G - T - G'$ випливає, що він постійно змінює форму вираження. То він виступає як гроші, то як засоби виробництва, то як товар. Гроші або інші цінності і речі самі по собі не є капіталом. Вони стають капіталом в умовах таких виробничих відносин, коли застосовуються для отримання прибутку. Це мають бути розвинені ринкові економічні відносини.

Капітал, як і будь-яка економічна категорія, має свій кількісний зміст. Складові капіталу відіграють неоднакову роль у створенні вартості та додаткової вартості товару.

Постійний капітал (constant – постійний) – це частина витрат капіталіста на придбання засобів виробництва, які у процесі виробництва не змінюють вартості. Отже, постійний капітал не створює додаткову вартість.

Змінний капітал (v – various – змінюваний) – частина витрат капіталіста, яку він витрачає на придбання робочої сили і яка змінює свою вартість у процесі виробництва. Він збільшує первісну вартість, тобто не тільки відтворює власний еквівалент, а й створює додаткову вартість.

Проте такий поділ не визначається в сучасній літературі.

Так, вартість готового продукту (W) включає три компоненти:

$$W = C + V + m \quad (9.3)$$

C – перенесена вартість постійного капіталу (засоби виробництва);

V – відтворення, еквівалент вартості змінного капіталу (робочої сили);

m – додаткова вартість

Як постійний капітал впливає на створення вартості завдяки підвищенню ефективності живої праці? Чим досконаліші засоби виробництва, тим більшу вартість може створити робоча сила за певний проміжок часу, тим більшою може бути величина додаткової вартості.

Норма додаткової має вигляд:

$$m' = m/v \cdot 100\%. \quad (9.4)$$

Норма додаткової вартості показує лише пропорцію, у якій розподіляється новостворена вартість.

Показник маси додаткової вартості M показує, яку величину вартості власник капіталу привласнює як прибуток упродовж певного часу і обчислюється за формулою:

$$M = m/v \cdot V, \quad (9.5)$$

M – загальна маса додаткової вартості;

m – додаткова вартість створена одним робітником;

v – зарплата одного робітника;

V – грошовий вираз сукупної вартості всієї робочої сили (фонд зарплати).

Виробництво додаткової вартості – це єдина мета, умова існування і нагромадження капіталу, а тому вважається основним економічним законом капіталістичної економічної системи господарства.

Робочий час найманого робітника поділяється на дві частини: час, за який створюється еквівалент вартості робочої сили, і час, за який створює додаткова вартість (рис. 9.1)

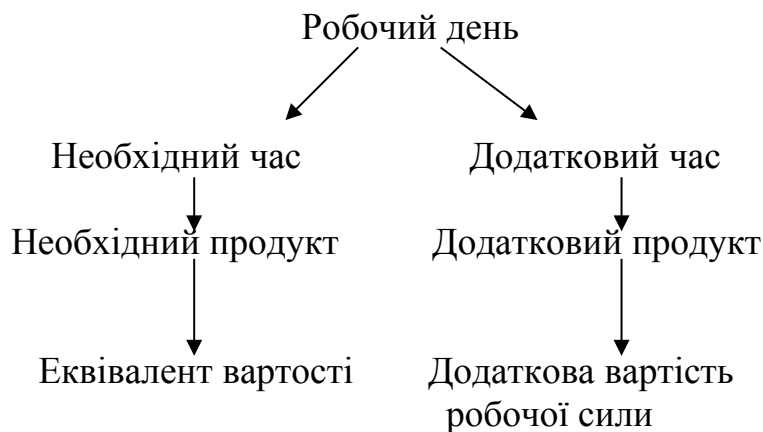
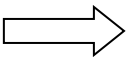
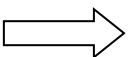


Рис. 9.1. Робочий час робітника

Збільшити додаткову вартість можна двома способами.

Перший спосіб (виробництво абсолютної додаткової вартості): полягає у прямому збільшенні тривалості робочого дня, або в підвищенні інтенсивності праці, що еквівалентно збільшенню тривалості робочого дня. Інтенсивність праці – витрати праці за одиницю часу.

Приклад 1. *Тривалість робочого дня зростає.*

А	– Необхідний робочий час	10 годин Додатковий робочий час	 $m' = 5/5 \cdot 100\% = 100\%$
	5 год.	5 год.	
Б	– Необхідний робочий час	12 годин Додатковий робочий час	 $m' = 7/5 \cdot 100\% = 140\%$
	5 год.	7 год.	

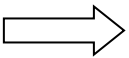
Порівняний аналіз показує, що внаслідок збільшення тривалості робочого дня з 10 до 12 годин норма додаткової вартості зросла з 100% до 140%.

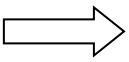
Роботодавці подовжували робочий час у XVIII -XIX ст. до 14-15 годин. Більше ста років тому було законодавче обмеження робочого дня 11-12 годинами, зараз 8 годинами. Сучасний шлях збільшення виробництва абсолютної додаткової вартості – це підвищення інтенсивності праці.

Другою формою підвищення виробництва додаткової вартості є виробництво відносної додаткової вартості. Додаткова вартість, яка виникає шляхом скорочення необхідного робочого часу і відповідного збільшення додаткового робочого часу внаслідок зростання продуктивності суспільної праці, називається відотною додатковою вартістю.

Продуктивність праці – кількість продукції, що виробляється за одиницю робочого часу.

Приклад 2. *Тривалість робочого дня не змінюється*

А	– Необхідний робочий час	10 годин Додатковий робочий час	 $m' = 5/5 \cdot 100\% = 100\%$
	5 год.	5 год.	

Б	– Необхідний робочий час	10 годин Додатковий робочий час	 $m' = 6/4 \cdot 100\% = 150\%$
	4 год.	6 год.	

Зростання продуктивності праці зменшує вартість засобів споживання, що знижує вартість робочої сили, внаслідок чого скорочується необхідний робочий час і відповідно зростає додатковий робочий час.

Отже, збільшити додаткову вартість можна двома шляхами: а) поставити робітника в умови, за яких він буде за ту саму платню більше працювати; б) удосконалювати виробничий процес так, щоб індивідуальна вартість товару була нижча за суспільну.

В економічній науці застосовується категорія надлишкова додаткова вартість. Вона виникає як різниця між суспільною вартістю товару і його більш низькою індивідуальною вартістю внаслідок надсуспільного рівня продуктивності праці.

Теорія виробництва додаткової вартості були створена К. Марксом з метою дослідження і визначення механізму експлуатації робітників в умовах капіталізму. Кількісне визначення результатів цього дослідження знайшло узагальнення у категоріях: норма додаткової вартості, абсолютна і відносна додаткова вартість. Ці теоретичні положення точно відображали стан капіталістичних економічних відносин XVIII-XIX ст. Сутність його концепцій можна коротко подати так:

1) умовою виробництва додаткової вартості є повне відчуження найманого робітника від засобів виробництва, внаслідок чого повністю змінюється співвідношення між живою та уречевленою працею: це не виробник споживає засоби виробництва, а, навпаки, засоби виробництва, «споживають» виробника;

2) відчуження працівника від засобів виробництва і управління процесом виробництва призводить до того, що останній нібито немає жодного відношення до результату своєї праці – товару. Товар, вироблений найманим робітником, стає приватною власністю господаря засобів виробництва;

3) усе це дає змогу власника капіталу, реалізуючи продукцію виплачувати найманому робітникові лише частину створеної ним вартістю необхідного продукту – додаткову вартість.

Оскільки меж для зростання капіталу немає, власник капіталу всіляко намагається збільшувати свою частку в новій вартості, тобто посилює експлуатацію робочої сили, внаслідок чого становище робітника з часом погіршується як абсолютно, так і відносно.

Суть капіталу повніше виявляється у його русі. Без постійного руху капітал не може принести прибуток. В процесі руху він проходить певні стадії і набуває певних функціональних форм.

Кругооборот капіталу – це послідовний рух капіталу, в процесі якого він проходить три стадії (обіг, виробництво, обіг), де набуває трьох

функціональний форм (грошової, продуктивної, товарної) і повертається до вихідної грошової форми.

Припинення руху на одній із стадій кругообороту призводить до порушення процесу зростання капіталу. Довга затримка в одній із функціональних форм капіталу веде до загибелі його. Оскільки капітал постійно знаходиться в русі, всі його три частини (грошова, продуктивна, товарна) здійснюють кругооборот. Безперервний рух капіталу в сферах виробництва і обігу, послідовне повторення стадій кругообороту перетворюють його в *оборот капіталу*. Одиницею виміру одного обороту, тобто періоду, за який до підприємства повертається авансова вартість, є день. Показником кількості оборотів за певний проміжок часу вимірюється швидкість обороту капіталу:

$$n = 360 : O, \quad (9.6)$$

де n – кількість оборотів, за рік; 360 – кількість днів у році; O – тривалість одного обороту, днів.

Оборот капіталу, вкладеного в основне технологічне обладнання, також охоплює кілька років. Це пов'язано з деякими особливостями функціонування засобів праці: вони функціонують у процесі виробництва впродовж кількох виробничих циклів і переносять свою вартість на продукт у міру втрати власної споживної вартості.

Оборотом капіталу – називається його кругооборот, взятий не як окремий акт, а як процес, що постійно відновлюється. Продуктивна частина капіталу, яка функціонує у сфері виробництва ділиться на основний і оборотний капітал.

Отже, гроші перетворюються у засоби виробництва і робочу силу, останні створюють товар, а товар перетворюється у гроші. Цим забезпечується безперервність процесу відтворення.

Основний капітал – це така частина продуктивного капіталу, яка застосовується у багатьох кругооборотах (виробничих циклах), зберігаючи власну натуральну форму і переносить свою вартість на готову продукцію частинами, у міру зносу, у вигляді амортизації (машини, апаратури, будівлі).

Оборотний капітал – це частина продуктивного капіталу, яка повністю поглинається у процесі виробництва і переносить свою вартість на готову продукцію цілком, протягом одного кругообороту (сировина, енергія, паливо та ін.)

Зношування засобів праці відбувається під впливом двох факторів: виробничого використання і технічного прогресу. Перший зумовлений втратою споживної вартості, другий – появою дешевших або досконаліших засобів праці. Відповідно розрізняють знос *фізичний і моральний*.

Фізичне зношування – основного капіталу (засобів праці) відбувається від їх використання або під впливом природи у часі.

Моральне зношення – основного капіталу відбувається у результаті створення більш дешевого або більш ефективного обладнання.

Амортизація – це та частина вартості, яка відповідає ступеню зносу основного капіталу.

Норма амортизації – відношення щорічної суми амортизації до основного капіталу вираженим у відсотках. Вирахувана у відсотках норма амортизації показує, яку частину своєї балансової вартості щорічно переносять засоби праці на продукцію, що ними створюється.

$$H_{\text{ам}} = \Phi_1 - \Phi_{\text{Л}} / \text{ТА} \cdot \Phi_1 \cdot 100\% , \quad (9.7)$$

Φ_1 – початкова вартість основних фондів, грн..

$\Phi_{\text{Л}}$ – ліквідаційна вартість основних фондів

ТА – нормативний термін служби основних фондів, років.

2. Суть, види і структура витрат. Собівартість продукції

Будь-яке виробництво неможливе без попередніх базових витрат.

Для підприємства витрати ототожнюються із затратами капіталу. Тому формула витрат набуває такого вигляду:

$$K = C + V, \quad (9.8)$$

K – витрати виробництва (затрати капіталу);

C – затрати на засоби виробництва (постійний капітал);

V – затрати на заробітну плату (змінний капітал).

Дещо незвичним для вітчизняної практики є принцип побудови і групування витрат виробництва у країнах з розвиненою ринковою економікою.

Виробничі витрати – затрати виробника (фірми) на придбання та використання всіх необхідних ресурсів для виготовлення кінцевої продукції.

Види виробничих витрат:

Зовнішні (явні, бухгалтерські, грошові) ЕС. Це платежі за ресурси, тобто витрати підприємства, що йдуть на придбання ресурсів, які не належать цій фірмі (сировина, електроенергія, паливо, устаткування, працю тощо). Оскільки ці витрати відображаються в бухгалтерському обліку і враховуються за статтями та елементами витрат, вони виступають як *бухгалтерські витрати*.

Отже, *бухгалтерські витрати* – це фактичні витрати підприємства на виробництво певного обсягу продукції.

Внутрішні (неявні, неоплачувані) ІС. Витрати, пов'язані з використанням власних ресурсів фірми (заробітна плата, яку міг отримати підприємець як найманий робітник; орендна плата яку б міг отримати підприємець, здаючи капітальні ресурси в оренду, відсоток на депозит, який міг би отримати підприємець на свій грошовий капітал у банку. Це витрати за які підприємство явно не платить, бо ці ресурси є його власністю.

Витрати, що виникають як результат утрачених можливостей через альтернативне використання ресурсів, називаються *альтернативними витратами*.

Зовнішні і внутрішні витрати утворюють *економічні витрати* (витрати фірми на отримання й використання всіх ресурсів).

Економічні витрати = бухгалтерські витрати + неявні витрати.

Виробничі витрати (з урахуванням чинника часу):

Постійні FC (fixed cost) – витрати фірми, які не залежать від обсягу її виробництва (зарплата службовців, оренда устаткування, відсотки за кредити, амортизація, тощо) і які фірма повинна сплачувати навіть тоді, коли вона нічого не виготовляє.

Змінні VC (variable cost) – витрати фірми, які залежать від обсягу її виробництва (витрати на сировину, матеріали, паливо, оплату найманих робітників, тощо).

Загальні (валові) витрати TC (total cost) – є сумою постійних і змінних витрат.

$$TC = FC + VC. \quad (9.9)$$

Величина постійних витрат є незмінною. Зі збільшенням обсягу виробництва, загальні витрати (*TC*) зростають на суму змінних витрат (*VC*).

Середні витрати – витрати на випуск одиниці продукції.

Види середніх витрат:

1. *Середні постійні витрати AFC (average fixed cost)* – визначаються діленням постійних витрат на кількість виробленої продукції.

$$AFC = FC/Q. \quad (9.10)$$

2. *Середні змінні витрати AVC (average variable cost)* – визначаються діленням змінних витрат на кількість виробленої продукції.

$$AVC = VC/Q. \quad (9.11)$$

3. *Середні загальні витрати ATC (average total cost)* – визначаються діленням валових витрат на кількість продукції, або як сума середніх постійних і середніх змінних витрат.

$$ATC = TC/Q. \quad (9.12)$$

Граничні витрати MC – додаткові витрати на виробництво додаткової одиниці продукції

$$MC = \Delta TC / \Delta Q, \quad (9.13)$$

де ΔTC – приріст валових (загальних) витрат, ΔQ – приріст обсягу виробництва.

Граничні витрати показують, скільки потрібно додаткових коштів для виробництва ще однієї одиниці продукції, або скільки коштів можна зекономити при зменшенні виробництва на одну одиницю продукції.

Витрати, які несе фірма, виробляючи певний обсяг продукції, залежать також від можливості змінити кількість усіх використовуваних ресурсів. Одні ресурси можна змінити швидко (сировина, обсяг праці, тощо), а інші довго (площа підприємства, обладнання, тощо). У зв'язку з цим розрізняють короткостроковий та довгостроковий періоди.

Короткостроковий період - період фіксованих потужностей, протягом якого підприємство не може змінити жоден із своїх виробничих чинників, але може змінити інтенсивність їх використання.

Довгостроковий період – період, що дає змогу змінювати потужності, тобто протягом якого підприємство може змінити кількість усіх використовуваних чинників, у тому числі й виробничі потужності.

У довгостроковому періоді фірма спроможна змінити всі задіяні ресурси, тому всі її економічні витрати є перемінними. На величину витрат протягом довгострокового періоду впливає ефект масштабу.

Ефект масштабу (англ. *Economies of Scale*) – зниження витрат виробництва на одиницю продукції в результаті збільшення обсягів виробництва. Розглядається в довгостроковому періоді.

Позитивний ефект масштабу. Відбувається коли при збільшенні розмірів організації і кількості продукції, що випускається, **витрати** на одиницю продукції зменшуються. Звичайно пов'язаний з поглибленням **розподілу праці**. Завдяки цьому ефекту дуже вигідним опинився перехід від ручної праці до **мануфактури** і потім до **конвеєра**.

Негативний ефект масштабу. Зворотний позитивному ефект, при якому **середні витрати** збільшуються разом із зростанням підприємства.

Постійний (незмінний) ефект масштабу. Ситуація коли зростання обсягу виробництва відбувається пропорційно зростанню виробничих чинників.

Собівартість – це грошовий вираз витрат підприємства на виробництво та реалізацію продукції.

Зниження собівартості продукції є головним фактором зростання прибутковості підприємства.

Шляхи зниження собівартості продукції:

- здешевлення та економія сировини та матеріалів;
- впровадження досягнень науково-технічного прогресу;
- механізація та автоматизація виробництва, тобто інтенсивне використання техніки;
- удосконалення системи управління підприємством;
- раціональне виробництво, тощо.

Мінімізація витрат виробництва є важливою у будь-якому суспільстві, набуваючи особливої ваги за умов ринкової економіки. Кожен підприємець прагне до скорочення витрат виробництва, зниження собівартості продукції. Зниження витрат виробництва відповідає інтересам суспільства в цілому. Що нижчі індивідуальні витрати виробництва, то економніше використовуються ресурси, а отже, з них одержують і більше товарів для задоволення суспільних потреб. Водночас зниження витрат виробництва створює умови для зниження цін на товари. Головним і найдієвішим чинником, що змушує зменшувати собівартість є конкуренція.

3. Прибуток і рентабельність. Норма прибутку. Максимізація прибутку

Зворотним боком витрат виробництва є прибуток. Він тим більший, чим менші витрати виробництва, і навпаки. В умовах ринкової економіки прибуток на рівні підприємства виступає як безпосередня мета виробництва, що зумовлена тенденцією до самозростання.

Відносини з приводу привласнення результатів праці виступає у формі прибутку.

Прибуток – це дохід суб'єкта економічної діяльності, який утворюється як різниця між сумою грошових надходжень і витратами виробництва (собівартістю продукції).

$$(C + V + P) - (C + V) = (C + V + P) - K = P, \quad (9.14)$$

де P – прибуток,

K – капітал, або витрати виробництва.

А. Сміт розглядав прибуток, по-перше, як результат праці робітника, оскільки вартість, яку він додає до вартості матеріалів, розкладається на дві частини: оплату його праці та прибуток підприємця; по-друге – як результат функціонування капіталу.

Д. Рікардо вважав, що величина прибутку залежить від заробітної плати: прибуток зростає, якщо знижується заробітна плата.

За К. Марксом, прибуток – це перетворена форма додаткової вартості.

Багато західних економістів при поясненні прибутку використовують теорію трьох факторів Ж. Б. Сея, за якою участь у створенні вартості беруть праця, земля і капітал.

Загальний дохід (виручка) TR (total revenue) – сума грошей, яку отримало підприємство від реалізації продукції за певний проміжок часу.

$$TR = P \cdot Q, \quad (9.15)$$

де P – ціна проданого товару,

Q – кількість проданої продукції.

Граничний (маржинальний) **дохід** MR (marginal revenue) – приріст загальної виручки підприємства від збільшення продажу на одну додаткову одиницю продукції.

$$MR = TR \cdot Q, \quad (9.16)$$

де TR – зміна загального доходу,

Q – зміна кількості проданої продукції.

Загальний прибуток TP (total profit) – різниця між отриманим загальним доходом та загальними витратами фірми

$$TP = TR - TC, \quad (9.17)$$

де TR – загальний дохід,

TC – загальні витрати.

Оскільки витрати бувають різними, прибуток також може бути різним.

Бухгалтерський прибуток визначається як різниця між загальним прибутком і бухгалтерськими (зовнішніми, явними) витратами.

Економічний прибуток визначається як різниця між загальним доходом і економічними витратами виробництва, які містять бухгалтерські та внутрішні (неявні) витрати, зокрема й нормальний прибуток. Також економічний прибуток дорівнює загальному доходу мінус альтернативна вартість.

Альтернативна вартість – сума явних і неявних витрат. Неявні витрати включають в себе нормальний прибуток підприємця.

Нормальний прибуток – мінімальний дохід, необхідний для того, щоб утримати підприємця в даній галузі. Тобто, дохід, який стимулює підприємця продовжувати справу, залишаючись у певній сфері бізнесу.

Оскільки нормальний прибуток є винагородою за виконання підприємницьких функцій, він входить до складу внутрішніх витрат фірми.

Існування надлишкового прибутку на довшому відрізку часу свідчить про наявність перешкод для ефективної конкуренції виробників на певному ринку.

Монопольний прибуток – прибуток фірми, яка займає монопольне становище на ринку.

Засобами вимірювання прибутку є його маса (абсолютна грошова величина) та норма (якісний відсотковий показник).

Маса прибутку – це абсолютний обсяг прибутку в грошовому вираженні.

Норма прибутку характеризує ступінь прибутковості капіталу і визначається як відсоткове відношення маси прибутку до всього авансованого капіталу.

Величина норми прибутку свідчить про ефективність функціонування авансованого капіталу і залежить від багатьох факторів, що діють у сферах

виробництва, обігу та розподілу, в тому числі від швидкості обороту капіталу, маси прибутку, ринкових цін, структури витрат, масштабу виробництва тощо.

У господарській практиці норма прибутку є виразником *рентабельності виробництва*. Фірма, що має прибуток, є рентабельною, а та, у якої його немає (ціна покриває лише витрати) є нерентабельною, збитковою.

Соціально-економічна сутність прибутку найповніше виявляється в його функціях.

До функцій прибутку належать:

1) *облікова*, індикативна, що характеризує прибуток як найважливіший показник, критерій ефективності господарської діяльності фірми;

2) *розподільча*, що характеризує прибуток як основне фінансове джерело розвитку фірм і суспільства в цілому;

3) *стимулююча*, що визначає прибуток як потужний мотивуючий чинник, генератор економічного розвитку, здійснення інвестицій та нововведень.

Економічна роль прибутку в умовах ринку виявляється в таких рисах:

1) прибуток є рушійною силою функціонування та розвитку економіки, основним спонукальним мотивом підприємницької діяльності;

2) прагнення отримати прибуток сприяє ефективному розподілу та використанню ресурсів, упровадженню досягнень науково-технічного прогресу, скороченню витрат, поліпшенню якості продукції та її споживчих властивостей;

3) прибуток є джерелом розширення суспільного виробництва, примноження національного багатства та задоволення потреб суспільства, що зростають.

Принципи розподілу прибутку підприємства:

- сплата частки до бюджету;
- поповнення статутного фонду;
- виплата дивідендів;
- розширення виробництва;
- соціальний розвиток;
- стимулювання та мотивація працівників.

Орієнтуючись при прийнятті економічних рішень на мінімально можливий рівень витрат, будь-яка фірма розглядає це завдання не як самоціль, а як засіб вирішення загальнішого завдання – **максимізації прибутку фірми**. Ця мета є головною для будь-якої фірми. Прагнення до максимізації прибутку дає можливість раціонально використовувати ресурси, забезпечувати високу ефективність і створювати для цього відповідні умови.

Максимізація прибутку для фірми означає пошук шляхів отримання найбільшої різниці між загальним доходом і загальними витратами:

$$\Pi = TR - TC = (P - ATC) Q \rightarrow \max, \quad (9.18)$$

де Π – прибуток; TR – загальний дохід; TC – загальні витрати; P – ціна; ATC – загальні середні витрати; Q – обсяг продукції.

Основною вимогою максимізації прибутку є прибутковість (окупність) кожної одиниці продукції.

Умови одержання прибутку:

$$1) \quad MR \text{ (граничний дохід)} = MC \text{ (граничні витрати)}. \quad (9.19)$$

Точка максимізації прибутку, тобто обсяг виробленої продукції буде оптимальним.

$$2) \quad P > ATC. \quad (9.20)$$

Фірма отримує прибуток, поки ціна вища за середні валові витрати

$$3) \quad MR = MC = P = ATC. \quad (9.21)$$

Фірма отримує нульовий економічний прибуток

$$4) \quad ATC > P > \min AVC. \quad (9.22)$$

Фірма має вжити певних заходів, щоб зменшити витрати

$$5) \quad P < \min AVC. \quad (9.23)$$

Фірма є збитковою і має закритись, так як продажна ціна менша ніж середні змінні витрати. Отже, критичною точкою, після якої фірма припиняє свою діяльність, є рівність:

$$P = AVC. \quad (9.24)$$

Правило максимізації прибутку, або “золоте правило бізнесу”: фірма має збільшувати випуск продукції доти, доки витрати на виробництво додаткової одиниці продукції не зрівняються з граничним доходом від реалізації цієї одиниці продукції: $MR = MC$. (Граничні витрати дорівнюють граничному доходу).

За умов досконалої конкуренції $P = MR$, тому “золоте правило бізнесу” має вигляд:

$$MC = MR = P. \quad (9.25)$$

4. Ціна в ринковій економіці, її види та функції

Найпростішим та історично першим є таке визначення ціни: **ціна** – це грошовий вираз вартості. Воно відображало той період розвитку товарного виробництва, коли існувало просте товарне виробництво і ціни коливалися навколо вартості товару.

Ціна – це кількість грошей, яку сплачують за одиницю певного товару чи послуги. Ціну товару, що виражена в грошах, називають його *абсолютною* ціною. Водночас ціну одного товару можна відобразити в певній кількості іншого товару. Ціна товару, що виражена в певній кількості іншого товару, є *відносною* ціною товару.

Загалом ціна – одна із найважливіших економічних, і не тільки економічних категорій суспільства, у всі часи існування товарного виробництва і обігу, пронизаних товарно-грошовими відносинами. Ціна з'явилась тоді, коли появились гроші у вигляді всезагального еквіваленту.

Ціна як одна з найскладніших категорій обслуговує всі стадії суспільного відтворення: виробництво, розподіл, обмін, споживання. Ціна обслуговує грошовий обіг і є виразником мінових відносин між товарами і грошима.

Усі ціни можна поділити на декілька категорій, використовуючи шість ознак:

1. За сферами товарного обслуговування: оптові ціни, закупівельні ціни, тарифи на послуги.
2. За способом і відображенням транспортних витрат в ціні: ціна франко-відправлення, ціна франко призначення.
3. За формою продажу: контрактні, договірні, біржові котирування, ціни ярмарків і виставок, аукціонні.
4. За стадіями продажу: ціна пропозиції (ціна виробника), ціна попиту (споживача), ціна реалізації (може бути реальна і діюча).
5. За ступенем регулювання: жорстко фіксовані, регульовані, вільні.
6. За ступенем стійкості: тверді (на весь термін дії договору), плаваючі (у них можна вносити поправки протягом дії договору), ціни з наступною фіксацією (ціни змінюють після певного періоду часу).

В Україні **класифікація цін** здійснюється через їх поділ на оптові ціни підприємства, оптові ціни промисловості та роздрібні ціни. Оптові ціни підприємства складаються з собівартості й прибутку.

Існують такі види цін.

Базові – ціни, щодо яких будуть вноситися поправки. Базовими можуть виступати: розрахункові, довідкові, преїскурантні ціни.

Трансфертні – передавальні ціни, звичайно нижче оптово-роздрібних. Ці ціни існують всередині транснаціональних компаній при передачі продукту (деталей) з одного дочірнього підприємства іншому.

Демпінгові – ціни, знижені щодо рівня цін на ринку, до якого входить фірма.

Світові – визначаються за фірмою-лідером або використовуються середні арифметичні ціни декількох фірм.

Чинна (номінальна) ціна – ціна на сьогоднішній день з урахуванням поточного курсу валют.

Реальна (порівняна) ціна – ціна, розрахована щодо сукупного показника цін – індексу споживчих цін.

Національні (внутрішні) ціни – обслуговують національну економіку, зважаючи на особливості галузей національного господарства.

Залежно від способу формування ціни поділяють на *адміністративні* та *ринкові*.

Адміністративні ціни встановлює не ринок, а державний орган. Такі ціни не відображають реальних витрат на виробництво продукту; вони не виконують основних функцій ціни.

Ринкові ціни формуються в процесі взаємодії попиту і пропозиції. Ринкова ціна залежить від попиту і пропозиції. Попит показує кількість продукту, яку споживачі бажають купити, а пропозиція – кількість продукту, яку виробники спроможні виробити й поставити на ринок. За зростання ціни попит зменшується, а пропозиція збільшується.

У функціях ціни проявляється її сутність. В економічній літературі ніколи не було єдності щодо числа і змісту функцій ціни.

Здатність конкурентних сил з боку попиту і пропозиції встановлювати ціну на рівні, при якому купівля і продаж синхронізуються, називається *врівноваженою функцією ціни*.

Ринкова ціна виконує також інформаційну, або орієнтувальну, функцію. Під впливом різних обставин смаки та уподобання споживачів змінюються.

Сприятливість ринкової системи до змін у потребах покупців, що втілюється у відповідній реакції фірм і постачальників ресурсів, називають *інформаційною, або орієнтувальною, функцією цін*.

Здатність конкурентної ринкової системи ініціювати технічний прогрес називають *стимулюючою функцією цін*. Ця функція цін підвищує рівень ефективності використання обмежених ресурсів.

Загалом ціна виконує такі основні функції: 1) *облікову*, яка є засобом обліку суспільно необхідної, а отже, й корисної праці; такий облік дає змогу здійснювати еквівалентний обмін товарів, визначати економічну ефективність виробництва, встановлювати оптимальне співвідношення між нагромадженням і споживанням та інші пропорції; 2) *розподільчу*, яка реалізується у процесі внутрігалузевої та міжгалузевої конкуренції; 3) *стимулюючу*, яка полягає в тому, що ринкові ціни спонукають підприємців через механізм конкуренції впроваджувати нову техніку, досконаліші форми і методи організації виробництва тощо.

В плановій економіці виділялось чотири функції ціни: планово-облікова (нормативна), стимулююча, розподільча, регулююча. За останнє десятиліття в літературі крім названих появились такі функції, як соціальна, інформативна, управляюча, вимірювальна, облікова, засобу розміщення виробництва, збалансування попиту та пропозиції тощо.

Ціноутворення – це процес встановлення цін, результатами якого є ціна.

Суб'єктами ціноутворення є юридичні і фізичні особи, яким надано право встановлювати ціни.

Характерно, що на ціну діють не тільки економічні фактори, але, як писав відомий американський вчений Герберт Ньютон Кесон: "... цінами рухають факти, випадки, страхи та чутки, бажання та хвилювання".

Цінова політика – це мистецтво управління цінами і ціноутворенням, мистецтво встановлювати на товари (послуги) такі ціни і так варіювати ними залежно від положення товару і фірми на ринку, щоб поставлені цілі (стратегічні, оперативні) були досягнуті. Цінова політика реалізується через цінові стратегії і повинна розглядатися тільки в контексті з загальною політикою фірми.

Цінові стратегії фірми – це визначення (вибір) фірмою з усіх можливих напрямів дій в галузі ціноутворення головної, що забезпечує досягнення поставленої мети в кожному конкретному місці і в конкретний часовий відрізок.

Постійним і важливим елементом комплексу маркетингу є ціна, а в період сильної інфляції цінові стратегії набувають пріоритетного значення. На початку розвитку ринкової економіки ціна була головним засобом забезпечення ринкового успіху продавця. У наш час поряд з ціновими фірми розробляють і нецінові стратегії, роль яких частіше є більш значною, ніж роль цінових стратегій.

Ціни можуть як залучити, так і відштовхнути покупців. Рівень цін сильно впливає на загальний виторг фірми, тому ціни можуть визначати асортиментну структуру виробництва. Рівень цін, витрат, обсягів продаж визначають прибутковість фірми, її життєздатність. Ціни є сильним засобом боротьби з конкурентами на ринку.

Роль ціни в досягненні фірмою поставлених цілей залежить від ряду факторів: структури ринку, типу товару, еластичності попиту, мети фірми, розміру фірми, конкретної ринкової ситуації.

Політика цін – це частина економічної політики держави, яка являє собою організаційно-методологічну концепцію з проблем ціноутворення, спрямовану на вирішення за допомогою цін важливих економічних, соціальних та інших проблем суспільства в даний час, у близькому та віддаленому майбутньому.

Оскільки політика – вид державної діяльності, то формування і проведення політики цін є прерогативою державних органів влади.

В економічній літературі політика цін часто подається як сукупність економічних, організаційних і методичних заходів із встановлення цін, спрямованих на досягнення оптимальних результатів.

У перехідній економіці українська держава проводила як політику цін, так і їх регулювання, що було зумовлено кризовим станом економіки та необхідністю її реформування і захисту прав споживачів товарів. В країнах з розвинутою ринковою економікою держава політики цін не проводить, якщо не брати до уваги епізодичного регулювання цін, яке відбувається, на відміну від регулювання в Україні, як правило, на субсидійній основі за рахунок коштів держави.

В ринковій економіці застосовується ринкова методологія ціноутворення, яка полягає в тому, що ціна формується під дією попиту і пропозиції і на противагу до планової економіки виражає не вартість одиниці товару, як витрат абстрактної суспільної праці, а його мінову вартість, яка появляється в процесі обміну товару і формується за участю здебільшого суб'єктивних факторів таких як смаки, традиції, мода споживачів, товарів тощо.

Існує ціла *система методів визначення цін*. Фірми розглядають ціну як змінний і важливий фактор. Максимальна ціна визначається унікальними перевагами товару, мінімальна-витратами виробництва, середня – конкуренцією.

Методи ціноутворення базуються на певній методології ціноутворення.

В планово-директивній економіці неподільно панувала витратна методологія ціноутворення, тому всім методам ціноутворення цієї економіки притаманний витратний підхід до встановлення цін і повне ігнорування кон'юнктури ринку.

В ринковій економіці застосовують три *методи ціноутворення*:

- 1) зорієнтований на витрати, 2) зорієнтований виключно на попит, 3) зорієнтований на цінового лідера.

В економічній літературі наводиться більше десятка методів ринкового ціноутворення. Проте більшість з них не є самостійними методами, а тільки їх модифікаціями або частковими додатковими рішеннями економічного, соціально-психологічного та правового характеру, які вписуються у дійсні методи ринкового ціноутворення.

Питання для обговорення на семінарі

1. Суть капіталу та його структура в процесі виробництва, форми накопичення. Шляхи підвищення додаткової вартості.
2. Кругооборот і оборот капіталу. Основний та оборотний капітал.
3. Фізичне та моральне зношення основного капіталу. Амортизація.
4. Рівновага підприємства як виробника. Поняття ізокванти та ізокости.
5. Суть, види і структура витрат виробництва. Собівартість продукції.
6. Прибуток: сутність, види, функції. Норма прибутку і чинники, що впливають на неї.
7. Максимізація прибутку. Беззбитковість та рентабельність. Банкрутство.
8. Цінова політика і методи ціноутворення.

Теми реферативних повідомлень

1. Капітал як економічна категорія товарного виробництва.
2. Цінова політика підприємства.

Використана та рекомендована література

1. Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчан М.І., Піча Ю.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник. Друге видання виправлене і доповнене – К.: «Каравелла»; Львів: «Новий світ», 2001.
2. Борисов Е.Ф. Экономическая теория: Учебник. – М.: Юрист, 1997.

3. В.О. Рибалкін, М.О. Хмелевський та ін. Основи економічної теорії – К.: 2002.
4. Ватаманюк З.Г., Панчишин С.М. економічна теорія: макро- і мікроекономіка. – Київ: видавничий дім Альтернативи, 2001.
5. Добрынин А.И., Журавлёва Г.П. Общая экономическая теория. – СПб.: Питер. 2001.
6. Доленко Л.Х., Горняк О.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник. – Одеса. «Астропринт», 2001.
7. Економічна теорія. Посібник вищої школи/ Воробйов Є.М., Гриценко А.А. – Харків-Київ, 2001.
8. Економічна теорія: Навч. посібник / За ред. В.О. Білика, П.Т. Саблука; 4-е вид., перероб. та доп. – К.: ННЦ ІАЕ, 2004.
9. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2006.
10. Колесников О.В. Ціноутворення: Навч. посібник – К.: Центр навчальної літератури, 2006.
11. Лісовий А.В. Основи мікроекономіки: Курс лекцій. – К.: ЦНЛ, 2003.
12. Ніколенко Ю.В. Демківський, В. В. Феценко та ін. Суспільне виробництво. Ринкова економіка. – К.: Либідь, 1994.
13. Основи економічної теорії/ За ред. Л.С.Шевченко. Харків. – «Право», 2008.
14. Основи економічної теорії/ За ред. С.В. Мочерного. – К.: Видавничий центр «Академія», 1998.
15. Основи економічної теорії : підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2010. – 448 с.
16. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення: Опорний конспект лекцій. – Львів, 2004.
17. Чепінога В.Г. «Основи економічної теорії: Навчальний посібник». – К.: Юрінком Інтер, 2003.
18. Уразов А.У., Маслак П.В., Саух І.В. Основи економічної теорії. Навч. посіб. – К.: МАУП, 2005.

Тема 10. Теорія інтелектуального виробництва. Інтелектуальний капітал

*...Інтелектуальний капітал – це коріння компанії,
приховані умови розвитку, які існують за видимим фасадом...
(Л. Едвінссон, М. Мелон)*

*"Якщо немає способів захистити інтелектуальну власність,
немає й сенсу інвестувати в неї"
(Шай Агассі)*

1. Теоретико-методологічні засади дослідження інтелектуального капіталу. Людський капітал.
2. Функціонування інтелектуального капіталу в економіці України.
3. Економіка інтелектуальної власності.
4. Зарубіжний досвід стимулювання розвитку інтелектуального капіталу і перспективи його застосування в економіці України.

1. Теоретико-методологічні засади дослідження інтелектуального капіталу. Людський капітал

Саме інтелектуальний капітал нації дедалі більше перетворюється на провідний чинник економічного зростання та міжнародного обміну, радикальних структурних зрушень, стає головним у визначенні ринкової вартості високотехнологічних компаній і формуванні високого рівня конкурентоспроможності. Все це дає підстави говорити про становлення у сучасному світі якісно нового типу економіки – економіки, яка ґрунтується на знаннях та використанні інтелекту. У цій економіці головну роль відіграє капітал, створений творчим використанням набутих знань. Знання сьогодні стають головним джерелом досягнення високих соціально – економічних результатів. Знання – це передусім думки та досвід, підходи та ідеї стосовно того, як повинно бути організоване виробництво, яким повинен бути продукт, щоб задовольняти всі зростаючі потреби людини і т.д. Ці знання виявляються в навичках і вміннях людей, закріплюються у вигляді організаційної культури, брендів, патентів, ліцензій, організаційних структур, методів взаємодії підприємств та установ, тобто у вигляді інтелектуального капіталу.

Поняття людський капітал увійшло в науку на початку 60-х років XX ст. у західній економічній літературі. Виникнення і розвиток теорії людського капіталу пов'язані з іменами американських учених-економістів Т.Шульца, Г.Беккера, Л.Туроу, Я.Мінсера. Згідно з їхньою теорією, якщо розглянути витрати суспільства на охорону здоров'я та освіту не як видатки, а як виробничі інвестиції в людський капітал, то криві зростання стануть синхронними.

Методологічні засади людського капіталу зводяться до таких ознак: висококваліфікована робоча сила (людські ресурси) містить всі ознаки капіталу, бо набуває якості завдяки інвестиціям у людину (освіта, наука, охорона здоров'я тощо); ефективне використання і віддачу від сформованого людського капіталу забезпечує менеджмент людських ресурсів, який суттєво відрізняється від інших видів менеджменту. Носієм людського капіталу є конкретні люди, а власниками і користувачами – інвестори в людський капітал.

Людський капітал розуміють загалом як сукупність усіх продуктивних рис працівника.

Г.Беккер вважає, що "... людський капітал формується за рахунок інвестицій у людину, серед яких можна назвати навчання, підготовку на виробництві, витрати на охорону здоров'я, міграцію і пошуки інформації про ціни і доходи".

Висунуту Т. Шульцем концепцію людського капіталу згодом трансформували в концепцію інтелектуального капіталу.

Категорія "інтелектуальний капітал" виникла в ринковому середовищі і вона відображає не лише новий підхід до аналізу ролі людини в суспільно-виробничому процесі, а й зростаюче значення інтелектуальної діяльності та не речового нагромадження для всього відтворення суспільного життя, визнання необхідності і високої ефективності вкладень у людину.

Нове поняття "інтелектуальний капітал" ввів у науковий обіг Дж. Гелбрейт в 1969р. Категорія "інтелектуальний капітал" і нова, і складна. Тому в економічній літературі трапляються досить суттєві відмінності у її трактуванні. Загалом інтелектуальний капітал трактують як знання та інформацію, які є нематеріальним активом і предметом соціально-економічних відносин. Найчастіше під інтелектуальним капіталом розуміють не просто знання, а специфічні знання, тобто такі, які мають перевагу над відомими.

Інтелектуальний капітал – це збірне поняття, яким позначають об'єкти інтелектуальної власності, які перебувають у розпорядженні суспільства, та знання, вміння, навички людини, а також системи, створені нею, які при включенні до господарського обороту приносять додану вартість за рахунок нових і сильніших конкурентних переваг.

Розглядаючи структуру інтелектуального капіталу, можна виділити такі групи, які найчастіше застосовують: людський, структурний (організаційний), споживчий (рис. 10.1).

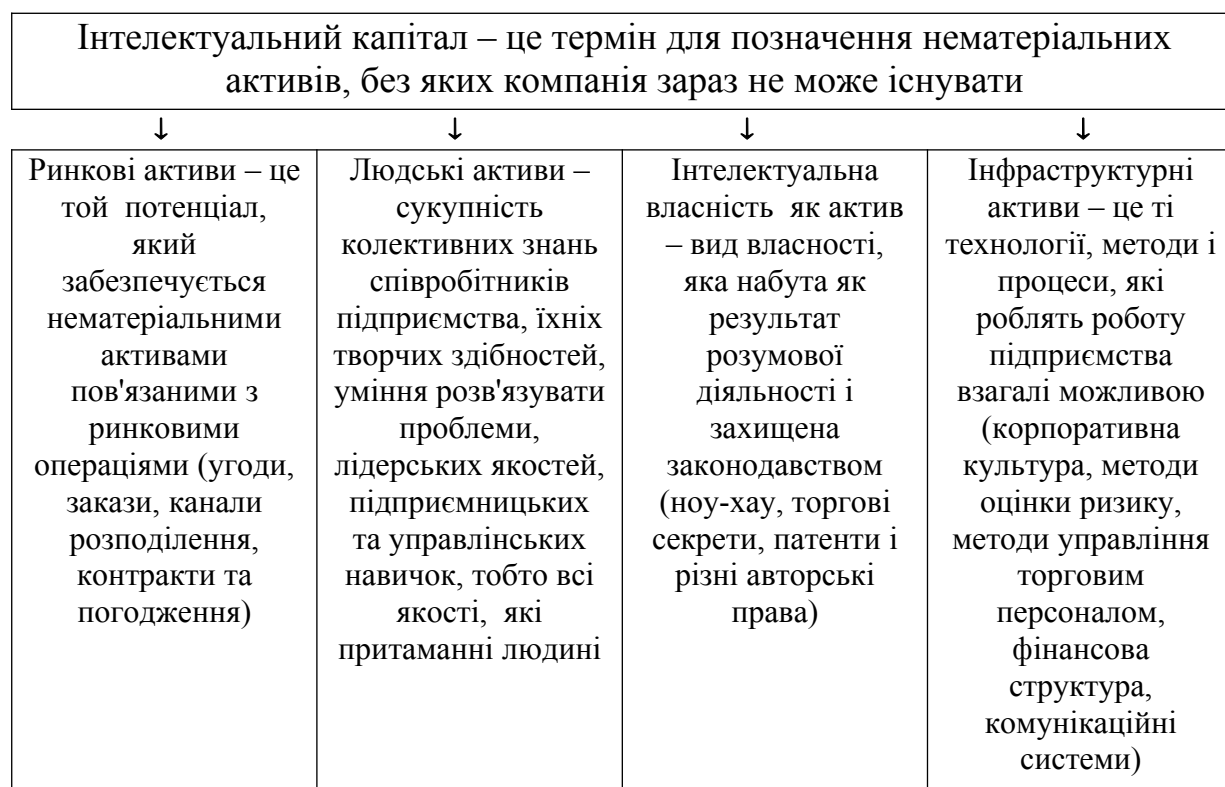


Рис. 10.1. Складові частини інтелектуального капіталу

Усі елементи інтелектуального капіталу є, по суті більш-менш дійовими факторами, які визначають створення багатства сучасного суспільства. Але

практично всі теоретики та практики стверджують, що інтелектуальний капітал складається не з окремих частин, а виростає з їхньої взаємодії.

Виділяють такі типи інтелектуального капіталу: персоніфікований, техніко-технологічний, інфраструктурний, клієнтський, марочний. Персоніфікований: пов'язані з роботою знання та вміння, творчі здібності, освіта, професійна кваліфікація, лояльність, цінність установки персоналу, психометричні характеристики. Техніко-технологічний: винаходи, корисні моделі, промислові зразки, патенти, виробничі секрети ("ноу-хау"), оригінальне програмне забезпечення, права на дизайн. Інфраструктурний: інформаційні технології, бази даних, організаційна структура, філософія управління, корпоративна культура, ділове співробітництво. Клієнтський: стосунки зі споживачами, контракти, портфель замовлень, ліцензійні угоди. Марочний: торгові марки, товарні знаки, корпоративна марка (ім'я), марки обслуговування.

Кожний тип інтелектуального капіталу має визначені специфічні функції.

Отож, визначення інтелектуального капіталу, розкриття його економічного змісту та особливостей, дають підстави структурувати інтелектуальний капітал та об'єкти інтелектуальної власності як його складову з вищевикладених позицій, глибше усвідомити економіко-правову сутність та оцінити його з метою ефективного управління економікою.

2. Функціонування інтелектуального капіталу в економіці України

Сучасний етап у розвитку світової спільноти характеризується набором факторів, серед яких провідне місце займають освіта, наука, культура. Там, де усвідомлюють значення і роль цих чинників, визначають їх основними векторами державної політики, відбувається залучення цих країн до країн з високорозвиненою економікою.

Сьогодні, щоб повернути господарські справи на краще, важливо насамперед привести в дію організаційні та соціальні резерви, активізувати людський фактор. В основі активізації людського фактора головною рушійною силою є жива творчість мас. Активізувати людський фактор – означає дати простір цій могутній силі, викликати інтерес і свідоме ставлення людей до творчих завдань

Молоді люди в віці до 30 років сьогодні становлять приблизно половину всієї науково-технічної інтелігенції. У цьому зв'язку зростає відповідальність і роль освіти, яка значною мірою впливає на вибір кожним своєї майбутньої діяльності та формування інтелектуального потенціалу суспільства. Кількість фахівців з вищою та середньою професійною освітою на 1000 працюючих у Німеччині становить 190 осіб, у Франції – 220, в Японії – 230, у США – 360, в Україні – 336 осіб.

Систему освіти та професійної підготовки становлять заклади загальної та професійної освіти, наукові, науково-методичні і методичні установи, науково-виробничі підприємства, державні та місцеві органи управління

освітою та самоврядування в галузі освіти, служби розвитку персоналу підприємств, а також системи послідовних освітніх програм та державних освітніх стандартів різних рівнів і спрямованості.

Таблиця 10.1

Кількість загальноосвітніх і вищих навчальних закладів

I-IV рівнів акредитації

	Кількість на початок навчального року (одиниць)					
	1995/96	2000/01	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06
Загальноосвітні навчальні заклади	22255	22210	22094	21908	21722	21589
Вищі навчальні заклади I-IV рівнів акредитації	1037	976	997	1009	966	951

Незважаючи на солідні здобутки інтелектуальної праці в цілому, на творчу діяльність багатомільйонної інтелігенції, наявність значного арсеналу інтелектуальних продуктів та інтелектуального потенціалу, в Україні простежується інтелектуальна криза. В її основі – антагонізми бюрократизованого суспільства та суперечності між світовим рівнем суспільного поділу інтелектуальної праці й низьким рівнем її виконання, масовим виробництвом інтелектуальної продукції та обмеженим попитом на неї, командним управлінням і необхідністю інтелектуалізації сучасної державної політики. Відбувається скорочення бюджетних витрат на науку та освіту. Якщо в розвинутих країнах на науку витрачається від двох і більше відсотків ВВП, то в Україні менше одного. На одного наукового співробітника в Україні затрачується у 100 разів менше засобів, ніж у розвинутих країнах (табл. 10.2).

Таблиця 10.2

Наука України у світовому вимірі

Країна	Зайнятих у сфері науки в розрахунку на 10 тис.	Річні витрати в розрахунку на 1 (одного) науковця, \$	Внутрішні витрати на НДДКР, %ВВП
Німеччина	124	122	2,5
США	170	220	2,82
Франція	135	203	2,2
Данія	143	88	2,19
Корея	78	162	2,96
Росія	69	28	1,24
Україна	51	23	1,2

Результативність науки можна охарактеризувати, враховуючи такі показники: обсяг виконаних робіт, кількість поданих до Державного департаменту інтелектуальної власності України заявок на видачу охоронних документів, кількість отриманих у патентних відомствах інших країн охоронних документів тощо.

Загалом протягом останніх років основні показники результативності української науки збільшились. Наприклад, обсяг виконаних наукових і науково-технічних робіт у 2005 р. щодо 1996 р. збільшився у 4 рази і становив 4818,6 млн. грн. експорт відповідних послуг з 2003 до 2005р. збільшився з 52,9 до 98,3 млн. дол., тобто на 85%. Проте коефіцієнт винахідницької активності в Україні порівняно з провідними країнами світу залишається незначним: у 2002 р. з розрахунку на 100 тис. чол. населення подано 18 заявок (у Великобританії – 44 заявки, США – 59 заявок, Німеччині – 60, Японії – 305).

Загалом освіта та професійна підготовка повинні займати провідне місце в системі суспільних пріоритетів. Саме ці сфери є засобом безпосереднього державного впливу на формування інтелектуального людського капіталу.

Розвиток економіки знань і забезпечення відтворення інтелектуального капіталу в транзитивній економіці досягається за рахунок додаткової економічної влади на підставі реалізації соціально-економічних функцій держави. В зв'язку з формуванням інтелектуального капіталу виникають якісно нові функції держави, які пов'язані з забезпеченням відтворення інтелектуального капіталу – прогресом високих технологій, формуванням і підтримкою фундаментальних наук, а також низкою соціальних функцій стосовно людського капіталу – соціальним захистом населення, підтримка здоров'я нації, підвищення культурного рівня і т. д.

Культурне виховання надто індивідуалізоване з усією його загальністю. У культурі, передусім у сфері духовності, величезне значення мають національно-патріотичні очікування. Особливо на цьому наголошував український мислитель-економіст М.І. Туган-Барановський (1865 – 1919): "Мотиви й інтереси негосподарського роду мали особливо великий вплив на розвиток господарства" і далі: "Національність часто являє собою крайню межу для симпатичних почуттів сучасної людини". Отже, постає питання: як за допомогою інвестицій у людину можна сформулювати її національні почуття. У цьому контексті цікавими є роздуми академіка В.Семиноженка з приводу гуманітарно-інноваційної революції. "Людина, – твердить учений, – стала не абстрактною цінністю, а основою всіх видів політики, насамперед – головним об'єктом інвестування і основним носієм економічних прибутків".

В Україні досить розгалужена система потенційних суб'єктів, здатних надавати інтелектуальні інвестиції.

Фактори, які певним чином зумовлюють рівень залучення інтелектуальних інвестицій:

- стан економіки та його сприятливість до впровадження продуктів інтелектуальної власності, науково-технічний, соціокультурний рівень розвитку

суспільства;

- адекватне інформаційне середовище: формування інформаційної індустрії та сервісу інтелектуальної сфери;
- створення правової бази інтелектуальної власності;
- впровадження механізмів стимулювання, заохочення з упровадження та споживання інтелектуальних продуктів;
- розробка методики адекватної ринкової оцінки продуктів інтелектуальної власності;
- розвиток ринку творчих працівників;
- створення ринків різноманітних об'єктів інтелектуальної власності та їхні інфраструктури.

Сьогодні дуже важливо прискорити всі ці процеси, кінцевою метою яких є активізація інвестування в інтелектуальну сферу економіки. Актуальним у сучасних умовах є залучення потенційних інвесторів до розвитку інтелектуальної сфери економіки, оскільки ефективне використання інтелектуального капіталу компанії в умовах ринку стає одним з ключових інструментів для досягнення успіху в конкурентній боротьбі.

Використовуючи класифікацію Ф. Шахмалова при становленні нового господарського механізму та з врахуванням акцентування на основних стадіях відтворення інтелектуального капіталу, І.В. Левіна виділила такі функції держави: системоформуючого, системостворюючого, системостворюючого характеру. Перший етап реалізації стратегії формування інтелектуального капіталу пов'язаний з виділенням системоформуючих функцій, які допоможуть забезпечити запуск якісно нової моделі господарювання – економіки знань, індикаторами якої є ефективність формування та використання інтелектуального потенціалу. Системоформуючі функції логічно впливають з потреби формування інститутів, об'єктивно необхідних для створення і функціонування інтелектуального капіталу (створення нормативно-правової бази, формування нової інфраструктури, адекватної економіки знань). Серед системоформуючих функцій особливо варто виділити соціальні функції держави. Основою еволюції соціальних функцій держави сприяли зміни в матеріальній основі виробництва, становленні інформаційного способу виробництва, становленню та розвитку інститутів громадянського суспільства, системи соціального партнерства. На державному рівні треба розробити принципи не тільки соціального партнерства, а й механізм їхньої реалізації. Тому держава повинна взяти на себе соціальні функції для формування та розвитку інтелектуального капіталу. Таким чином, від системоформуючих функцій, найперше залежить результативність формування необхідних умов для виникнення інтелектуального капіталу.

Системостворюючі функції пов'язані з формуванням достатніх умов для функціонування інтелектуального капіталу. Це досягається за рахунок структурної трансформації на макро-, мікро-рівні, тобто приведення галузевої структури управління відповідно до потреб інтелектуалізації суспільного життя. На цьому етапі, враховуючи загальносвітовий досвід, доцільно

забезпечити розвиток інституціональної інфраструктури, сприятливий податковий та кредитний режим, підтримку розвитку ринків знання. Третій етап припускає реалізацію системовідтворюючих функцій держави, які пов'язані з формуванням умов для стійкого розвитку та розширенню відтворення інтелектуального капіталу в цій країні. Стійкий розвиток інтелектуального капіталу забезпечується наявністю економічних та соціальних умов. Економічні умови стійкого розвитку інтелектуального капіталу характеризуються існуванням ефективного механізму мотивації інноваційної продукції держави. Соціальні умови досягаються шляхом механізмів та інститутів соціального партнерства.

Головна задача держави – це забезпечити ефективне формування, використання, та розвиток інтелектуального капіталу. Треба сформулювати таку модель розвитку, яка забезпечить поетапне проведення реформ.

3. Економіка інтелектуальної власності

Економічна діяльність людини у своїй основі є творчим процесом, творенням нових умов існування та розвитку. Творчість – це виявлення вищих здібностей людини, характеристика її діяльності. Саме у творчості розкривається глибинна суть людини як творця нових економічних і соціальних відносин і самої себе. Творчість за структурою складається з двох головних етапів: створення проекту, моделі бажаного майбутнього і розробки програми майбутньої економічної та іншої діяльності, у ході якої опредметнюються, реалізуються певні ідеї.

Процес інтелектуальної діяльності – це привласнення вже створених інтелектуальних благ, ідей, це завжди спілкування (або обмін діяльністю), причому спілкування не лише сучасників, а й попередників – за допомогою книг, картин та ін. Результатом інтелектуальної діяльності є інтелектуальні продукти (об'єкти інтелектуальної власності), специфічна особливість яких виявляється в тому, що вони задовольняють потреби своєю ідеальною сутністю, а пропонуються на ринку в об'єктивованій формі.

Формування з інтелектуальних продуктів інтелектуального капіталу прямо залежить від рівня захисту інтелектуальної власності. Його можна вважати важливою передумовою нарощування інтелектуального капіталу та як наслідок - конкурентоспроможності компанії в умовах зростаючої конкуренції у галузі високих технологій.

Історична практика виділила в особливу групу такі продукти людської праці: винаходи, наукові відкриття, художні твори тощо. Причиною стало те, що в основі їхнього виникнення є творчість, інтелектуальна діяльність. Виникнення терміна інтелектуальна власність припадає на кінець XVIIIст. Він вперше з'явився у французькому законодавстві.

З економічної точки зору **інтелектуальна власність** – продукт інтелектуальної творчої праці. Об'єктами цієї власності є твори науки, літератури, мистецтва й інші види творчої діяльності у сфері виробництва, в тім

числі відкриття, винаходи, раціоналізаторські пропозиції, промислові зразки, програми для ЕОМ, бази даних, експериментальні системи ноу-хау, торгові секрети, товарні знаки, фірмові найменування.

Суб'єктами, які створюють ці продукти творчості, є вчені, винахідники, художники, конструктори, дизайнери, композитори та інші творчі люди, тобто інтелектуальний потенціал країни.

Інтелектуальна власність в широкому розумінні означає закріплення законом права на результати інтелектуальної діяльності в виробничій, науковій, літературній і художній галузях.

Економічне присвоєння всякого ресурсу взагалі неможливе без його обмеження. Якщо ресурс за своїми природними характеристиками необмежений (такими є інтелектуальні продукти), то стає необхідним зовнішнє обмеження для залучення його в товарний обіг як економічного ресурсу. Цим зовнішнім обмежником стає юридичний захист, тимчасові виняткові права на користування, копіювання й тиражування інтелектуальних продуктів. Юридичний захист потрібний, щоб окупити витрати інтелектуальної праці, вкладені у продукт масового виробництва, бо ціна інтелектуального продукту, ідеального за природою, без юридичного захисту прямує до нуля (немає потреби платити за продукт, який можна отримати безкоштовно або відтворити з меншими витратами). Якщо витрати інтелектуальної праці неокуповуються, то це призведе, з одного боку, до зниження загального прибутку фірми-виробника, з іншого – до скорочення наукових, маркетингових та інших досліджень через їхню неокупність.

Нещодавно державній системі правової охорони інтелектуальної власності виповнилось 19 років. За цей проміжок часу в Україні зроблено головне для забезпечення гарантованих Конституцією України прав громадян та юридичних осіб на захист прав інтелектуальної власності: створено сучасну нормативно-правову базу в сфері інтелектуальної власності, що в цілому відповідає міжнародним нормам (зокрема вимогам Угоди про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності – Угода ТРІПС, яка є однією з головних угод Світової організації торгівлі та директивам Ради ЄС), сформовано дієздатну інфраструктуру для забезпечення державної політики у цій сфері.

Право інтелектуальної власності – це система правових норм, які регулюють відносини в суспільстві у зв'язку зі створенням і використанням об'єктів інтелектуальної власності.

Правовідносини в сфері інтелектуальної власності в країні регулюються окремими положеннями Конституції України, нормами Цивільного, Господарського, Кримінального, Митного кодексів України, Кодексу України про адміністративні правопорушення та нормами відповідних процесуальних кодексів. Захист прав інтелектуальної власності є конституційним обов'язком нашої держави. Відповідно до ст. 54 Конституції України громадянам гарантується свобода літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захист інтелектуальної власності, їхніх авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, які виникають у зв'язку з різними видами

інтелектуальної діяльності. Кожний громадянин має право на результати своєї інтелектуальної, творчої діяльності і ніхто не може використовувати або поширювати їх без його згоди, за винятками, встановленими законом.

З року в рік в Україні стабільно зростає кількість заявок на видачу охоронних документів майже на всі об'єкти промислової власності та кількість державних реєстрацій авторського права. В середньому до Держдепартаменту щорічно надходить близько 35 тис. заявок на різні об'єкти права інтелектуальної власності (в тім числі понад 15% від іноземних заявників), а видається до 25 тис. документів (патентів, свідоцтв).

Станом на 1 січня 2007 р. всього видали 186181 охоронних документів, у тім числі 82125 патентів на винаходи; 19826 патентів на корисні моделі; 13380 патентів на промислові зразки; 70845 свідоцтв на зразки для товарів та послуг; 5 свідоцтв на топографії ІМС. Станом на 1 березня 2007 р. в Україні зареєстрували 190433 охоронних документів" (рис. 10.2).

Використання монопольного права на об'єкти промислової власності має негативні наслідки, оскільки немає розвитку конкуренції на виготовлення запатентованих товарів. В Західній ринковій економіці є численні випадки, коли патентна монополізація дозволяла фірмам монополізувати ринок і мати великі надприбутки. Завдяки цьому виросли такі гіганти США – "Дженерал моторз", "Ксерокс", "Поляріод".

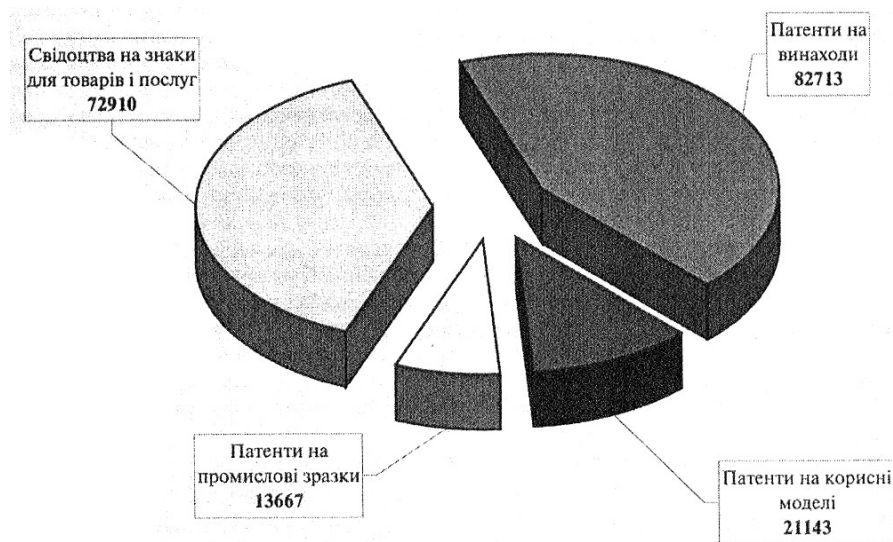


Рис. 10.2. Діаграма. Кількість охоронних документів за об'єктами права інтелектуальної власності, виданих з 1992 року, станом на 01.03.2007 р.

Головним державним органом у системі центральних органів виконавчої влади із забезпечення реалізації державної політики в сфері інтелектуальної власності визначено Міністерство освіти і науки України, в структурі якого діє урядовий орган державного управління – Державний департамент

інтелектуальної власності. Головні завдання Держдепартаменту – участь у забезпеченні реалізації державної політики в сфері інтелектуальної власності, прогнозування і визначення перспектив та напрямків розвитку в цій сфері, розробка нормативно-правової бази, забезпечення функціонування державної системи правової охорони інтелектуальної власності, організаційне забезпечення захисту прав інтелектуальної власності.

У сфері управління Держдепартаменту діють: ДП "Український інститут промислової власності", який виконує функції органу експертизи; ДП "Українське агентство з авторських та суміжних прав", яке управляє правами авторів; ДП "Інтелзахист", яке займається питаннями видачі контрольних марок на аудіовізуальну продукцію; Інститут інтелектуальної власності і права – навчальний заклад, який готує фахівців у сфері інтелектуальної власності.

Проголошений Україною курс на вступ до Європейського Союзу (ЄС) потребує наближення рівня суспільних відносин у сфері інтелектуальної власності до рівня, існуючого в країнах з розвинутою економікою. Сучасний стан функціонування державної системи правової охорони інтелектуальної власності в Україні потребує прийняття нових рішень на державному рівні.

В цілому можна констатувати, що в Україні роль і значення інтелектуальної власності інтенсивно зростають. Нагальна необхідність ефективної охорони інтелектуальної власності для України зумовлюється обраною нею стратегією побудови цивілізованих ринкових відносин, забезпеченням соціальної орієнтації економіки та інноваційного соціально – економічного розвитку, повинен спиратися насамперед на активізацію власного інтелектуального потенціалу.

4. Зарубіжний досвід стимулювання розвитку інтелектуального капіталу і перспективи його застосування в економіці України

Розробляючи стратегію модернізації економіки на інноваційній основі в сучасних умовах, важливо враховувати інноваційні контури світової економіки.

Й. Шумпетер розробив ідею динамічної ефективності, яка ґрунтується на пріоритетності технологічного розвитку економіки. Основна ідея Й. Шумпетера полягає в тому, що економіку рухають вперед технологічні, динамічні ідеї, що були підтверджені дослідженнями Р. Солоу, який довів, що близько 80% зростання продуктивності праці припадає на технологічні зміни.

У провідних індустріальних країнах генетичне коріння формування науково-технічної та інноваційної політики лежало саме в соціальних проблемах. Впровадження науково-технічних досягнень за наявності раціональної політики дає змогу підтримувати рівень життя основної маси населення над межею, критично небезпечною для соціальної стабільності; забезпечувати соціальну впевненість за рахунок постійного розширення спектра споживаних матеріальних благ і послуг; розвивати інтелектуальний потенціал особистості й суспільства; охороняти соціум від деградації.

За дослідженнями закордонних учених до технологічного ядра входить Японія, США, Канада, Південна Корея, Австралія. Організація інноваційної діяльності в країнах-лідерах має такі риси: горизонтальна інтеграція НДДКР, проектування і навчання, створення обчислювальних мереж, проведення спільних досліджень, державна підтримка нових технологій. Лідери передових країн виразно відчували, що знання, інтелектуальний ресурс держави стає вирішальним фактором розвитку не колись у далекому майбутньому, а вже сьогодні.

Як приклад наведемо Сінгапур – країну Південно-Східної Азії, площа якої менша ніж площа Києва, кількість населення не набагато перевищує населення нашої столиці, а ВВП на 30% більший, ніж ВВП 47 мільйонної України. У цій країні, за життя одного покоління, держава перестрибнула з "третього світу" в "перший" завдяки залученню міжнаціональних компаній і цілеспрямованому сприянню впровадженню передових виробництв, використанню новітніх технологій. Внаслідок такої політики країни, яка не має природних ресурсів (навіть питна вода і будівельний пісок імпортується) і внутрішнього ринку ВВП на душу населення становить сьогодні понад 25 тис. дол.

У сучасних економіках до 90% їхнього зростання забезпечується за рахунок інтелектуального ресурсу. Це стосується багатьох галузей виробництва, навіть таких матеріалоемних, як автомобілебудування. У вартості сучасного автомобіля понад 70% становлять не матеріальні, а інтелектуальні ресурси.

У 2001 р. Д. Хоскінс видав книгу "Креативна економіка", в якій визначив 15 галузей креативної індустрії, сума доходів від яких становила в 1999 р. 2,24 трлн. долл., що перевищило на 40% решту доходів в економіці США. Це такі галузі (табл. 10.3).

Таблиця 10.3

Галузі креативної економіки

НДДКР	44,0%
Видавнича справа	27,1%
Програмне забезпечення	66,5%
ТВ і радіо	42,1%
Дизайн	35,7%
Музика	35,7%
Кіно	29,8%
Іграшки та ігри	38,2%
Реклама	44,4%
Архітектура	42,5%
Виковське мистецтво	17,5%
Ремесла	10,0%
Відеоігри	29,4%
Мода	41,7%
Мистецтво	44,4%

У напрямі цієї тенденції неможливо помилитися: неухильно зростає частка людей, які стають "працівниками розумової праці". Інформація і знання становлять одночасно і вихідний матеріал, і продукт їхньої діяльності. Але справа не тільки в тім, що усе більше людей займаються розумовою працею: зростає інтелектуальний зміст будь-якої праці, будь то в сільському господарстві, промисловості, установах чи у вільних професіях. Усю механічну, монотонну діяльність – звірення таблиць, передрук листів і т.д. – узяли на себе комп'ютери, які виконують її з неуявною швидкістю.

За прогнозами ЮНЕСКО, досягти високого рівня національного добробуту можуть тільки ті країни, які мають серед працездатного населення 40-60% фахівців з вищою освітою. США та Японія мають наміри довести цей показник майже до 90% серед усіх працюючих. На думку експертів, це дасть їм змогу досягти підвищення економічного ефекту виробництва у 4-11 разів. У двадцяти розвинутих країнах, в яких працює 95% учених світу, прибуток на душу населення щорічно збільшується на 200 дол., у країнах, де науковців небагато, – лише на 10 дол. Водночас високо розвинуті країни заохочують імпорт інтелектуального капіталу. З огляду на це, головним у розвитку суспільства є розвиток промисловості, яка має базуватися на нових технологіях, з урахуванням вимог часу, для чого необхідні інвестиції.

У розвинутих країнах світу досить високий рівень інвестування підтримується за рахунок великих інвестицій у докорінну реконструкцію виробництва і розвиток нових галузей економіки. Суттєву роль там відіграє і економічна політика держави, яка за допомогою податкових підйомів, а особливо прискореної амортизації, стимулює фірми і компанії збільшувати інвестиції. В основних розвинутих країнах світу 30-40% інвестицій здійснюється державою.

Важливим об'єктом інновацій стало мале інноваційне підприємництво. Наприклад, у США і Західній Європі малий бізнес створює до 50% нововведень, є ліцензіатором майже 50% нововведень на світовому ринку.

Малі фірми США, які діють у галузі науки, доповнюють традиційні науково-дослідні і конструкторські комплекси промислових підприємств та університетів, неприбуткові дослідницькі організації, державні лабораторії тощо. Майже 1/8 щорічно створюваних у США малих фірм спеціалізуються на розробці, виробництві та комерціалізації нової продукції і технологій. Сьогодні держава фінансує до 1/3 видатків малих фірм на науково-технічні дослідження і розробки.

У зарубіжних країнах активно використовують податкове стимулювання залучення коштів на цілі розвитку юридичними та фізичними особами. Наприклад, організації враховують усю суму процентів до складу затрат, оскільки в іншому випадку підвищиться економічна ставка податку на прибуток, а скорочення чистого прибутку обмежить можливості фірми щодо залучення позикового капіталу. В багатьох країнах фізичним особам надають змогу зменшувати суму належного до сплати податку на доходи фізичних осіб на величину сплачених процентів за позиками, направлених на виробниче інвестування. Зокрема, таку податкову знижку використовують у Бельгії,

Греції, Данії, Іспанії, Канаді, Норвегії, Нідерландах, Німеччині, Фінляндії, Швеції. Податкову знижку для процентів за позиками, одержаних фізичними особами, запроваджено в Австралії, Франції, Туреччині, Ірландії, Японії, США (обмежено граничним розміром), Великобританії (повністю підлягають вирахуванню тільки проценти за позиками на ділові цілі або на придбання предметів ділового використання). В Україні подібних податкових пільг немає.

Кредитування під заставу торговельної марки – явище на Заході далеко не нове і широко розповсюджене. Кредити видають тільки під ті торговельні марки, які відомі на ринку, мають репутацію і насправді високу вартість. Західний досвід свідчить, що торговельна марка може коштувати як велика нафтова компанія (найдорожчий бренд у світі – Coca-Cola – оцінений у десятки мільярдів доларів). Навряд чи знайдеться банк, який не видасть кредит під це ім'я, якщо матиме у своєму розпорядженні достатню суму фінансових ресурсів.

Світовий досвід становлення технологічного ринку в США, Японої, Швеції, Тайвані і засвідчує, що головним елементом державної політики в розвинених країнах є програми стійкого розвитку і створення техноекіполісів і технопаркових структур як інноваційних центрів. Економічний розвиток на зразок техноекіполісів і технопарків перетворює периферійні області з досить відсталою економікою у високо розвинуті регіони, забезпечені високими технологіями в різних сферах промислового та сільськогосподарського виробництва, транспорту, зв'язку. При цьому розв'язуються регіональні завдання соціального розвитку, зокрема, створення додаткових робочих місць, підготовка власних фахівців, створення інфраструктури і ін. Технологічні парки у розвинених країнах основну частину фінансування отримують із державних фондів: у Великобританії вона становить 62% загальних коштів на їхнє утримання, у Німеччині – 78%, у Франції – 74%, у Нідерландах – близько 70%, у Бельгії – майже 100% .

Ще одним поширеним видом інноваційних структур, особливо у США, де їх налічується близько 160, є бізнес – інкубатори. Вони надають підприємствам-початківцям на пільгових умовах приміщення, засоби зв'язку, оргтехніку, потрібне устаткування. Сьогодні світова мережа бізнес-інкубаторів налічує понад 2 000 установ, які майже у всіх країнах отримують підтримку держав щодо розвитку підприємництва у науково-технічній сфері.

Європейську політику підтримки інноваційних структур в аспекті їхньої підтримки за рахунок публічних видатків доцільно розглянути на прикладі Франції. Варто зазначити, що ця держава, як і інші країни ЄС за обсягами величини абсолютних витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки поступалася лише Великобританії (2,3% від ВВП) та Німеччині (2,4%ВВП). Ці країни займають провідні місця у світі після країн Скандинавії, США та Японії за показником фінансування інноваційної діяльності від ВВП, причому частка федерального бюджету у ньому становить від 35 до 45%.

Отже, одним із головних напрямів політики розвинених країн є розробка і створення технополісів і технопаркових структур, які орієнтують інноваційну політику цих країн. За даними Міжнародної асоціації технологічних і наукових

парків, яка об'єднує нині 325 таких організацій в 70-ти країнах, дві третини всіх технопарків світу були створені після 1980 року.

Світовий досвід застосування інноваційної моделі розвитку економіки свідчить, що її невід'ємним елементом є венчурне (ризиковане) підприємництво, яке виконує функцію прискорювача цього процесу. Індустрія венчурного капіталу добре розвинена в Сполучених Штатах Америки, де вона зорієнтована на нові технології і залучає різні типи інвесторів: пенсійні фонди, страхові компанії, а також приватних осіб.

Мета венчурного капіталу – одержати високий дохід від інвестицій. Збільшення капіталу в 10 разів за 5-7 років – норма очікуваного результату європейського чи американського венчурного фонду. У Росії прикладом вдалого венчурного фінансування є – придбання акцій ВАТ "Вимпелком" першого випуску. Прибутковість – близько 1000% річних.

Незважаючи на малі розміри, венчури відіграють вирішальну роль у розвитку економіки. Зокрема, Великобританія за розмірами венчурного капіталу займає друге місце після США. Частка малих підприємств у виробництві ВВП становить понад 60%. Саме венчурне підприємництво забезпечує швидке переозброєння і реструктуризацію виробництва на сучасній науково-технічній базі.

Враховуючи зарубіжний досвід стимулювання розвитку інтелектуального капіталу доходимо висновку, що основоположним принципом реалізації державної науково-технічної політики повинна бути концентрація ресурсів на пріоритетних напрямках розвитку науки і техніки, організація інноваційної діяльності (розвиток малих інноваційних підприємств), проектування і навчання, державна підтримка нових технологій та НДДКР, застосування знання до організації праці, податкове стимулювання на цілі розвитку як юридичним так і фізичним особам, кредитування під заставу торговельної марки, розвиток і створення технокополісів і технопаркових структур, інвестування у докорінну реконструкцію виробництва і розвиток нових галузей економіки, підтримка індустрії венчурного капіталу, правова охорона та захист результатів наукових досліджень, які часто є об'єктами інтелектуальної власності.

Питання для обговорення на семінарі

1. Суть і структура інтелектуального капіталу.
2. Еволюція поглядів на інтелектуальний капітал у світовій економічній науці.
3. Інформація як ресурс. Методи вартісної оцінки інтелектуального капіталу.
4. Теорія людського капіталу.
5. Аналіз ефективності функціонування інтелектуального капіталу в економіці України.
6. Інтелектуальна власність: суть, структура та проблеми захисту.
7. Зарубіжний досвід стимулювання розвитку інтелектуального капіталу і перспективи його застосування в економіці України.

Теми реферативних повідомлень

1. Вплив науково-технічної та освітньої діяльності на розвиток інтелектуального капіталу.
2. Шляхи удосконалення нормативно-правового захисту інтелектуальної власності у вітчизняній економіці.
3. Світові бренди які принесли максимум прибутку.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Бромберг Г.В. Інтелектуальна власність. Основний курс. – М., 2004.
2. Брукінг Е. Інтелектуальний капітал. – СПб.: Пітер, 2001.
3. Гальчинський А.С. Україна: поступ у майбутнє. – К.: Основи, 1999.
4. Геєць В.М., Семиноженко В.П. Інноваційні перспективи України. – Х.: Константа, 2006.
5. Гончаров Ю., Касич А. Науковий потенціал як фактор розвитку інноваційно-інвестиційної системи України // Економіка України. – 2007. – №3. – С. 42 -51.
6. Грішнова О.А. Людський капітал формування в системі освіти і професійної підготовки. – К.:Знання, 2001.
7. Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Сучасна економіка: Навчальний посібник. – К.: Вища школа., 2005.
8. Злупко С.М., Радецький Й.І. Людський потенціал, зайнятість і соціальний захист населення в Україні: Навчальний посібник. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2001.
9. Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации: Учебное пособие. Под ред. Гапоненко А.Л., Орловой Т.М. – Издательский Дом «Социальные отношения», 2003.
10. Левіна І.В. Інституціональні фактори відтворення інтелектуального капіталу// Наукові праці Дон. НТУ. – 2005. – Вип. №103 – 3. – С. 134 – 137.
11. Статистичний збірник. Регіони України // За редакцією О.Г. Осауленка. – Ч -1.– К., 2006. – 511 с.
12. Шахмалов Ф. Государство и экономика(власть и бизнес). – М.: ОАО "Издательство Экономика". – 1999. – 234 с.

Тема 11. Підприємництво в аграрній сфері

*Немає поганої землі, є погані господарі...
(Українська народна приказка)*

1. Аграрні відносини та власність у сільському господарстві. Рентні відносини.
2. Ринок земельних ресурсів. Ціна землі.
3. Державна політика регулювання і підтримки сільського господарства.

1. Аграрні відносини та власність у сільському господарстві. Рентні відносини

Сільське господарство – найважливіша сфера народного господарства, яка забезпечує населення продуктами харчування і є важливою сировинною базою для харчової та легкої промисловості. Для забезпечення життя більшості

населення планети сільське господарство залишається найважливішою галуззю народного господарства. У цій галузі відбувається безпосередня взаємодія людини з природою, від якої значною мірою залежить здоров'я людини, її психологічний, нервовий, емоційний стан тощо. У сільському господарстві постійно розвиваються продуктивні сили та відносини власності. Найбільш швидкими темпами ці зміни відбулися в останні два століття. Так в середині 18 ст. у сільському господарстві було зайнято близько 80 % сукупної робочої сили на планеті. Наприкінці 19 ст. – на початку 20 ст. у розвинутих країнах світу у ньому було близько 40 % населення, а в промисловості приблизно 35 %. В середині 90 –х. років 20 ст. у цій сфері в передових країнах зайнято приблизно 5 % працездатного населення, а у США – всього 2,5 %. В той же час в Україні в сільському господарстві нині зайнято 17 % населення. Різке скорочення чисельності зайнятих у сільському господарстві в розвинутих країнах зумовлено значним зростанням продуктивності праці у цій галузі, що дає змогу малою кількістю працівників прогодувати основну кількість населення.

АПК – це сукупність галузей народного господарства, зайнятих виробництвом, переробкою, зберіганням і доведенням до споживача сільськогосподарської продукції.

До складу АПК входять такі основні сфери:

1) виробництво засобів виробництва для сільського господарства та його виробничого обслуговування;

2) власне сільське господарство;

3) збирання, заготівля, переробка, зберігання, транспортування сільськогосподарської продукції. Виникнення АПК зумовлене розвитком продуктивних сил народного господарства, поглибленням суспільного поділу праці, розгортанням науково-технічної революції. Впровадження досягнень НТР у сільське господарство приводить до скорочення зайнятих у цій галузі, звужує сферу сільськогосподарського виробництва. До першої сфери АПК входять галузі й підприємства, які виготовляють для сільського господарства техніку, електроустаткування, будівельні матеріали, добрива та отрутохімікати, комбікорми, медикаменти та ін. Важливе місце у складі АПК посідають галузі виробничої та соціальної інфраструктури: шляхово-транспортне господарство, елеваторно-складські підприємства, зв'язок, матеріально-технічне обслуговування, житлові та культурно-побутові об'єкти. Невід'ємною частиною АПК є також кредитні установи та науково-консультативні фірми, страхові компанії, експортні об'єднання та ін.

Аграрні відносини («аграрний» від лат. agrarius – земельний) – це складова економічних відносин у сільському господарстві з приводу володіння і використання землі як головного засобу сільськогосподарського виробництва, а також виробництва, розподілу, обміну й споживання сільськогосподарської продукції та послуг.

Земля – основний засіб виробництва у сільському господарстві :

- від ефективності використання землі залежать доходи;
- від якості землі залежить продуктивність;

- земля є предметом праці і засобом виробництва;
- усі землеробські засоби праці призначені для обробки землі.

Жодна галузь народного господарства не залежить так від природно – кліматичних умов, як сільське господарство. Це зумовлено насамперед використанням землі як специфічного засобу виробництва, її родючістю, місцем розташування. Специфіка сільськогосподарського виробництва вимагає значної мобілізації сил працівників села.

Розрізняють *природну* (зумовлена природними чинниками) і *економічну* (внесення добрив, застосування нових технологій) родючість землі.

Значного поширення у розвинутих країнах світу набула *оренда* – тимчасове надання землі за плату капіталісту-орендатору або селянину-працівникові, який не наймає робочої сили. Наприклад, у Франції орендується більше половини земель, в Англії – близько 40%, у США 45% фермерів орендують землі у держави чи приватних осіб.

Відносини власності на землю проявляються у двох формах:

1. Ті, хто самі здійснюють господарську діяльність, використовуючи власну, або найману працю.
2. Ті, хто здає землю у платне користування іншим.

У Земельному кодексі України (2001р.) визначені такі форми власності на землю:

- державна;
- комунальна;
- приватна.

Економічне зростання земельної власності реалізується через право власності. Традиційно виокремлюють :

- право розпорядження на землю;
- право володіння землею;
- право користування землею.

Розпорядження землею – це вища категорія прав власності на землю. Розпорядник землі є її повним власником і має право самостійно вирішувати долю землі.

Землеволодіння – означає не повне, а часткове привласнення конкретної ділянки землі окремою особою, групою осіб або державою.

Землекористування – фактичне використання корисних властивостей даної ділянки землі окремим суб'єктом господарювання. Користувач землі має право власності лише на вироблену продукцію.

З виникненням власності на землю виникає й відповідна її форма доходу-земельна рента.

Рента (від фр. *rendre* – віддана) – це передача частини доходу землеробом власнику землі за використання його земельної ділянки.

Земельна рента – дохід, який отримують землевласники, реалізуючи власність на землю. В основі земельної ренти – нетрудовий тип приватної власності на засоби виробництва, спершу встановлений на землю, а пізніше й на інші засоби виробництва трудового походження. Розрізняють дві форми

земельної ренти – диференційну та абсолютну. У межах абсолютної ренти як її різновид виокремлюють монопольну ренту.

Диференційна рента утворюється незалежно від форм власності на землю внаслідок неоднорідності землі і має дві форми – першу та другу.

В основі диференційної ренти I лежить диференціація земельних ділянок залежно від: 1) природної родючості і кліматичних особливостей; 2) місця положення щодо ринків збуту продукції. Більш родючі ділянки дають більше продукції, ніж гірші землі. Більш віддалені від споживачів землі вимагають більших витрат на транспортування продукції, ніж землі, розташовані поряд із ринками збуту. Однак споживачі мають попит на всю сільськогосподарську продукцію. І зосередити виробництво сільськогосподарської продукції лише на кращих землях неможливо. Необхідно обробляти всі землі.

В результаті у виробників, які хазяйнують на різних за родючістю і місцем розташування земельних ділянках, будуть різні витрати на одиницю продукції (АТС). Ті ж із виробників, які виробляють продукцію на кращих землях або мають переваги у місцеположенні своїх ділянок, одержують надлишок ціни над середніми витратами ($p - ATC$). Це і є диференційна земельна рента I. Отже, диференційна рента I – це додатковий чистий дохід, який отримують у результаті продуктивної праці на кращих за родючістю та місцем розташування землях.

Диференційна рента II виникає на основі різної продуктивності додаткових вкладень капіталу в одну й ту ж ділянку землі. Такий вид ренти пов'язаний не з природною, а з економічною родючістю ґрунту – внаслідок інтенсивного ведення сільського господарства: запровадження комплексної механізації, використання сучасної системи машин, хімізації меліорації земель тощо. Значне зростання продуктивності праці й урожайності сільськогосподарських культур, які в разі з диференціальною рентою I, веде до зменшення витрат на одиницю продукції, утворення надлишку ціни над середніми загальними витратами, тобто ренти. Отже, диференційна рента II - це дохід, що виникає в результаті підвищення продуктивності землі на основі використання ефективніших засобів виробництва, тобто завдяки додатковим вкладенням у землю.

Причиною диференційної ренти, як бачимо, є монополія на землю як на об'єкт господарювання. Господарства, що розташовані на кращих землях, створюють додатковий чистий дохід, чого позбавленні інші господарства. Перша рента пов'язана з природною, а друга – з економічною (штучною) родючістю землі.

Абсолютна рента – це дохід від землі будь-якої якості і призначення. Джерелом абсолютної ренти є надлишок ринкової ціни на сільськогосподарську продукцію над ціною виробництва (середні затрати виробництва плюс середній прибуток).

Монопольна рента утворюється при обмеженості і невідтворюваності земель особливої якості або в певних кліматичних умовах, що дає змогу виробляти таку сільськогосподарську продукцію, яку за інших умов виробити

неможливо (наприклад, вирощувати виноград, тютюн, чай, ананаси, цитрусові тощо.) Різниця між монопольно високою ціною продукту й економічними витратами і становить монопольну ренту, яка надходить у розпорядження землевласника.

Отже, **рентні відносини виникають** з приводу виробництва і розподілу чистого доходу між виробниками і власниками землі (державою).

2. Ринок земельних ресурсів. Ціна землі

На відміну від інших засобів виробництва, які є продуктами людської праці і мають вартість, земля в природному стані не є продуктом праці і тому не має вартості. Але в умовах ринкової економіки та приватної власності на землю вона стає джерелом доходу (ренти). Саме можливість одержання земельної ренти робить землю об'єктом ринкових відносин, є передумовою набуття землею товарної форми. Одночасно лише через ренту, тобто вартість особливої послуги землі, може бути визначена ринкова вартість землі.

Економісти інколи твердять, що при купівлі землі взагалі купується не сама земля, а дохід, який вона буде регулярно приносити в майбутньому, тобто рента. Більше того, в процесі ринкового обороту земля набуває форми не тільки товару, а й капіталу. Спочатку формується іпотечно-кредитна форма землі-капіталу, а потім – форма фіктивного капіталу. Це передбачає вчинення з приводу землі різних юридичних дій (передача в оренду, купівля-продаж, застава, передача в спадщину).

Ринок землі – це сукупність економічних механізмів, що забезпечують встановлення, зміну та припинення прав на земельні ділянки, які відбуваються на підставі юридично оформленого договору й опосередковуються грошовим чи натуральним платежем.

Отже, *земля* – особливий товар, продукт природи, а не праці, ціна якого ґрунтується не на вартості, а на тому доході, який вона приносить своєму власникові-ренті.

Ціна землі – це дисконтований потік її доходу. Ціна землі встановлюється на рівні ціни рівноваги пропозиції землі і попиту на неї. Але орієнтується вона на ренту. Основою ціни землі є дохід, який земля дає її власнику, тобто рента. Ціну купівлі-продажу земельних ділянок тому ще називають капітальною ціною землі.

Дисконтування – це метод визначення поточної вартості будь-якого капітального ресурсу з урахуванням надання ним майбутнього прибутку при існуючій ставці банківського відсотка.

Ціна землі прямо пропорційна величині ренти і обернено пропорційна ставці позичкового відсотка.

$$P = R/S \cdot 100 \%, \quad (11.1)$$

P – ціна землі.

R – R доходу (рента), яку ділянка приносить щорічно.

S – ставка позичкового відсотка.

Власник землі продає тільки тоді, коли виторг від продажу (ціна землі), не менший, ніж колишній рентний дохід, тобто:

$$\text{Ціна землі} \times \text{ставка банківського процента} \geq \text{рента.}$$

Покупець погоджується тільки на такі витрати (ціну землі), які після купівлі землі дадуть змогу одержувати земельну ренту, не меншу, ніж відсотковий дохід у разі вкладання даних коштів у банк, тобто:

$$\text{Ціна землі} \times \text{ставка банківського процента} \leq \text{рента.}$$

Ціна землі, яка влаштовує обидві сторони, визначається за формулою:

$$\text{Ціна землі} = \text{земельна рента} / \text{ставка банківського відсотка} \times 100\%.$$

Отже, ціна землі – це дисконтований потік її доходу (ренти), або капіталізована земельна рента.

Ціна землі має тенденцію до зростання. Особливо помітно підвищуються ціни на земельні ділянки під будівництво.

В Україні, в умовах відсутності повноцінного ринку землі, проводять *нормативну* та *експертну* грошові оцінки земельних ділянок. Нормативну оцінку використовують як базу для оподаткування. Експертну – як базу для визначення ринкової ціни земельної ділянки при здійсненні різних видів трансакції із земельними ділянками (купівля-продаж, дарування тощо). При цьому вважається, що експертна ціна земельної ділянки – це найбільш імовірна ціна її продажу.

Проблемою ринку землі в Україні є :

- потреба в реальній грошовій оцінці кожної земельної ділянки;
- удосконалення приватизаційних процесів.

Втім, на ринку землі продається не тільки земля як матеріальний об'єкт, але й відбувається обмін правами на землю. Вище ми розглянули ринок прав власності на землю, тобто ринок землі, на якому здійснюється купівля-продаж землі як товару в повну власність. Земля при цьому відчужується від її власника.

3. Державна політика регулювання і підтримки сільського господарства

Агропромисловий комплекс є одним з найважливіших секторів народного господарства України.

Україна – аграрна країна. В цій галузі виробляється третина національного доходу. Продукція АПК є однією з основних статей експорту.

За оцінками експертів, Україна належить до числа країн із найвищим рейтингом щодо потенційних можливостей АПК. Основними складовими цього потенціалу є концентрація найродючіших у світі чорноземів (понад 65% ґрунтового покриву країни), висока кваліфікація і працелюбність українських селян.

Розвинуті країни світу щорічно надають дотації виробникам сільськогосподарської продукції на суму понад 300 млрд. дол., з них тільки США – більше 100 млрд. дол.

Основний шлях збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції – це інтенсивність сільськогосподарського виробництва. В свою чергу інтенсифікація означає зростання виробництва продукції за рахунок збільшення її виходу з кожного гектара землі завдяки додатковим вкладенням і мінімальним витратам на одиницю продукції. Без підтримки держави таких успіхів досягти важко.

Тому для досягнення цієї мети держава повинна:

- брати на себе витрати на проведення наукових досліджень у галузі сільського господарства, а також підготовку кадрів;
- фінансову допомогу у вигляді субсидій, дотацій, кредитів тощо;
- контролювати ціни і допомагати в збуті сільськогосподарської продукції;
- здійснювати охорону зовнішнього середовища;
- удосконалювати системи законодавчого захисту права володіння, користування і розпорядження земельною власністю тощо;
- вирішувати соціальні проблеми на селі.

Становлення та розвиток агропромислового комплексу відображає природно-історичний процес розвитку продуктивних сил, економічних, технологічних та організаційно-технічних відносин у сільському господарстві та взаємопов'язаних з ним галузях та сферах господарської діяльності. Формування АПК є закономірним результатом агропромислових інтеграцій, зміцнення взаємозв'язків і органічного поєднання сільського господарства та суміжних галузей, які його обслуговують, постачають йому ресурси і доводять його продукцію до споживача.

Початковий етап перетворень в Україні уже пройдено. Так, вже на початок 1994 р. реформовано 8,2 тис. колгоспів (87,5 %), паювання землі здійснено у 7,4 тис. господарств (81%), 5,9 тис. колгоспів функціонували з правом власності кожного члена на свою частку майна (паю). Крім того, утворилося 1,1 тис. селянських спілок та кооперативів, 148 акціонерних товариств.

В основі процесу роздержавлення і приватизації лежить такий принцип: кожен член колгоспу (в т.ч. пенсіонер) має право на отримання своєї частки (паю) землі і майна відповідно до трудового стажу і розмірів землі в розрахунку на члена господарства. Селянин має також право передати пай в колгосп, кооператив або використати його для створення ферми.

Важливим напрямом радикальної аграрної реформи є створення ефективного агропромислового комплексу. Господарська реформа в нашій

країні спрямована на: забезпечення рівних умов розвитку різних форм господарських структур ринкового типу (господарських товариств, колективних сільськогосподарських підприємств, корпорацій кооперативів, селянських (фермерських) і особистих підсобних господарств) і створення мережі сервісної інфраструктури аграрного сектора, в тому числі на приватних, міжгосподарських та кооперативних засадах сільськогосподарського товаровиробника з використанням лізингових умов надання послуг, формування системи закупок продукції у населення, первинної її переробки, зберігання, пакування і транспортування, першочергове перетворення переробних і агросервісних підприємств у відкриті акціонерні товариства за участю сільськогосподарських товаровиробників, а державних сільськогосподарських підприємств – у колективні сільськогосподарські підприємства чи у відкриті акціонерні товариства.

Напрями земельної реформи:

- передача земель у приватну власність для ведення особистого господарства;
- передача земель громадянам для ведення селянського(фермерського) господарства;
- передача земель у власність і користування іншим підприємствам;
- проведення протиерозійних заходів;
- впровадження проекту земельної реєстраційної системи та банку земельно-кадастрових даних.

Основою агропромислової інтеграції є розвиток продуктивних сил, поглиблення суспільного поділу праці, спеціалізації та кооперації виробництва. В результаті від сільського господарства відокремлюється низка функцій: виробничо-технічне та агрохімічне обслуговування, меліоративні роботи тощо. Нині більшу частину (близько 90%) матеріально-технічних ресурсів сільського господарства виробляють у промисловості.

Зв'язки сільського господарства з іншими галузями стають складнішими і різнобічними, від їх організації і надійності дедалі більше залежить ефективність виробництва.

В народному господарстві України АПК посідає значне місце. Його головна функція полягає у виробництві сільськогосподарської продукції, її переробці в продовольчі та інші товари споживання, у доведенні їх до споживача. Крім того, АПК виконує інші важливі соціально-економічні функції: по-перше, робить внесок у національний дохід країни, що сприяє збалансованості вартісних, грошово-валютних пропорцій у народному господарстві; по-друге, зберігає та підвищує родючість ґрунтів, забезпечує екологічну рівновагу в навколишньому природному середовищі; по-третє, послідовно поліпшує умови праці та побуту сільського населення, здійснює комплекс заходів щодо покращення умов здобуття освіти, торговельного, культурно-побутового і медичного обслуговування у сільській місцевості. Завдання полягає в тому, щоб створити для сільських працівників такі умови життя, які б перетворили працю селянина на престижну.

АПК виконує притаманні йому функції за наявності обґрунтованої галузевої структури, до якої входять три основні сфери:

1) виробництво засобів виробництва для сільського господарства та його виробничо-технічне забезпечення (тракторне і сільськогосподарське машинобудування, виробництво мінеральних добрив, капітальне будівництво в АПК тощо);

2) безпосередньо сільське господарство;

3) галузі, що забезпечують заготівлю, транспортування, переробку сільськогосподарської продукції і доведення її до споживача (легка, харчова, м'ясна, молочна, борошно-круп'яна і комбінована галузі, торгівля продовольчими товарами).

У структурі АПК України перша сфера становить 12,5%, друга – 48,5%, третя – 39%. При цьому за останні роки дещо зменшилась питома вага сільського господарства за рахунок збільшення частки переробних галузей. Це закономірний процес, притаманний АПК розвинутих країн, де на сільське господарство припадає лише 10% продукції АПК.

У складі АПК важливе місце належить його інфраструктурі, яка забезпечує загальні умови розвитку виробництва та життєдіяльності людей: це шляхово-транспортне господарство, матеріально-технічне обслуговування, складське і тарне господарство, галузі соціального обслуговування. При цьому слід виділити виробничу інфраструктуру, яка власне обслуговує виробництво, і соціальну, що забезпечує загальні умови життєдіяльності людей (житло, культурно-побутове обслуговування, торгівля, громадське харчування тощо). Відповідні ланки інфраструктури є в кожній з трьох зазначених сфер АПК.

Невід'ємною частиною АПК у ринковій економіці є також банки, біржі, кредитні установи й науково-консультативні фірми, страхові компанії, експертні об'єднання та ін.

У ринковій економіці сукупність відносин і зв'язків аграрного сектора становить систему агробізнесу, яка формується в Україні. Поняття «система агробізнесу» в західній економічній літературі включає сектор економіки, що забезпечує поставку необхідних ресурсів для сільського господарства, саме сільське господарство, сектор зі зберігання, переробки та упакування продукції галузі, а також з доведення продукції до споживачів. Однак структура системи агробізнесу в країнах з розвинутою економікою істотно відрізняється від структури АПК в Україні. Відмінності полягають, по-перше, у співвідношенні об'єктів підрозділів, що входять до системи агробізнесу та АПК; по-друге, у рівні розвитку інфраструктури агробізнесу та АПК; по-третє, у системі зв'язків між структурними елементами системи агробізнесу та АПК.

Найбільшим є агробізнес США, на який припадає близько 19% валового національного продукту і майже 20% усіх зайнятих у країні. При цьому частка власне сільського господарства в усьому агробізнесі становить всього 10%. Таке співвідношення закономірне: чим більше розвинутий агробізнес, тим нижча частка вартості продукції, виробленої в самому сільському господарстві.

Серед нових форм господарювання значну роль починають відігравати агропромислові комбінати та об'єднання, агрофірми, агроконсорціуми, акціонерні товариства, різні форми кооперації, виробничі та науково-виробничі системи тощо.

Отже, на сучасному етапі різні форми господарювання мають функціонувати на основі рівноправності на землю та інші засоби виробництва при добровільному виборі селянами тієї чи іншої форми господарювання. У прийнятих законах України про власність, про землю, про оренду, про селянське (фермерське) господарство тощо, закладено певні правові передумови для реформування аграрних відносин, що має сприяти створенню багатокладної економіки АПК.

Питання для обговорення на семінарі

1. Аграрні відносини, їхній зміст і особливості.
2. Економічна природа земельної ренти, її сутність, види і механізми утворення.
3. Земля як фактор виробництва. Ціна землі.
4. Зарубіжний досвід господарювання у сільському господарстві.
5. Ринкове реформування аграрного сектору в Україні.
6. Державна підтримка сільського господарства.

Теми реферативних повідомлень

1. Ринкові відносини в аграрному секторі економіки.
2. Агропромислова інтеграція.

Список використаної та рекомендованої літератури

1. Борисов Е.Ф. Экономическая теория: Учебник. – М.: Юристъ, 1997.
2. Економічна теорія: Навч. посібник / За ред. В.О. Білика, П.Т. Саблука; 4-е вид., перероб. та доп. – К.: ННЦ ІАЕ, 2004.
3. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2006.
4. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання-Прес, 2001.
5. Мочерний С.В, Устенко О.А. Економічна енциклопедія. – Тернопіль. – Т. №1-3. – 2002.
6. Мочерний С.В. Основи економічних знань. – К. – 1996.
7. Мочерний С.В. Політична економія: навч. посібник – К.: Знання-Прес, 2002. – С. 322.
8. Основи економічної теорії: Підручник / За заг. ред. Л.С. Шевченко. – Х.: Право, 2008.
9. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. В.А. Предборського. – К.: Кондор, 2002.

10. Основи економічної теорії : підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2010. – 448 с.
11. Саблук П.Т. Аграрна економіка і політика в Україні: підсумки минулого та погляд у майбутнє. Науково-популярні нариси у трьох томах. Т.ІІ Аграрна економіка в умовах демократичного державотворення. – К.: Інститут аграрної економіки УААН, 2001. – 484 с.
12. Шевченко Л.С. Основи економічної теорії. –Харків. – 2008.
13. Щекович О.С. Ефективність використання бюджетних коштів підприємствами агропромислового комплексу // Матер. VII Міжнар. наук. практ. конф. „Наука і освіта 2004”. – 2004. – Т. 16. – С. 75-76.
14. Юрчишин В.В., Науково-методологічні та організаційні основи розвитку системи управління аграрним сектором економіки // Економіка АПК. – 2003. – № 1. – С. 17-25.

Практична частина семінарських занять

Завдання 1. Дайте графічний та логічний аналіз кривої виробничих можливостей.

Завдання 2. Класифікуйте економічні потреби за наступними принципами:

- 1) за характером виникнення;
- 2) за способом задоволення;
- 3) за участю у відтворювальному процесі;
- 4) за суб'єктом проявлення;
- 5) за ступенем реалізації;
- 6) за порядком задоволення.

Завдання 3. Побудувати криву попиту, якщо залежність між ціною та величиною попиту є такою:

Ціна товару(грош. одиниць)	3	5	8	10	12
Обсяг попиту(одиниць товару)	25	20	16	10	5

Завдання 4. Попит та пропозиція на ринку певного товару задані у вигляді функцій : $Q_D = 300 - p$; $Q_S = - 60 + 8p$. Визначити аналітично та графічно точку рівноваги на даному ринку. Як зміниться ситуація на ринку, якщо буде встановлено фіксовані ціни: а) $P_1 = 35$ гр.один.; б) $P_2 = 45$ гр.один. Проаналізуйте ситуацію графічно.

Завдання 5. Функція попиту має вигляд : $Q_D = 9 - p$. Функція пропозиції $Q_S = 2p - 6$. Визначити рівноважну ціну та рівноважний обсяг продажу. Припустимо, що на даний товар введено потоварний податок, що сплачує виробник у розмірі 3 грошові одиниці. Визначити ціну брутто, ціну нетто, обсяг продажу, величину податкових надходжень та долі в них споживача і виробника.

Завдання 6. Попит та пропозиція на ринку певного товару задані аналітично: $Q_D = 7 - p$; $Q_S = p - 1$. Визначити рівноважну ціну та обсяг продажу. Припустимо, що за кожен вироблений одиницю товару виробник отримує з бюджету 2 грошові одиниці субсидій. Визначити ціни з субсидією та без субсидії, обсяг продажу, розмір субсидій.

Завдання 7. Визначити коефіцієнт еластичності за ціною, якщо при ціні 5 грошових одиниць попит становить 16 тис. одиниць продукції на рік, а за ціною 4 грошові одиниці – 18 тис. одиниць продукції на рік. Охарактеризуйте ступінь отриманої еластичності попиту. Яку цінову політику доцільно поводити виробнику?

Завдання 8. Побудуйте криві загальних, середніх та граничних витрат і покажіть на них дію закону спадної віддачі.

Завдання 9. Фірма функціонує за досконалої конкуренції, функція її витрат має вигляд: $TC = 500 + 4Q + 8Q^2$. Визначити точку рівноваги фірми і максимальний прибуток, якщо ціна товару становить 270 гр. одиниць. Чому лінія попиту співпадає в даному випадку з лінією граничного доходу?

Завдання 10. Заповнити пропуски у визначеннях необхідними словами та формулами

1. Виробничі відносини являють собою _____ відносин людей у сферах безпосереднього _____, розподілу, обміну і споживання. При цьому відрізняють організаційно-економічні й соціально-економічні відносини.

2. Економічні закони – об'єктивні, стійкі _____ - _____ зв'язки в межах виробничих відносин. Визначають всезагальні, загальні й специфічні (спеціальні) закони.

5. Виробництво як безперервний процес, що постійно повторюється, має назву _____.

6. Ефективність виробництва – це співвідношення _____ і витрат.

7. Предметом економічної теорії є _____ відносини в їх взаємодії з _____, а також організацією управління і ефективного ведення господарства як чинників суспільного багатства.

8. Продуктивні сили складаються з наступних елементів:

Завдання 11. Припустимо, що споживач 9 грошових одиниць свого доходу використовує на купівлю товарів А і В, ціни яких відповідно становлять 1 грошова одиниця та 2 грошові одиниці.

Яка з поданих комбінацій товарів знаходиться на бюджетній лінії?

- А. 8 А і 1 В
- Б. 7 А і 1 В
- В. 6 А і 6 В

Г. 5 А і 6 В

Д. 4 А і 4 В

Завдання 12. У короткостроковому періоді фірма виробляє 500 одиниць продукції.

Якщо середні змінні витрати становлять 2 грошові одиниці, а середні постійні 0,5 грошових одиниць, то загальні витрати становлять :

А. 2,5 грош. один.

Б. 1250 грош. один.

В. 750 грош. один.

Г. 1100 грош. один.

Д. Неможливо визначити за наявних даних.

Завдання 13. Ціна одиниці капіталу 20 грошових одиниць, а ціна одиниці праці

40 грошових одиниць. Фірма має оптимальну комбінацію факторів виробництва, коли MRTS капіталу працею дорівнюватиме :

А. – 2

Б. – 0,5

В. – 20

Г. – 60

Завдання 14. Якщо випуск продукції збільшився з 1000 до 1200 одиниць при рості

зайнятості на 25%, витрат робочого часу на 25% та зниженні ціни на 25%, то продуктивність праці у натуральних одиницях :

А. Збільшилась на 60%

Б. Збільшилась на 28%

В. Збільшилась на 2%

Г. Не змінилась

Завдання 15. У першому році рівень цін сталий і номінальна процентна ставка становила 6% на рік. У другому році темп інфляції становив 3%, а реальна процентна ставка не змінилась.

Якою є номінальна ставка проценту в другому році?

А. Незмінною

Б. Знизилась на 3%

В. Знизилась на 6%

Г. Зросла на 3%

Завдання 16. Заповніть пропуски у визначеннях правильними словами та формулами

1. Закон попиту – це корінна _____ попиту, що виявляє _____ залежність між _____ товару та _____ попиту на товар, за інших рівних _____ .
2. За якою формулою визначається коефіцієнт еластичності попиту за ціною, якщо задано функцію попиту _____ .
3. Виробнича функція – це залежність кількості _____ , яку може виробити фірма, від _____ витрат ресурсів.
4. Закон спадної віддачі стверджує, що починаючи з _____ , послідовне _____ одиниць змінного ресурсу до незмінного фіксованого дає _____ продукт у розрахунку на кожную наступну одиницю змінного ресурсу.
5. Олігополістична залежність – це залежність _____ фірми-олігополіста від _____ , а не тільки від _____ і витрат.
6. Монополія, яка захищена юридичними заборонами, що стримують конкуренцію має назву _____ .
7. Ринкова структура, що характеризується великою кількістю дрібних фірм, однорідною продукцією, вільним входом і виходом з ринку, рівним доступом до інформації має назву _____ .
8. Ринкова структура, до якої входять невеликі фірми, що випускають різноманітну продукцію, вхід і вихід з ринку обмежені лише диференціацією продукту має назву _____ .

9. Дотримання рівняння $MRS_{xy} = P_x : P_y$ забезпечує _____
_____ .
10. Гранична норма трансформації одного товару в інший показує, якою _____ треба знехтувати, щоб отримати _____ іншого товару.

Тести з курсу «Мікроекономіка»

1. Менеджери – це:

- A). Інженерно-технічні робітники;
- B). Всі господарські працівники;
- C). Робітники, які виробляють продукцію;
- D). Керівники всіх ланок підприємства, які володіють методами управління.

2. Дайте визначення поняттю економічної системи

- A). Сукупність форм та методів господарювання, властивих усім галузям народного господарства, тобто економіці в цілому;
- B). Сукупність взаємопов'язаних і певним чином упорядкованих елементів економіки;
- C). Комплекс галузей, які обслуговують основне виробництво і забезпечують ефективну економічну діяльність на кожному підприємстві і в народному господарстві в цілому;
- D). Сукупність усіх видів економічної діяльності людей у процесі їх взаємодії, спрямованих на виробництво, обмін, розподіл та споживання товарів та послуг, а також на регулювання такої діяльності відповідно до мети суспільства.

3. Мікроекономіка вивчає:

- A). Поведінку економіки в цілому;
- B). Відособлені економічні одиниці;
- C). Поведінку споживачів на ринках товарів і послуг;
- D). Поведінку фірм на ринках товарів і ресурсів.

4. Закон потреб проявляється в наступному:

- А). Виробництво пропонує все більше різноманітних товарів, і споживач отримує безліч варіантів альтернативного вибору;
- Б). З задоволенням одних потреб завжди виникають інші;
- В). Безмежність потреб та обмеженість ресурсів – проблема економічного вибору.
- Г). Вірні відповіді б) і в)

5. Що з перерахованого є найбільш важливим для ефективної реалізації функцій ринку?

- А). Потужні профспілки;
- Б). Розвинене державне регулювання;
- В). Почуття соціальної відповідальності лідерів ділових кіл;
- Г). Вільна конкуренція.

6. Цінова еластичність попиту на товар вимірює чутливість обсягу попиту до зміни:

- А). Цін інших товарів;
- Б). Уподобань і смаків споживачів;
- С). Ціни даного товару;
- Д). Доходів споживачів.

7. Теорія споживчої поведінки припускає, що споживач прагне максимізувати:

- А) різницю між загальною і граничною корисністю;
- Б) загальну корисність;
- В) граничну корисність;
- Г) кожен з перерахованих величин.

8. Постійні витрати фірми - :

- А) ростуть при збільшенні обсягу виробництва;
- Б) змінюються пропорційно зміні обсягу виробництва;
- В) не змінюються при збільшенні обсягу виробництва;
- Г) не залежать від обсягу її виробництва .

9. Середня фірма - :

- А) кількість зайнятих від 100-200 осіб;
- Б) кількість зайнятих від 200 до 1000 осіб;
- С) кількість зайнятих від 300 до 800 осіб;
- Д) кількість зайнятих від 500 до 1000 осіб.

10. Які з перерахованих характеристик властиві товарній формі організації господарства?

- А) Продукти виробляються окремими, відособленими виробниками;
- Б) Кожен виробник спеціалізується на виготовленні одного якого-небудь виду продукту;
- В) Обмін продуктами відбувається на ринку;
- Г) Усі відповіді вірні.

11. Хто вперше дав визначення політична економія?

- А) К.Маркс;
- Б) Аристотель;
- В) У.Петті;
- Г) А.Монкретьєн.

12. Чим зумовлена конкуренція між споживачами?

- А) намаганням різних категорій покупців придбати товари високої якості за найнижчими цінами;
- Б) намаганням споживачів придбати товари найоптимальніші для них терміни;

С) рівнем самосвідомості споживачів.

13. Якою є економічна система сучасної України:

А) ринкова економіка;

Б) командна економіка;

В) перехідна економіка;

Г) традиційна економіка.

14. В якому з положень дається правильне визначення поняття “інфраструктура ринку”?

А) це сукупність установ, що забезпечують функціонування ринку;

Б) це склад товарів і послуг, що обертаються на ринку;

В) система державних, приватних і громадських інститутів (організацій і установ) і технічних засобів, що обслуговують інтереси суб'єктів ринкових відносин, забезпечують їхню ефективну взаємодію.

15. Якщо при зміні ціни кількість куплених товарів не змінюється, то попит:

А) нееластичний;

Б) еластичний;

В) одиничної еластичності;

Г) абсолютно нееластичний.

16. Економікс – це:

А) це економічні погляди, на мистецтво ведення домашнього господарства;

Б) наука про ефективне використання обмежених ресурсів з метою досягнення максимального задоволення матеріальних потреб людини та суспільства;

С) наука, що вивчає економічні відносини, які виникають між людьми в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання;

Д) мистецтво ведення домашнього господарства.

17. Гроші — це...

- A). Загальний еквівалент, яким вимірюється вартість усіх товарів і послуг.
- B). Золото і срібло, які використовуються для обміну на інші товари.
- C). Будь-який товар, здатний обмінюватися на будь-який інший товар.
- D). Платіжний засіб, що декретується державою.

18. Що таке приватизація?

- A). Передача майна (засобів виробництва тощо) державного підприємства у володіння, розпорядження та використання трудовому колективу роздержавлюваного підприємства за збереження його належності суспільству, державі;
- B). Перехід на безоплатній або платній основі державної власності (землі, підприємства житлового фонду, тощо) у належність, володіння, розпорядження та використання трудовим колективом, групам осіб та окремим особам;
- C). Ліквідацію приватної власності;
- D). Позбавлення держави функцій прямого господарського управління, тобто відповідні повноваження передаються підприємствам.

19. Вкажіть форми організації суспільного виробництва:

- A). Натуральна, товарна та обмінна;
- B). Товарна, обмінна, ненатуральна;
- C). Товарна, ненатуральна;
- D). Натуральна; товарна.

20. Які існують чесні методи конкурентної боротьби:

- A). Цінові та не цінові;
- B). Прості та розвинені;
- C). Досконалі та не досконалі;
- D). Споживчі та мінові.

21. Адам Сміт представник-

- A). Класичної політичної економії

Б). Фізіократів

В). Меркантилістів

Г). Марксизму

22. Комплекс заходів, спрямований на контроль діяльності монополій, а також створення відповідного законодавства, - це:

А). Нецінові методи конкурентної боротьби;

Б). Цінові методи конкурентної боротьби;

В). Антимонопольна політика;

С). Антиінфляційна політика.

23). Якщо ціна товару нижча від точки перетину кривої попиту та кривої пропозиції, то:

А). Виникає надлишок;

В). З'явиться дефіцит;

С). Зросте безробіття;

Д). Всі варіанти невірні.

24. Неокласична теорія в якості основних факторів виробництва виділяє:

А). Робочу силу і засоби виробництва;

В). Канали розповсюдження товару;

С). Капітал, землю, труд;

Д). Капітал, землю, труд, підприємницьку діяльність.

25. Згідно з організаційним підходом класифікації економічних систем виділяють такі типи економічних систем:

А). Економіка вільного ринку, планова економіка, змішана, традиційна та перехідна економіки;

В). Економіка вільного ринку, планова економіка, змішана, релігійна та перехідна економіки;

С).Планова економіка, змішана та перехідна економіки

Д). Змішана економіка, традиційна, перехідна та планова економіки.

26. Основна економічна суперечність, що вивчається мікроекономікою, зумовлена:

А. Посиленням втручання держави в економіку та процесом глобалізації;

В.Погіршенням екологічної ситуації та існуванням монополій;

С. Наявністю практично у всіх країнах світу безробіття та інфляції;

Д. Безмежністю потреб та обмеженістю ресурсів, необхідних для їх задоволення.

27. Відповідно до закону попиту, якщо ціна товару росте:

А). Попит спадає;

Б). Величина попиту спадає;

В). Попит росте;

Г). Величина попиту росте.

28. Кросівки стали носити не лише як спортивну, але і як повсякденне взуття. Як на цей факт відреагували виробники кросівок?

А). Збільшили ціни на кросівки.

Б). Понизили ціни на кросівки.

В). Збільшили виробництво і пропозицію кросівок.

Г). Скоротили виробництво і пропозицію кросівок.

29. П'яте морозиво, яке ви їсте, надає вам менше задоволення, ніж перше. Це приклад:

А) дії закону попиту;

Б) дії закону спадної граничної корисності;

С) наявності надлишку товару;

Д) наявності дефіциту товару.

30. Економічний закон конкуренції

- А). З задоволенням одних потреб завжди виникають інші ;
- Б). У міру того як ціна на товар підвищується, попит знижується;
- В). Закон, згідно з яким кожен виробник, або продавець прагне одержати найбільш вигідні умови для виробництва і збуту товарів і послуг.
- Г). Економічне суперництво, боротьба між суб'єктами господарської діяльності за кращі умови виробництва і реалізації товарів і послуг з метою отримання максимального прибутку.

31. Нормальний прибуток –це:

- А). Прибуток, який отримує фірма, якщо її сукупний виторг перевищує суму явних і неявних витрат;
- Б). Прибуток, який отримує типова фірма в галузі;
- С). Прибуток, який фірма отримує в нормальних умовах її функціонування;
- Д). Мінімальний дохід, необхідний для утримання фірми в межах даного виду діяльності.

32. Які з перерахованих причин привели до виникнення товарного виробництва?

- А). Суспільний розподіл праці.
- Б). Вдосконалення знарядь праці.
- В). Економічне відособлення виробників.
- Г). Вірні відповіді А) і В).

33. Хто є засновником школи фізіократів?

- А). А. Сміт;
- Б). Ф. Кене;
- В). П. Самуельсон;
- Г). К.Маркс.

34. В якому з положень неправильно названі основні методи нечесної конкуренції:

- А) Промисловий шпіонаж;
- Б) Підкуп чиновників;
- С) Зменшення витрат виробництва;
- Д) Диверсії проти конкурента.

35. Крива попиту ілюструє залежність:

- А) Ціни від попиту;
- Б) Попиту від ціни;
- В) Величини попиту від ціни;
- Г) Величини попиту від пропозиції.

36. Ринок товарів та послуг знаходиться в рівноважному стані, якщо:

- А) Попит дорівнює пропозиції;
- Б) Ціна дорівнює витратам плюс прибуток;
- В) Рівень технологій змінюється поступово;
- Д) Обсяг попиту дорівнює обсягові пропозиції.

37.Маркетинг – це

- А). Це наука про мистецтво врівноважувати попит і пропозицію.
- Б). Це наука про управління сучасним виробництвом.
- В).Це наука про задоволення зростаючих потреб при обмежених ресурсах.

38. Система, у якій традиції, звичаї, досвід визначають практичне використання виробничих ресурсів.

- А). Ринкова система
- Б). Командна економіка.
- В). Традиційна економіка.

Г). Змішана економіка.

39. В процесі еволюції товарного обміну виникали і розвивалися наступні форми вартості :

- А) Грошова, продуктивна і товарна;
- Б) Проста, розгорнута, загальна і грошова;
- В) Бартерна і грошова
- Г) Натуральна і товарна.

40. Характерними рисами натурального господарства є :

- А) Замкнутість економічної діяльності, відсутність суспільного поділу праці;
- Б) Обмін; суспільний поділ праці;
- В) Обмеженість ресурсів;
- С) Економічна відособленість виробників.

41. Представники якої школи економії відображали інтереси промислової буржуазії?

- А). Кейнсiанство
- Б). Фізіократи
- В). Класична політична економія
- Г). Меркантилізм

42. Що таке ринок?

- А) Це торгова площа, яка включає в себе торгові точки, за якими наглядають виробники;
- Б) Це сукупність економічних відносин, що виникають між виробниками і споживачами у процесі вільного еквівалентного обміну виробленими благами, який організований за законами товарного виробництва і грошового обігу;
- В) Це сукупність відносин закритого типу продажу нелегальних товарів;
- Г) Це сукупність економічних відносин, що виникають між замовником та власником.

43. "Змішана" і "перехідна" економічні системи це:

- А. Тотожні поняття;

- В. Не тотожні поняття;
- С. Різні характеристики економічної системи одного рівня;
- Д. Усі відповіді вірні.

44. У перекладі з грецької мови економіка означає

- А) Мистецтво господарства
- Б) Мистецтво ведення господарства
- В) Ведення домашнього господарства
- Г) Мистецтво ведення домашнього господарства

45. Продукт має корисність, якщо він :

- А. Відображує закон попиту
- Б. Є доступним за ціною для споживача
- В. Потребує зростаючої кількості ресурсів для виробництва
- Г. Здатний задовольнити будь-яку потребу споживача

46. Загальна корисність зростає тільки у разі, якщо гранична корисність :

- А. Зменшується
- Б. Збільшується
- В. Є величиною позитивною
- Г. Збільшується низькими темпами

47. Що відбувається з кривою попиту на кавоварки, якщо зростає ціна на каву :

- А. Нічого
- Б. Зсунеться праворуч
- В. Зсунеться ліворуч
- Г. Зміниться нахил кривої попиту

48. Загальні середні витрати виробництва досягають мінімальної величини за таким обсягом продукції, коли :

- А. $AVC = TFC$
- Б. Прибуток максимальний
- В. $MC = AVC$
- Г. $MC = ATC$
- Д. Жодна з відповідей не є вірною

49. Постійні витрати фірми – це :

- А. Видатки на ресурси за цінами, які діяли на момент їх

придбання

- Б. Мінімальні витрати виробництва будь - якого обсягу продукції за найбільш сприятливих умов виробництва
- В. Витрати, які має фірма навіть у тому випадку, коли продукція не виробляється
- Г. Неявні витрати
- Д. Жодна з відповідей не є вірною

50. Яка з наступних кривих ніколи не прийме U – образної форми :

- А. AVC
- Б. MC
- В. AFC
- Г. ATC
- Д. LATC

Додаток 1.

Макет бізнес-плану

**Спрощена методика бізнес-планування для фізичної
особи-підприємця**

БІЗНЕС – ПЛАН

(назва проекту)

(прізвище, ім'я, по-батькові)

(домашня адреса, телефон)

(дата розробки)

Зміст

Стр.

- 1) Резюме
- 2) Юридичний план. Стартові витрати.
- 3) Маркетинговий план (продукт/послуга)
- 4) Маркетингова стратегія
- 5) Менеджмент
- 6) План виробництва (надання послуги).
- 7) Фінансовий план (бюджет)
- 8) Оцінка можливих ризиків.
- 9) Додаток.

Резюме
(Короткий опис проекту)

Назва проекту	(Коротка назва проекту, що збігається з назвою на титульній сторінці)
Назва підприємства, ПП приватного підприємця, адреса, телефон	
Ціль проекту	
Що буде виготовляти (які послуги) буде надавати Ваш бізнес	(Вкажіть конкретні види продукції (послуги або роботи), які Ви будете виготовляти)
Місцезнаходження Вашого бізнесу (Місце реалізації проекту)	
Потреба в капіталі для початку діяльності: - всього - власний - залучений	
Фінансові показники проекту	(Вкажіть суму прибутку за рік, рентабельність і термін окупності Вашого проекту)
Термін повернення залучених коштів	

Юридичні аспекти майбутньої діяльності

1.1 Правова форма здійснення підприємницької діяльності

1.2. Найменування виду ліцензії на плановані види діяльності і її вартість

1.3. Необхідність отримання дозволу на розміщення об'єкта торгівлі («зелена карта»), сфери послуг («блакитна карта»). Вартість.

1.4. Планована форма оподаткування, її обґрунтування

1.5. Необхідність в інших видах дозволів (санепідемстанції, пожежного нагляду, охорони праці, на використання житлових будівель і приміщень в якості нежитлових та ін.)

Стартові витрати на початок бізнесу

№ п.п.	СТАТТІ ВИТРАТ (необхідні розрахунки)	СУМА, грн.
1.	Устаткування (придбання / оренда):	
2.	Приміщення (придбання / оренда)	
3.	Транспорт (придбання / оренда)	
4.	Транспортні витрати	.
5.	Сировина, матеріали, напівфабрикати - комплектуючі	
6.	Офісні меблі	
7.	Комп'ютер, принтер	
8.	Телефон (придбання, установка і т.п.)	
9.	Витрати на реєстрацію (включаючи отримання дозвільної документації)	
10.	Канцелярські витрати	
11.	Господарські потреби	
12.	Реклама	
13.	Охоронна сигналізація (установка і т.п.)	
14.	Страховання	
15.	Інші початкові витрати: - закупівля партії товару	
ВСЬОГО		
ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ		
1.	Власні кошти	
2.	Безпроцентні позики (родичі, знайомі і т.п.)	
3.	Одноразова допомога по безробіттю для організації підприємницької діяльності	
4.	інші джерела	

3. Маркетинговый план

3.1 Опис продукції або наданої послуги (Який продукт / послуга пропонується, привабливі риси продукту / послуги, стадія готовності, унікальні характеристики)

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are approximately 20 lines visible. The paper has a slight shadow on the right side, suggesting it's resting on a surface.

3.2. Опишіть постачальників сировини, матеріалів і ін. Для Вашого виробництва (існуючі на ринку)

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are approximately 20 lines visible. The paper has a slight shadow on the right side, suggesting it's resting on a surface.

3.3 Аналіз потреб клієнтів (споживачів)

(Хто є Вашими потенційними клієнтами? Як часто вони купують товар / послугу і в якій кількості? Як сильно вони реагують на зміну ціни і якості? Чи необхідні їм додаткові послуги? (Доставка, упаковка і т.д.).

3.4.Аналіз конкурентів:

(Перерахуйте Ваших конкурентів і опишіть їх (хто вони,? Скільки років вони на ринку ?,Вкажіть на їх переваги перед Вами і як Ви можете піднятися до їх рівня). Яку репутацію за ціною, якістю, надійності та ін. факторам вони мають серед клієнтів? Вкажіть Ваші переваги перед основними конкурентами. Перерахуйте ключові фактори успіху Вашого бізнесу (чому покупці віддаватимуть перевагу Вашим продуктам / послугам?) Наскільки можлива поява нових конкурентів і в які терміни?)

SWOT – аналіз

Сильні сторони (переваги Вашого бізнесу в порівнянні з конкурентами)	Слабкі сторони (які недоліки / слабкі сторони Вашого бізнесу в порівнянні з конкурентами)
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.
Можливості (які можливості має Ваш бізнес на ринку)	Небезпеки (які загрози можуть виникнути для Вашого бізнесу)
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.

**3.5. Майбутні продукти і послуги. Ваше бачення продуктів / послуг які
Ваша компанія буде пропонувати в майбутньому**

4. Маркетингова стратегія

4.1. Дослідження ринку. Ваші цільові ринки і їх розмір. Які існують ринкові сегменти, яку частину ринку Ви плануєте охопити, де розташовуються Ваші основні споживачі

(Потенційний географічний ринок для Вашого бізнесу: які тенденції для даного товару (послуги): який рівень рентабельності склався по даному товару: як сегментується даний ринок: визначте наявних і потенційних конкурентів - кількість, місце розташування, обсяг. Чому Ви вважаєте, що вироблена Вами продукція або надана послуга будуть затребувані на ринку? Які ринкові тенденції для даного товару / послуги?)

4.2. Цінова політика (перелік цін на Ваші продукти і послуги, система знижок і пільг)

(Як буде розраховуватися ціна на товар / послугу? Чи буде змінюватися ціна від форми, часу оплати, сезону, кількості купленого товару та інших чинників? Який відсоток продажів планується здійснювати через посередників?)

5. Менеджмент

5.1. Штатний розклад (перелік найманих працівників, їх зарплата, включаючи свою)

5.2. Графік роботи протягом року (змінність, відпустки, вихідні та святкові і т.д.)

5.3. Ваша освіта і перелік прослуханих курсів, інших видів додаткового навчання, необхідних для ведення обраного Вами виду бізнесу. Практичний досвід роботи в даній сфері / в бізнесі.

6. План виробництва

6.1. Виробничі приміщення

Вкажіть, які приміщення будуть використані, їх розміри, місце розташування і доступність для клієнтів, інфраструктура (електроенергія, газ, вода, телефон і т.д.); в якому стані знаходиться приміщення, необхідний ремонт, чи відповідає приміщення певним регуляторним нормам, власне приміщення або орендується (вкажіть основні умови оренди приміщення)

6.2. Техніка, обладнання, транспорт

Яке обладнання необхідне? Яке вже є? Опишіть детально обладнання, яке необхідно придбати (вид устаткування, його вартість, терміни і місце придбання, доступність запасних частин і т.п.)

6.3. Постачальники матеріальних ресурсів

(Опишіть обраних Вами постачальників з переліку - див. П. 3.2. Обґрунтуйте вибір саме цих постачальників)

Об'єми виробництва продукції (надання послуг)

№ пп	Вид виробленої продукції	Ціна од. продукції / послуги	Об'єм виробництва на місяць		Об'єм виробництва на рік	
			од.	грн.	од.	грн.
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						
8.						
9.						
10.						
11.						
12.						
13.						
14.						
15.						
16.						
17.						
18.						
19.						
	Всього	***	***		****	

7. Фінансовий план

7.1. Поточні витрати

- Постійні витрати (на місяць), в тому числі:

оплата праці постійних працівників

(Вкажіть кількість постійних працівників (сторож, бухгалтер, постійні робочі тощо), їх заробітну плату, величину нарахувань на заробітну плату)

(Вкажіть орендоване майно (будівля, обладнання, транспорт), величину оренди в місяць за видами обладнання, вкажіть умови сплати орендної плати (раз на місяць / квартал))

комунальні послуги

(Вкажіть витрати на утримання приміщень, оплату телефону, електроенергії, інших комунальних платежів) **інші постійні витрати**

(Вкажіть інші постійні витрати, такі як: реклама, сплата податків і платежів (єдиний податок, патент, плата за ліцензії та дозволи, ринковий збір, податок на землю, транспортний податок), канцелярські витрати, господарські витрати, амортизація і ремонт обладнання, транспортні послуги та інше)

ВСЬОГО ПОСТІЙНІ ВИТРАТИ

7.2. Змінні витрати виробництва (надання послуг)

№ пп	Перелік змінних витрат	Ціна од.	Об'єм змінних витрат на місяць		Об'єм змінних витрат на рік	
			од.	грн.	од.	грн.
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						
8.						
9.						
10.						
11.						
12.						
13.						
14.						
15.						
16.						
17.						
18.						
19.						
	Всього змінних витрат	***	***		****	

7.3. Рахунок прибутків і збитків, грн.

(За перший рік)

№ п/п	Показники	Сума, грн
1	Виручка від реалізації продукції (послуг), всього,	
	в т.ч. по видам продукції (послуг):	
	-	
	-	
	-	
	-	
	-	
2	Змінні витрати - всього	
	в т.ч. по видам продукції (послуг):	
	-	
	-	
	-	
	-	
	-	
3	Постійні витрати - всього	
	в т.ч. по видам витрат	
	-	
	-	
	-	
	-	
	-	
4	Всього поточні витрати	
5	Чистий дохід(прибуток):	
6	Рентабельність продаж, %	
	Аналіз беззбитковості (визначення мінімального обсягу продажів)	
	- за день,	
	- місяць,	
	- рік	
7	Строк окупаємості проекту (стартових витрат)	

8. Оцінка можливих ризиків

Види ризиків та їх можливе запобігання / ослаблення. Продажні ризики. Конструктивні та технологічні ризики. Фінансові ризики. Можливі організаційні та страхові заходи захисту.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

План впровадження проекту
(основні заходи)

Захід	Фінансові ресурси для реалізації заходу з вказанням джерела	Запланований термін здійснення	Примітка

**Програма з курсу «Економіка»
для студентів Південноукраїнського національного педагогічного
університету імені К.Д. Ушинського**

Розділ І. ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Тема 1. Економічна теорія як наука

Виникнення й еволюція економічної науки. Основні етапи розвитку економічної теорії. Сучасні економічні теорії. Предмет, структура, метод, функції економічної теорії. Позитивна й нормативна економіка. Економічні

категорії та закони, їх класифікація. Місце економічної теорії в системі економічних наук.

Розвиток економічної думки в Україні. Роль економічної теорії в розвитку людського суспільства та у здійсненні суспільно-економічних перетворень в Україні.

Тема 2. Форми організації суспільного виробництва. Гроші

Форми суспільного виробництва. Натуральне господарство. Умови виникнення та основні риси товарного виробництва.

Товар і його властивості. Двоїстий характер праці, втіленої у товарі. Величина вартості товару і фактори впливу на неї. Закон вартості – основний економічний закон товарного виробництва. Функції закону вартості.

Теоретичні концепції виникнення і розвитку грошових відносин. Форми вартості. Суть грошей та їхні функції. Теорії грошей. Різноманітність форм грошей. Сучасні гроші. Історія грошей України.

Тема 3. Виробництво як ядро економічної системи

Теорія виробництва та його факторів. Загальні проблеми економіки. Інформація як ресурс.

Потреби як спонукальний мотив економічної діяльності. Економічні блага та їх види. Закон зростання потреб. Кругообіг продуктів і ресурсів.

Вибір в економіці. Технологічні можливості суспільства. Крива виробничих можливостей. Альтернативні витрати економічного вибору. Закон зростання альтернативних витрат.

Тема 4. Економічні системи суспільства. Власність в економічній системі

Періодизація суспільного економічного розвитку. Суспільно-економічний розвиток: цивілізаційний, формаційний та організаційний.

Сутність економічної системи. Типи економічних систем. Моделі змішаної економіки. Проблема економічного вибору в різних економічних системах.

Поняття власності. Типи, форми і види власності та роль в економічній системі. Власність та її роль в економічній системі. Сучасні тенденції розвитку форм власності. Роздержавлення і приватизація. Принципи і форми приватизації.

Становлення та розвиток постіндустріального суспільства в сучасній економіці. Місце і роль людини у процесі становлення і розвитку постіндустріальної цивілізації. Сутність і роль НТП в суспільному виробництві.

Розділ II. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Тема 5. Ринок як форма організації суспільного виробництва.

Види ринків та їх інфраструктура

Сутність ринку його функції та класифікація. Інфраструктура ринку. Суть та функції ринкової інфраструктури. Об'єкти ринкової інфраструктури, що обслуговують різні ринки.

Сутність і роль основних елементів ринкової інфраструктури в економіці. Ринок капіталів. Банки, їх види та функції. Ринок товарів і послуг. Товарна біржа, її суть та види. Ринок цінних паперів. Фондова біржа. Валютна біржа. Ринок праці. Біржа праці та її функції. Формування інфраструктури ринку в Україні.

Ринкові відносини в економіці України. Особливості сучасного ринку.

Тема 6. Механізм функціонування ринкової економіки

Попит і чинники впливу на нього. Залежність між ціною і величиною попиту. Закон попиту. Крива попиту. Еластичність попиту.

Пропозиція. Закон пропозиції. Детермінанти пропозиції. Крива пропозиції. Еластичність пропозиції.

Діалектична залежність попиту і пропозиції. Ринкова рівновага: встановлення рівноважної ціни. Механізм ринкового саморегулювання. Теорія рівноваги Л. Вальраса.

Конкуренція як рушійна сила розвитку економіки. Конкуренція її суть, економічні основи та місце в ринковій економіці. Закон конкуренції. Види конкуренції. Методи і способи конкурентної боротьби.

Монополія: причини виникнення, суть та основні форми. Олігополія.

Антимонопольна політика держави. Антимонопольне законодавство.

Розділ III. МІКРОЕКОНОМІКА (АНАЛІЗ РИНКОВОЇ ПОВЕДІНКИ)

Тема 7. Теорія поведінки споживача

Поняття корисності блага, сукупна та гранична корисність. Закон спадної граничної корисності.

Споживчий вибір і бюджетні обмеження. Концепція кривих байдужості і поведінки споживача. Крива байдужості, її суть і побудова. Карта кривих байдужості. Гранична норма заміщення. Бюджетні обмеження, лінія можливостей споживача.

Рівновага (вибір) споживача: ординалістський підхід. Рівновага (вибір) споживача: кардиналістський підхід. Правило максимізації корисності.

Аналіз кривих байдужості й ефекти доходу та заміщення.

Тема 8. Підприємство як об'єкт економічного аналізу.

Основи менеджменту та маркетингу в підприємницькій діяльності

Зміст, основні принципи та ознаки підприємництва. Види і функції підприємств. Організаційно - правові форми підприємництва. Класифікація підприємств за розміром. Нові види підприємницької діяльності. Малий бізнес. Ризик у підприємницькій діяльності. Венчурний бізнес. Система франчайзингу. Аналіз ефективності інноваційної діяльності вітчизняних підприємств.

Форми організації та механізм управління підприємницькою діяльністю.

Сутність і функції менеджменту. Сфери і напрями менеджменту. Система маркетингу у діяльності сучасного підприємства. Бізнес-план.

Тема 9. Капітал. Витрати виробництва і прибуток

Капітал як матеріальна основа підприємницької діяльності. Суть капіталу та його структура в процесі виробництва, форми накопичення. Шляхи підвищення додаткової вартості. Кругооборот і оборот капіталу. Основний та оборотний капітал. Фізичне та моральне зношення основного капіталу. Амортизація.

Рівновага підприємства як виробника. Поняття ізокванти та ізокошти.

Суть, види і структура витрат виробництва. Собівартість продукції.

Прибуток як кінцевий результат діяльності підприємства. Прибуток: сутність, види, функції. Норми прибутку і чинники, що впливають на неї. Максимізація прибутку. Безбитковість та рентабельність. Банкрутство.

Ціна в ринковій економіці, її види та функції. Цінова політика і методи ціноутворення.

Тема 10. Теорія інтелектуального виробництва. Інтелектуальний капітал

Теоретико-методологічні засади дослідження інтелектуального капіталу. Суть і структура інтелектуального капіталу. Еволюція поглядів на інтелектуальний капітал у світовій економічній науці. Людський капітал. Методи вартісної оцінки інтелектуального капіталу.

Макроекономічна оцінка ефективності функціонування інтелектуального капіталу в економіці України. Вплив науково-технічної та освітньої діяльності на розвиток інтелектуального капіталу.

Економіка інтелектуальної власності. Шляхи удосконалення нормативно-правового захисту інтелектуального капіталу у вітчизняній економіці.

Зарубіжний досвід стимулювання розвитку інтелектуального капіталу і перспективи його застосування в економіці України.

Тема 11. Підприємництво в аграрній сфері

Аграрні відносини та власність у сільському господарстві. Економічна природа земельної ренти, її сутність, види і механізми утворення. Диференційна, абсолютна та монопольна рента. Рентні відносини та орендна плата. Ринок земельних ресурсів. Ціна землі.

Форми господарювання у сільському господарстві та їх особливості у різних країнах. Державна політика регулювання і підтримки сільського господарства. Ринкове реформування аграрного сектору в Україні.

Розділ VI. МАКРОЕКОНОМІКА АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ)

Тема 12. Національна економіка: структура та показники розвитку.

Макроекономічна рівновага

Предмет, основні проблеми і цілі макроекономіки. Система національних рахунків.

Макроекономічні показники у системі національних рахунків: методи розрахунку та співвідношення між ними. Валовий внутрішній продукт: суть та методи обчислення. Номінальний та реальний ВВП. Дефлятор ВВП. Чистий внутрішній продукт (ЧВП). Національний дохід (НД) і його роль у суспільному відтворенні. Особистий дохід.

Національне багатство: сутність, структура, джерела зростання.

Макроекономічна рівновага. Сукупний попит та сукупна пропозиція: сутність, чинники впливу. Крива сукупного попиту (AD). Крива сукупної пропозиції (AS). Рівновага між AD і AS. Модель мультиплікатора Дж. М. Кейнса.

Тема 13. Макроекономічна нестабільність та економічне зростання

Циклічність економічного розвитку як прояв макроекономічної нестабільності. Фази циклу. Теорії циклів. Антикризова політика.

Безробіття, його зміст, причини, види, форми. Рівень безробіття. Закон Оукена. Соціально-економічні наслідки безробіття.

Інфляція, її сутність, причини, види і соціально-економічні наслідки. Антиінфляційна політика. Крива Філіпса. Інфляція в Україні: її динаміка та методи регулювання. Грошові реформи: їх сутність і спрямування.

Поняття і чинники економічного зростання. Типи економічного зростання. Концепції та найпростіші моделі економічного зростання. Роль інвестицій в економічному зростанні. Інновації.

Людський розвиток як мета і критерій економічного розвитку. Індекс людського розвитку та його рівень в Україні.

Тема 14. Фінансова система. Державний бюджет. Податки

Фінансова система та фіскальна політика держави. Зміст, структура та функції фінансів.

Державний бюджет. Доходи і видатки державного бюджету. Бюджетний дефіцит і державний борг. Проблеми формування держбюджету України.

Теорія оподаткування. Види податків. Суть і функції податків. Податкова система: суть, структура, значення, принципи побудови та функціонування. Ефект Лаффера. Аналіз податкової системи в Україні.

Тема 15. Грошова система. Кредитно-банківська система

Грошовий обіг і його закони. Кількість грошей, необхідних для обігу. Грошова система, її структурні елементи. Закон грошового обігу. Грошові агрегати та їх сутність. Пропозиція грошей і попит на гроші. Рівновага на грошовому ринку. Механізм здійснення монетарної політики. Сутність і функції резервної системи.

Суть, структура та функції банківської системи. Емісія грошей. Депозити. Центральний банк. Грошово-кредитна політика центрального банку. Комерційні банки.

Кредитна система і її структура. Необхідність, зміст і принципи функціонування кредиту. Форми і функції кредиту. Особливості формування банківської системи в Україні.

Тема 16. Державне регулювання ринкової економіки. Ціноутворення на ринку праці

Еволюція поглядів на роль держави в економічному розвитку суспільства. Необхідність, зміст та моделі державного регулювання економіки. Функції держави, основні методи та напрями державного регулювання.

Соціальна політика держави. Бідність населення. Шляхи подолання бідності в Україні. Причини диференціації доходів. Крива Лоренца. Індекс використання людського потенціалу.

Заробітна плата, її види, форми і системи. Мінімальна заробітна плата. Соціальні програми як джерело формування доходів населення.

Розділ V. МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА (ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ)

Тема 17. Світове господарство і міжнародні економічні відносини

Сутність і етапи розвитку світового господарства. Нерівномірність розвитку економіки окремих регіонів і країн світу. Основні характеристики світової економіки і стратегія сучасного економічного розвитку. Україна і світова економіка.

Система міжнародних економічних відносин. Міжнародна торгівля: форми, структура, напрями. Протекціонізм і вільна торгівля. Вільні економічні зони. Міжнародний поділ праці. Міграція робочої сили і її наслідки. Міжнародний рух капіталів і закономірності його розвитку. Міжнародні валютні відносини. Міжнародна економічна інтеграція.

Роль міжнародних економічних організацій у розвитку світової економіки.

Основні форми міжнародного співробітництва України. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні.

Тема 18. Глобалізація економіки: проблеми та шляхи вирішення

Глобалізація як форма світо господарських зв'язків. Сутність, ознаки та рівні глобалізації економіки. Економічні аспекти глобальних проблем. Основні глобальні проблеми сучасності, їх класифікація. Шляхи подолання глобальних проблем.

Форми міжнародного співробітництва у вирішенні глобальних проблем.

СЛОВНИК ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ

Абсолютна додаткова вартість – додаткова вартість яка створена шляхом збільшення тривалості робочого часу або через підвищення інтенсивності праці.

Абсолютна земельна рента (AR) - виникає на всіх земельних ділянках там де існує власність на землю.

Абстрактна праця – витрати людської енергії і життєвих сил, що виступають у формі суспільної праці і створюють вартість речей та послуг.

Акціонерне товариство – підприємство, яке вважається власністю багатьох фізичних осіб, що вклали свій пай в капітал цього підприємства шляхом купівлі його акцій. А.Т. бувають відкритого і закритого типу.

Акція – цінний папір або свідоцтво про певний внесок в капітал акціонерного товариства, який дає право на одержання частини прибутку у вигляді, дивіденду.

Амортизація – частина вартості, яка відповідає ступеню зношення основного капіталу; зношування основного капіталу буває фізичне і моральне.

Антициклічні заходи уряду: монетарні заходи, які є центральною частиною грошово – кредитної політики; фіскальні або податкові заходи; урядове прогнозування, планування і програмування розвитку економіки; бюджетна політика що спрямована на покращення ділової активності і усунення умов відносного перевиробництва.

Валовий внутрішній продукт (ВВП) – сукупність вартостей усіх товарів і послуг (або доданих вартостей), створених всіма виробниками і резидентами (громадяни країни, які проживають на її території, крім іноземців, які мешкають тут менше 1 року).

Валовий національний продукт (ВНП) – сукупність вартостей усіх товарів і послуг, виготовлених упродовж певного періоду, переважно одного року (без урахування повторного рахунку).

Валовий суспільний продукт (ВСП) – річна продукція сфери матеріального виробництва.

Валюта – грошова одиниця країни, або грошові знаки іноземних держав, які використовуються в міжнародних розрахунках (інвалюта), або міжнаціональні розрахункові одиниці і платіжні засоби.

Валютна система – форма організації грошових відносин, яка охоплює внутрішній грошово – кредитний обіг і сферу міжнародних розрахунків.

Валютний курс – ціна грошової одиниці країни виражена в грошових одиницях іншої країни.

Валютні відносини – це сукупність економічних відносин, пов'язаних з функціонуванням світових грошей, які обслуговують різні види господарських зв'язків між країнами.

Вартість – втілена в товарі праця. Вартість товару (кількісне визначення): $W = c + v + m$

Вексель – довгостроковий цінний папір у вигляді боргового зобов'язання усталеної форми, який надає право кредитору вимагати сплати зазначеної у векселі суми грошей з того, хто його підписав (позичальника).

Виробництво – процес створення матеріальних та духовних благ, необхідних для існування та розвитку людського суспільства.

Виробничі відносини – суспільні відносини і зв'язки, що складаються між людьми у процесі економічного відтворення суспільства. Виробничі відносини охоплюють виробництво, розподіл, обмін та споживання життєвих благ.

Виробничі витрати – затрати виробника (фірми) на придбання та використання всіх необхідних ресурсів для виготовлення кінцевої продукції.

Відтворення – взаємозв'язок стадій руху суспільного продукту: виробництво, розподіл, обмін, споживання.

Власність – це сукупність відносин між суб'єктами господарювання з приводу привласнення засобів виробництва та його результатів.

Господарський механізм – сукупність ринкових, організаційних, планових інструментів, форм і методів, які складають функціонування елементів економіки.

Гранична або кінцева корисність – це суб'єктивна корисність останньої наявної частини блага, вона визначає ринкову ціну блага даного виду. Гранична корисність – це категорія маржинальної школи, застосовується в сучасній «економіці».

Гроші – загальний еквівалент, на який обмінюються всі товари, результат об'єктивного історичного процесу розвитку обміну, засіб вираження вартості будь-яких товарів, або все те, що приймається в оплату за товари і послуги.

Державний кредит – мобілізація державою грошових засобів шляхом позичок.

Дефіцит державного бюджету – перевищення витрат над доходами.

Диференціальна земельна рента (DR) – надприбуток, що викає на середніх і кращих землях в умовах обмеженості земельних ресурсів. Вона поділяється на $DR - I$ і $DR - II$; $DR - I$ виникає при екстенсивному землекористуванні, $DR - II$ – при інтенсивному землекористуванні шляхом штучного підвищення родючості землі.

Додана вартість (ДВ) – вартість кінцевого продукту чи послуг. Вона дорівнює сумі зносу основного капіталу (A) і новоствореної вартості. $ДВ = A + (V + m)$.

Додаткова вартість (m) – додатковий продукт або частина новоствореної вартості, яка вироблена додатковою працею за додатковий робочий час.

Доходи населення складаються із особистих доходів і трансфертних платежів. Особисті доходи складаються із прибутку, заробітної плати, доходу від індивідуальної трудової діяльності, доходи від підсобного господарства.

Економікс (XIX-XX ст.) – наука про ефективне використання обмежених ресурсів з метою досягнення максимального задоволення матеріальних потреб людини та суспільства.

Економічна теорія – наука про загальні основи закономірності економічного розвитку суспільства.

Економічне зростання – сукупність кількісних і якісних властивостей економічного розвитку суспільства, його економічного прогресу.

Економічні закони – суттєві, стійкі причинно-наслідкові зв'язки як у середині виробничих відносин, економічних процесів і явищ, так і між ними.

Економічні категорії – це логічні поняття, які відображають в загальному вигляді істотні сторони економічних явищ і процесів.

Економічні потреби – життєво необхідні матеріальні і духовні умови буття людей. Потреби бувають природними і надбаними, тобто створеними суспільством.

Економічна система – це сукупність взаємопов'язаних і певним чином упорядкованих елементів економіки.

Екстенсивний тип економічного зростання – кількісне збільшення факторів виробництва при незмінній його технічній основі.

Еластичність попиту – залежність сукупного попиту від ціни, яка вимірюється коефіцієнтом еластичності попиту (E_n). Еластичний попит, якщо $E_n > 1$, нееластичний попит, якщо $E_n < 1$.

Еластичність пропозиції – залежність сукупного пропозиції виробників товарів та послуг від ринкових цін.

Закон вартості – закон розвитку товарного виробництва. Відповідно до нього виробництво і обмін товарів здійснюється на основі їх вартості, величина якої вимірюється суспільно необхідними затратами праці.

Закон зростання потреб – закон, що виражає внутрішньо необхідні, сталі і суттєві зв'язки між виробництвом і досягнутим рівнем задоволення потреб людей, розвиток яких (зв'язків) сприяє появі нових потреб та засобів їх задоволення.

Закон Оукена. Згідно із цим законом, кожний відсоток надприродного безробіття зменшує потенціальний ВВП на 2,5%.

Закон попиту – у міру того як ціна на товар підвищується, попит на товар зменшується і навпаки.

Закон пропозиції – між ціною і пропозицією існує пряма залежність, тобто зі зростанням ціни зростає обсяг пропозиції.

Закон Сея – макроекономічний принцип, згідно з яким виробництво товарів та послуг утворює рівний сукупний попит на них.

Заробітна плата – грошовий вираз вартості робочої сили.

Засоби виробництва – речовий фактор виробництва, який утворюють; засоби праці і предмети праці.

Засоби праці – комплекс речей, наукової і технічної інформації, за допомогою яких люди здійснюють процес праці. З.П. поділяються на: знаряддя праці і матеріальні умови праці.

Земельна рента (R) – частина прибутку або надлишок над середнім прибутком, який створюється орендарем у сільському господарстві і привласнюється власником землі. З.Р. поділяється на диференціальну, абсолютну і монопольну.

Змінний капітал (V) – частина капіталу, яка витрачається на придбання робочої сили і є джерелом новоствореної вартості ($V + m$).

Інтеграція економічна – об'єктивний процес міжнародного поділу праці, що виявляється в проведенні узгодженої економічної політики, в зближенні рівня розвитку економік різних країн і в формуванні сучасної структури національного господарства.

Інтенсивний тип економічного зростання – збільшення випуску продукції за рахунок удосконалення факторів виробництва і механізмів їх взаємодії (технології).

Інтенсивність праці – це напруженість праці

Інфляція – знецінення платежів засобів внаслідок переповнення ними каналів обігу.

Інфраструктура ринку – базові структурні елементи ринку, до яких належать: біржі (товарні, фондові, валютні, біржі праці), торгові будинки, аукціони, ярмарки, аудиторські, брокерські, дилерські фірми тощо.

Капітал – самозростаюча вартість, або вартість яка створює додану вартість.

Картель – добровільне галузеве об'єднання крупних підприємств з метою встановлення власного монопольного становища і цін, визначення ринків збуту (або ринкової квоти) кожного члена угоди.

Крива виробничих можливостей – це модель, яка показує максимально можливий обсяг виробництва яких-небудь товарів при існуючому в даний момент обсягу ресурсів.

Конкретна праця – корисна діяльність в її доцільних формах (професіях).

Конкуренція (від лат. *concurere* – «зіштовхуватися») – економічне суперництво, боротьба між суб'єктами господарської діяльності за кращі умови виробництва і реалізації товарів і послуг з метою отримання максимального прибутку.

Концерн – міжгалузеве об'єднання акціонерних підприємств під фінансовим контролем одного з них, яке утримує контрольний пакет акцій цих підприємств.

Кон'юнктура – (К) співвідношення попиту до пропозиції $K > 1$ – низька кон'юнктура.

Кредит – економічні відносини, що виникають у зв'язку з наданням грошових або матеріальних засобів у тимчасове користування на умовах повернення, як правило, з оплатою проценту.

Кредитна картка – форма розрахунків, за якої банк бере на себе ризик негайної оплати товарів і послуг своїх вкладників.

Крива Лаффера – крива, яка показує зв'язок між податковими ставками і кількістю податкових надходжень.

Крива Лоренца – крива, що ілюструє ступінь нерівності доходів рівних по кількісному складу груп населення, розподілених за рівнем сукупного доходу.

Кругообіг капіталу – послідовний рух капіталу, в процесі якого він проходить три стадії (обіг, виробництво, обіг), де набуває трьох функціональних форм (грошової, продуктивної, товарної) і повертається до вихідної грошової форми.

Макроекономіка – розділ економічної теорії, що вивчає загальні властивості економіки як єдиного цілого, економічну діяльність держав в масштабах країни.

Маркетинг – система управління виробничою і збутовою діяльністю підприємств, яка ґрунтується на комплексному аналізі ринку і націлена на збільшення прибутку за допомогою проведення маркетингових програм.

Менеджмент (вміння керувати) – аналіз, планування, організація і координація діяльності підприємства в умовах ринку з метою досягнення комерційного успіху.

Метод економічної теорії – система теоретичних підходів, способів, засобів, прийомів і операцій, за допомогою яких пізнають виробничі відносини, економічні закони та механізми їхньої дії.

Міжнародний поділ праці – вища ступінь суспільного і територіального поділу праці, яка спирається на спеціалізацію виробництва окремих країн.

Міжнародні корпорації (МНК) – корпорації, капітал яких діє у декількох країнах. МНК поділяються на міжнаціональні корпорації і транснаціональні корпорації.

Міжнаціональні корпорації – це міжнародні корпорації, статутний капітал яких належить фізичним і юридичним особам, двох або більшої кількості країн.

Мінова вартість – властивість товару обмінюватись на інший товар у певних кількісних співвідношеннях, її розвиток приводить до виникнення ціни товару.

Монополія – об'єднання суб'єктів економічної діяльності, які мають можливість встановлювати монопольні ціни і отримувати монопольний прибуток.

Монопольна рента (MR) утворюється завдяки незвичайності ґрунтово – кліматичних характеристик частини земельних ділянок, внаслідок чого ринкова ціна продуктів з цих ділянок набуває рівня монопольної ціни, з якої і утворюється монопольний прибуток як джерело MR.

Натуральне господарство – форма господарства, за якої продукти праці задовольняють власні потреби виробництва.

Науково-технічна революція (НТР) – якісні зміни продуктивних сил на основі перетворення науки у провідний фактор розвитку суспільного виробництва.

Науково-технічний прогрес (НТП) – поступальний розвиток науки і техніки.

Національне багатство – сукупність створених природою і нагромаджених працею матеріальних і духовних благ.

Номінальна заробітна плата – грошова заробітна плата, тобто сума грошей, яку отримує працівник у вигляді заробітної плати.

Нормативна економічна теорія – це наука про раціональну поведінку людей і діяльність економічних інститутів. Вона покликана відповідати на запитання про те, що слід робити, що має бути, як діяти, щоб досягти бажаних кінцевих результатів.

Облігації – цінний папір, що засвідчує внесення її власником грошових коштів і підтверджує зобов'язання відшкодувати йому номінальну вартість цінного паперу в передбачений у ньому строк з виплатою фіксованого відсотка.

Оборот капіталу – це кругообіг капіталу, взятий не як окремий акт, а як процес, що постійно відновлюється.

Оборотний капітал – це частина продуктивного капіталу, яка повністю поглинається у процесі виробництва і переносить свою вартість на готову продукцію цілком протягом одного кругообігу.

Олігополія – ринок декількох продавців, сучасний неформальний картель.

Олігопсонія – ринок декількох покупців.

Орендна плата – плата за використання будівель, споруд, технічних засобів, інших можливих об'єктів орендування, включає також земельну ренту.

Основний капітал – це частина подуктивного капіталу, яка застосовується у багатьох кругообігах, зберігаючи власну натуральну форму, і переносить свою вартість на готову продукцію поступово, у вигляді амортизації.

Підприємництво – економічна діяльність, що пов'язана з ризиком та ініціативою з метою досягнення певних економічних результатів.

Позитивна економічна теорія – пізнає та прогнозує об'єктивні економічні явища, формує цілісну систему наукових поглядів, гіпотез та концепцій. Для цього збираються факти які узагальнюються.

Позичковий капітал – грошовий капітал, який віддає власник грошей у позику і який приносить власнику процент.

Політична економія (XVII-XX ст.) – наука, що вивчає економічні відносини, які виникають між людьми в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання.

Попит – платоспроможна потреба покупців в товарах і послугах.

Постійний капітал (С) – частина капіталу, яка авансується на придбання засобів виробництва і не змінює своєї вартості. Його вартість переноситься конкретною працею на новостворений продукт.

Почасова заробітна плата – ціна робочої сили за певний період її функціонування.

Праця – це свідома, цілеспрямована діяльність людини.

Прибуток (Р) – це дохід суб'єкта економічної діяльності, який утворюється як різниця між сумою доходів, або валовою виручкою, і витратами виробництва (собівартістю продукції).

$K = Ц - K.$

Приватизація – перехід на безоплатній або платній основі державної власності (землі, підприємства житлового фонду, тощо) у належність, володіння, розпорядження та використання трудовим колективам, групам осіб та окремим особам. Приватизація означає ліквідацію суспільної власності в формі державної власності, її перетворення на різні види та форми приватної власності.

Продуктивність праці – кількість продукції, що виробляється за одиницю робочого часу. Зростання продуктивності праці відбувається виключно в умовах вдосконалення технологій, засобів виробництва і організації праці.

Прожитковий мінімум – набір товарів та послуг, який вважається достатнім для задоволення основних матеріальних, духовних і культурних потреб членів родини.

Пропозиція – готовність виробників постачати на ринок нові товари та послуги.

Реальна заробітна плата – кількість товарів та послуг, які працівник може придбати на свій грошовий заробіток.

Рента – вид доходу від землі, не пов'язаний із трудовою чи підприємницькою діяльністю. **Рентабельність** – прибутковість підприємства.

Рентні відносини – складова частина аграрних відносин, які виникають з приводу розподілення додаткового продукту, створеного на землі.

Ринкова рівновага – відповідальність між обсягом і структурою попиту та пропозиції.

Ринкова ціна – фактична ціна, яка встановлюється на ринку під впливом кон'юнктури, тобто співвідношення попиту і пропозиції.

Ринок – це сукупність економічних відносин, що виникають між виробниками і споживачами у процесі вільного еквівалентного обміну виробленими благами (послугами), який організований за законами товарного виробництва і грошового обігу.

Світове господарство – сукупність країн – учасників міжнародного поділу праці.

Синдикат – це об'єднання низки підприємств однієї галузі промисловості, учасники якого зберігають власність на засоби виробництва але втрачають власність на вироблений продукт, тобто зберігають виробничу, але втрачають комерційну самостійність. Реалізація та збут товарів здійснюється загальною збутовою конторою.

Система національних рахунків – це система взаємопов'язаних показників і класифікацій, які використовуються для описування та аналізу найзагальніших результатів і аспектів економічного процесу на макрорівні.

Система соціального захисту – сукупність суспільних гарантій і заходів, що забезпечують нормальні умови матеріального і духовного життя громадян.

Собівартість продукції – це витрати підприємства на виготовлення продукції у грошовій формі.

Тарифна ставка – кількісна міра ціни праці робітника найнижчого розряду.

Теорія граничної корисності – теорія маржинальної економічної школи, яка стверджує, що ціна товару визначається його суб'єктивною корисністю для споживача.

Товар – це продукт праці, який виготовляється для обміну на ринку та є предметом купівлі-продажу.

Товарне виробництво – це така форма організації суспільного господарства, за якої продукти виробляються економічно відособленими виробниками, котрі спеціалізуються на виготовленні певного продукту, продажу на ринку. При цьому продукти праці, якими вони обмінюються, стають товарами.

Трансфертні платежі – виплата фізичним або юридичним особам певної кількості грошей (або передача товарів та послуг), які мають компенсаційне призначення або являють собою певну матеріальну допомогу згідно із діючим законодавством.

Трест – галузеве об'єднання акціонерних підприємств під фінансовим контролем одного підприємства, яке утримує контрольний пакет акцій цих підприємств.

Фази циклу: криза, депресія, пожвавлення, піднесення. Криза – це економічна катастрофа, яка характеризується шоківим станом усієї економіки. Депресія – це застійний після шоківий стан економіки. Пожвавлення характеризується поступовим економічним зростанням на основі застосування нової техніки і

технології. Піднесення – це економічне зростання, що перевищило рівень попереднього циклу.

Фактори виробництва (виробничі ресурси) – сукупність ресурсів, які використовуються в процесі виробництва.

Фінанси – система економічних відносин, які виникають в процесі створення та використання грошових ресурсів, вони складаються з фінансів держави, фінансів підприємств, фінансів населення.

Фірма – це складне об'єднання матеріальних і людських ресурсів, відповідним чином організованих та скоординованих з метою виробництва певних благ.

Холдинги – монополістична пірамідальна структура фінансової (холдингової) залежності акціонерних підприємств на чолі з трастовими та інвестиційними компаніями.

Централізація капіталу – добровільне або примусове злиття окремих (індивідуальних) капіталів.

Цикл – період між двома кризами.

Ціна – грошовий вираз вартості товару. Її формування знаходиться під впливом ціноутворюючих факторів: вартості і споживної вартості товару.

Ціна землі (ЦЗ) – це кількість грошей, яка приносить банківський процент, що дорівнює ренті

Ціна рівноваги – фактична ринкова ціна, яка утворюється шляхом набування відповідності попиту і пропозиції.

Час обороту капіталу – сума часу, протягом якого вся авансована вартість проходить процес виробництва та обігу.

Чек – цінний папір певної форми з наказом власника рахунка в кредитній установі (чекодавця) виплатити пред'явникові чека суму, зазначену в ньому. Чеки бувають іменні – на конкретну особу, та ордерні – на пред'явника.

Чистий експорт (ЧЕ) – сальдо платіжного балансу країни.

Чистий національний продукт (ЧНП) – реальний річний об'єм виробництва та послуг суспільства, який за вартісним змістом відповідає новоствореній вартості в усіх галузях економіки. $ЧНП = ВВП - A$.

Якість життя – сукупність суспільних і природних умов, в яких існує людина: рівень та якість споживання матеріальних і духовних благ, стан навколишнього середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ТА РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Базилевич В.Д., Базилевич К.С., Баластрик Л.О. Макроекономіка: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2007.
2. Базилевич В.Д., Базилевич К.С., Баластрик Л.О. Макроекономіка: Підручник. К.: Знання, 2004.

3. Базилінська О. Макроекономіка: Навчальний посібник для студентів вузів. – К.: Центр навчальної літератури, 2005.
4. Башнянин Г.І., Лазур Б.Ю. Політична економія. Підручник. – К. – 2000.
5. Білецька Л.В., Білецький О.В., Савіч В.І. Економічна теорія: Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005.
6. Білецька Л.В., Білецький О.В., Савіч В.І. Фінансовий словник. вид."Знання". – К., 2000.
7. Білоус О.Г. Економічна система глобалізму. – К.: КНЕУ, 2003.
8. Боброва В.Я. Основи ринкової економіки і підприємства. – К., 2003.
9. Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчан М.І., Піча Ю.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник. Друге видання виправлене і доповнене. – К.: «Каравелла»; Львів: «Новий світ», 2001.
10. Боринець С.Я. Міжнародні валютно-фінансові відносини: підручник для студентів вузів. – К.: Знання, 1999.
11. Борисов Е.Ф. Экономическая теория: Учебник. – М.: Юристъ, 1997.
12. Бровкова Е. Г., Продиус И.П. Внешнеэкономическая деятельность. – К.: Сирин, 2000.
13. Бромберг Г. В. Інтелектуальна власність. Основний курс. – М., 2004.
14. Брукінг Е. Інтелектуальний капітал. – СПб.: Пітер, 2001.
15. Будаговська С., Кілієвич О. та ін. Мікроекономіка і макроекономіка. – К.: Основи. – 1998.
16. Бураковський І.Т. Теорія міжнародної торгівлі. – К., 1999.
17. Рибалкін В.О., Хмелевський М.О. та ін. Основи економічної теорії. – К., 2002.
18. Ватаманюк З.Г., Панчишин С.М. Економічна теорія: макро- і мікроекономіка. – К.: Видавничий дім Альтернативи, 2001.
19. Вініченко І.І., Гончаренко О.В., Дацій Н.В., Корецька С.О. Макроекономіка. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006.
20. Гальчинський А. С. Україна: поступ у майбутнє. – К.: Основи, 1999.
21. Гальчинський А. С., Єщенко П. С., Палкін Ю. І. Основи економічної теорії: Підручник. - К.: Вища школа, 1995.
22. Гальчинський А. Теорія грошей. – К.: Основи, 1998.
23. Гальчинський А.С., Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Основи економічних знань. – 2-ге вид. – К.: Знання-Прес, 2003.
24. Геєць В.М., Семиноженко В.П. Інноваційні перспективи України. – Х.: Константа, 2006.
25. Герчикова І. Н. Международные экономические организации. – 2001.
26. Гіль С.Є., Дудник О.А., Єфремова Л.В., Горобинська М.В., Приймак Л.І., Серіков О.Ф. Державне регулювання економіки. Навчальний посібник. Ч. 1. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2002.
27. Гончаров Ю., Касич А. Науковий потенціал як фактор розвитку інноваційно-інвестиційної системи України // Економіка України. – 2007. – №3. – С. 42 -51.

28. Грегори Мэнкью. Принципы экономики. – С-П., 1999.
29. Гриценко А.А., Кричевська Т.О. Середньострокова монетарна стратегія: зарубіжний досвід та основні засади формування в Україні./ Ін-т економіки та прогнозування. – К., 2006.
30. Грішнова О.А. Людський капітал формування в системі освіти і професійної підготовки. – К.: Знання, 2001.
31. Дахно І.І. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. – К.: МАУП, 2003.
32. Дахно І.І., Бовтрук Ю.А. Міжнародна економіка. – К.: МАУП, 2002.
33. Державне регулювання економіки: Навч. посіб. / С.М. Чистов, А.Є. Никифоров, Т.Ф. Куценко та ін.. – Вид. 2-ге, доопрац. і допов. – К.: КНЕУ, 2004.
34. Дідківська Л.І., Головка Л.С. Державне регулювання економіки – К.: Знання, 2004.
35. Доброва Т.Г., Михайлик В.Б. Основи економічної теорії: Учбовий посібник для іноземних студентів. – Одеса, ПДПУ, ОДНМА, 2007.
36. Добрынин А.И., Журавлёва Г.П. Общая экономическая теория. – СПб.: Питер. 2001.
37. Доленко Л.Х., Горняк О.В. Економіка підприємства: Навчальний посібник. – Одеса. «Астропринт», 2001.
38. Дядкова Н. Про заходи щодо підвищення результативності роботи міністерства праці та соціальної політики // Україна: аспекти праці. – 2005. – № 2.
39. Економічна теорія. Посібник вищої школи (Воробйов Є.М., Гриценко А.А., Лісовицький В.М., Соболев В.М.) / Під заг. ред. Воробйова Є.М. – Харків – Київ, 2003.
40. Економічна теорія. Посібник вищої школи (Воробйов Є.М., Гриценко А.А. та ін.) / Під заг. ред. Воробйова Є.М. – Харків-Київ, 2001.
41. Економічна теорія / За редакцією В. М. Тарасевича. – К., 2006.
42. Економічна теорія: Курс лекцій / За ред. Комарницького І.Ф. – Чернівці: Рута, 2006.
43. Економічна теорія: макро- і мікроекономіка: Навч. посіб. / За ред. З. Ватаманюка, С. Панчишина. – К., 2001.
44. Економічна теорія: Навч. посібник / За ред. В.О. Білика, П.Т. Саблука; 4-е вид., перероб. та доп. – К.: ННЦ ІАЕ, 2004.
45. Економічна теорія: Підручник / За ред. В.М. Тарасевича. – Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2005.
46. Економічна теорія: Підручник / За ред. В.М.Тарасевича. – Київ: - 2006.
47. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2006.
48. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання-Прес, 2001.
49. Економічна теорія: Політична економія: Підручник. – 2-ге вид./ За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання-Прес, 2003.

50. Єщенко П.С., Палкін Ю.І. Сучасна економіка: Навчальний посібник. – К.: Вища школа., 2005.
51. Задоя А.А., Петруня Ю.Ф. Основы экономической теории: Учебное пособие. – 2-е изд., испр. – М.: Рибари, 2002.
52. Запоточний І.В., Захарченко В.І. – Державне регулювання регіональної економіки / За заг. ред. д.е.н., проф. Захарченка В.І. – Харків – Львів – Одеса: ТОВ «Одіссей», 2003.
53. Злупко С.М., Радецький Й.І. Людський потенціал, зайнятість і соціальний захист населення в Україні: Навчальний посібник. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2001.
54. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. – М.: Логос, 2000.
55. Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации: Учебное пособие. Под ред. Гапоненко А.Л., Орловой Т.М. – Издательский Дом «Социальные отношения», 2003.
56. Михасюк І., Мельник А., Крупка М., Залога З. Державне регулювання економіки / За ред. д-ра екон. наук, проф. акад. АН Вищої школи України І.Р. Михасюка. – Львівський національний університет ім. І. Франка. – Львів: «Українські технології», 1999.
57. Іванова О.Л. Соціальна політика: теоретичні аспекти. – К.: Академія, 2003.
58. Кандиба А.Н. Світова економіка, міжнародні відносини та зовнішньоекономічна діяльність. – К., 1996.
59. Карлін М.І. Фінанси України та сусідніх держав: Навч. посіб. – К.: Знання, 2007.
60. Киреев А.П. Международная экономика: Учеб. пособие для ву-зов: В 2 ч. – М.: Междунар. Отношения. – 2000.
61. Ковальчук А.Т. Банки. Кредит. Фінанси: Законодавчо-правовий вимір. – К.: Парламентське видання, 2004.
62. Ковальчук Г.О., Мельничук, В.Г., Огнев'юк В.О. Економіка.– К., 2003.
63. Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини. Навчальний посібник. – К.: 2000.
64. Козюк В.В. Монетарна політика в глобальних умовах. – Тернопіль, 2007.
65. Колесников О.В. Ціноутворення: Навч. посібник – К.: Центр навчальної літератури, 2006.
66. Комісарук М.П. Макроекономіка: курс лекцій. Коломия. – 1999. – С. 8-13.
67. Кредісов Л.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю. – К., 1998.
68. Крупка М.І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України: Монографія. – Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2001.
69. Кулішов В.В., Гаврилко П.П. Основы экономических знаний. Підручник для студентів вищих закладів освіти. – Львів: «Магнолія Плюс»; видавець СПДФО «В.М.Піча», 2005.
70. Кульчицький Б. Економічні системи суспільства. – Львів. – 2003.
71. Курс экономической теории: учебник. – Киров: "АСА", 2004.
72. Левіна І.В. Інституціональні фактори відтворення інтелектуального

- капіталу // Наукові праці Дон. НТУ. – 2005. – Вип. №103 – 3. – С.134 - 137.
73. Леоненко П.М. та ін. Теорія фінансів: Навчальний посібник, за загальною редакцією О.Д.Василенка. – К., 2005.
 74. Лібанова Є.М. Ринок праці: Навч. посіб. – К.: ЦНЛ, 2003.
 75. Лісовий А.В. Основи мікроекономіки: Курс лекцій. – К.: ЦНЛ, 2003.
 76. Макогон Ю.В., Медведкіна Є.О., Рибаченко К.В. Монетарна політика України в умовах глобального економічного зростання: Монографія / За наук.ред. Ю.В.Макогон. – Донецьк: ДонНУ, 2007.
 77. Макуха С.М. Міжнародні господарські зв'язки країн із перехідною економікою в умовах глобалізації. – Х.: Право, 2005.
 78. Макуха С.М. Україна в міжнародних економічних відносинах в умовах глобалізації. – Х.: Легас, 2003.
 79. Малиновська О. Україна, Європа, міграція. – К.: "Бланк-Прес", 2004.
 80. Малиш Н.А. Макроекономіка: навч. посіб. – 2-ге вид., випр. – К.: МАУП, 2004.
 81. Мельник А.Ф. – Державне регулювання економіки. – К.: Знання, 2004.
 82. Михайлушкин А. И. Экономика. – М.: Высш. шк., 2004.
 83. Михасюк І., Мельник А. Державне регулювання економіки. – Л.: Українські технології, 2003.
 84. Морозова Т.Г., Пукулькина А.В. Государственное регулирование экономики и социальный комплекс. – М.: Финстатинформ, 2001.
 85. Мочерний С.В., Устенко О.А. Економічна енциклопедія. – Тернопіль. – Т. №1-3. – 2002.
 86. Мочерний С.В. Економічна теорія. Посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2003.
 87. Мочерний С.В. Основи економічних знань. – К., 1996.
 88. Мочерний С.В. Політична економія: навч. посібник – К.: Знання-Прес, 2002. – С. 322.
 89. Мочерний С.В. та ін. Короткий курс економічної теорії: Навчальний посібник. – Тернопіль: Економічна думка, 2004.
 90. Мочерний С.В., Устенко О.А. Основи економічної теорії: Навч. посібник. – Вид. 2-ге, доповн. – К.: ВЦ «Академія», 2006.
 91. Нежиборець В. Теоретичні та практичні передумови довгострокового і середньострокового інноваційного прогнозування в економіці України // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2007. – № 2. – С. 40 – 46.
 92. Ніколаєнко С. Національна інноваційна система України: формування та проблеми реалізації // Інтелектуальна власність. – 2007. – № 6. – С. 13 – 19.
 93. Ніколенко Ю.В. Демківський, Фещенко В.В. та ін. Суспільне виробництво. Ринкова економіка. – К.: Либідь, 1994.
 94. Новіков В. Потенціал стабільної соціальної політики // Україна: аспекти праці. – 2005. – № 1.
 95. Новіцький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України. – К., 2003.
 96. Носаченко І.М. Зовнішньоекономічні аспекти ринкової економіки. – Львів, видавництво "Світ", 2000.

97. Омелянович Л.А., Папалка А.А., Орлова В.А. Податки і податкові системи. – Донецьк: ДУЕТ ім. Тугана-Барановського, 2002.
98. Опарін В.М. Фінанси (Загальна теорія): Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001.
99. Основи економічної теорії. Політекономічний аспект. – КНУ ім. Т.Г.Шевченка. – 2009.
100. Основи економічної теорії: підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко. – Х.: Право, 2010. – 448 с.
101. Основи економічної теорії. Посібник за ред. Мочерного С.В. – К.: Академія, 1998.
102. Основи економічної теорії: Підручник / За заг. ред. Л.С. Шевченко. – Х.: Право, 2008.
103. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. В.А. Предборського. – К.: Кондор, 2002.
104. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. Ю.В.Ніколенко. – К.: ЦНЛ, 2003.
105. Основи економічної теорії: Підручник. – К.: ЦУЛ., 2003.
106. Основи економічної теорії: політ економічний аспект / За ред. Г.Н. Климка. – 4-те вид. – К.: Знання-Прес, 2003.
107. Основы экономической теории: Учебник / А.А. Чухно, П.С. Ещенко, Г.Н. Климко и др.; Под ред. А.А.Чухно. – К.: Высшая школа., 2001.
108. Основы экономической теории: учебное пособие / За об. ред. Горняк О.В., Доленко Л.Х. – Одиссей, 2005.
109. Офіційний сайт „Міністерства фінансів України”(www.rada.kiev.ua)
110. Пантин В.И. Циклы и волны глобальной истории. Глобализация в историческом измерении. – М., 2003.
111. Панчишин С.М. Макроекономіка: Навчальний посібник. – К.: Либідь, 2001.
112. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення: Опорний конспект лекцій. – Львів, 2004.
113. Політекономія: Навч. посіб. / За заг. ред. Г.А. Оганяна. – К.: МАУП, 2003.
114. Посталовський Р.М., Мотусевич М.К. Теорія економіки. – К.: НМЦВО, 2004.
115. Прыкин Б.В. Глобальная экономика – ключ к самосохранению. Деятельность эколого-экономических систем. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003.
116. Радіонова І.Ф. Загальна економіка. – К. – 2007.
117. Романенко О.Р. Фінанси: Підручник: – К.: Центр навчальної л-ри, 2006.
118. Саблук П.Т. Аграрна економіка і політика в Україні: підсумки минулого та погляд у майбутнє. Науково-популярні нариси у трьох томах. Т.ІІ Аграрна економіка в умовах демократичного державотворення. – К.: Інститут аграрної економіки УААН, 2001. – 484с.
119. Савченко А. Г. Макроекономіка: Підручник. – К.: КНЕУ, 2005.
120. Скаленко О. Глобальні резерви поступу (Інформація + інтелект +інновації). – К.: Основа, 2002.

121. Сорос Дж. Криза глобального капіталізму. – К., 1999.
122. Сорочинський Ю. Цілі державного управління інноваційною діяльністю // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2006. – №2. – С. 57 - 62.
123. Соціальний захист як ознака цивілізаційного суспільства. – Віче. – 2005. – №5.
124. Спікер П. Соціальна політика : теорії та підходи. – К.: Фелікс, 2004.
125. Статистичний збірник. Регіони України // За редакцією О.Г. Осауленка. Ч-1.– К. – 2006. – 511 с.
126. Стиглиц Дж. Глобализация: тревожные тенденции. – М., 2003.
127. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки) “Шляхом Європейської інтеграції” – Авт. кол.: А.С. Гальчинський, В.М. Геєць та ін.; Нац. ін-т стратег. дослідж., Ін-т екон. прогнозування НАН України, М-во економіки та з питань європ. інтегр. України. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004.
128. Тарасевич В.М. Економічна теорія. – К., 2006. – 780 с.
129. Теоретическая экономика. Политэкономия: Учебник / Под. ред. Г.П. Журавлёвой, Н.Н. Мильчаковой. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997.
130. Теоретическая экономика. Политэкономия: Учебник / Под. ред. Г.П. Журавлёвой, Н.Н. Мильчаковой. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997.
131. Уразов А.У., Маслак П.В., Саух І.В. Основи економічної теорії. – К., 2005.
132. Филип Котлер. Маркетинг менеджмент. – С-П., 1999.
133. Фишер С., Доридуш Р., Шмалензи К. Экономика. – М., 1993.
134. Чепінога В.Г. Основи економічної теорії: Навч. посіб. – К.: Юрінком-Інтер, 2003.
135. Чистов С.М., Никифоров А.Є. Державне регулювання економіки. – К.: КНЕУ, 2000.
136. Шахмалов Ф. Государство и экономика (власть и бизнес). – М.: ОАО "Издательство Экономика". – 1999. – 234с.
137. Шевченко Л.С. Основи економічної теорії. –Харків. – 2008.
138. Щекович О.С. Ефективність використання бюджетних коштів підприємствами агропромислового комплексу // Матер. VII Міжнар. наук. практ. конф. „Наука і освіта ’2004”. – 2004. – Т. 16. – С. 75-76.
139. Экономическая теория: Учебник / Под общ. ред. акад. В. И. Видяпина, А. И. Добрынина, Г. П. Журавлевой, Л. С. Тарасевича. – М.: ИНФРА-М, 2002.
140. Юрчишин В.В. Науково-методологічні та організаційні основи розвитку системи управління аграрним сектором економіки // Економіка АПК. – 2003. – № 1. – С. 17-25.
141. Юхименко П.І. Становлення і розвиток монетарної концепції: історико-економічний аналіз. Монографія. – К.:ІАЕ УААН, 2003.
142. Яроцька Т.Р."Основи економічної теорії". – Одеса, 2004.

Інформаційні ресурси

1. Економіка України. Політико-економічний журнал. www.nbu.gov.ua
 2. Економіка України. <http://www.economy.com.ua/>
 3. Державна служба зайнятості. <http://www.dcz.gov.ua/control/uk/index>
- Державний комітет статистики. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	3
Розділ І. ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	

СУСПІЛЬСТВА.....	5
Тема 1. Економічна теорія, як наука.....	5
1. Зародження та основні етапи розвитку економічної теорії. Сучасні економічні теорії.....	5
2. Предмет, структура, метод, функції економічної теорії.....	10
3. Економічні закони та категорії. Місце економічної теорії в системі економічних наук.....	13
Тема 2. Форми організації суспільного виробництва. Гроші.....	16
1. Форми суспільного виробництва	16
2. Товар і його властивості. Двоїстий характер праці, втіленої у товарі. Величина вартості товару і фактори впливу на неї. Закон вартості.....	18
3. Форми вартості. Суть грошей та їхні функції. Теорії грошей. Сучасні гроші.....	21
Тема 3. Виробництво як ядро економічної системи.....	29
1. Теорія виробництва та його факторів. Інформація як ресурс.....	29
2. Безмежність потреб та обмеженість ресурсів – проблема економічного вибору. Загальні проблеми економіки.....	33
3. Технологічний вибір в економіці. Крива виробничих можливостей.....	36
Тема 4. Економічні системи суспільства. Власність в економічній системі	40
1. Періодизація суспільного економічного розвитку.....	40
2. Сутність економічної системи. Типи економічних систем.....	41
3. Поняття власності. Типи, форми і види власності та роль в економічній системі.....	45
4. Становлення та розвиток постіндустріального суспільства.....	48
Розділ II. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	53
Тема 5. Ринок як форма організації суспільного виробництва. Види ринків та їх інфраструктура.....	53
1. Ринок: сутність, функції, класифікація.....	53
2. Суть та функції ринкової інфраструктури.....	55
3. Об'єкти ринкової інфраструктури, що обслуговують різні ринки.....	56
Тема 6. Механізм функціонування ринкової економіки.....	61
1. Попит, закон попиту і чинники впливу на нього. Еластичність попиту.....	61
2. Пропозиція, закон пропозиції, чинники впливу. Еластичність пропозиції.....	66
3. Ринкова рівновага: встановлення рівноважної ціни.....	67
4. Конкуренція та її роль у ринковій економіці. Монополія. Антимонопольне законодавство.....	70
Розділ III. МІКРОЕКОНОМІКА (АНАЛІЗ РИНКОВОЇ ПОВЕДІНКИ).....	70
Тема 7. Теорія поведінки споживача.....	76

1. Корисність і попит. Закон спадної граничної корисності.....	76
2. Споживчий вибір і бюджетні обмеження. Правило максимізації корисності.....	78
3. Крива байдужості, її суть і побудова. Карта кривих байдужості. Гранична норма заміщення.....	80
4. Рівновага споживача.....	82
Тема 8. Підприємство як об'єкт економічного аналізу. Основи менеджменту та маркетингу в підприємницькій діяльності.....	85
1. Підприємство: сутність, функції, форми, види.....	85
2. Нові види підприємницької діяльності. Інноваційна діяльність підприємств.....	88
3. Менеджмент – ефективне управління фірмою.....	92
4. Основи маркетингового управління. Бізнес-план.....	94
Тема 9. Капітал. Витрати виробництва і прибуток.....	100
1. Капітал як матеріальна основа підприємницької діяльності.....	100
2. Суть, види і структура витрат. Собівартість продукції.....	106
3. Прибуток і рентабельність. Норма прибутку. Максимізація прибутку....	109
4. Ціна в ринковій економіці, її види та функції.....	112
Тема 10. Теорія інтелектуального виробництва. Інтелектуальний капітал	117
1. Теоретико-методологічні засади дослідження інтелектуального капіталу. Людський капітал.....	117
2. Функціонування інтелектуального капіталу в економіці України.....	120
3. Економіка інтелектуальної власності.....	123
4. Зарубіжний досвід стимулювання розвитку інтелектуального капіталу і перспективи його застосування в економіці України.....	127
Тема 11. Підприємництво в аграрній сфері.....	132
1. Аграрні відносини та власність у сільському господарстві. Рентні відносини.....	132
2. Ринок земельних ресурсів. Ціна землі.....	135
3. Державна політика регулювання і підтримки сільського господарства...	137
Практична частина семінарських занять.....	143
Тести з курсу «Мікроекономіка».....	147
Додаток №1 «Макет бізнес-плану».....	159
ПРОГРАМА З КУРСУ «ЕКОНОМІКА».....	176
СЛОВНИК ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ.....	182
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ТА РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	190