

І.Ф. Радіонова

ЕКОНОМІКА

11

**РІВЕНЬ СТАНДАРТУ,
АКАДЕМІЧНИЙ РІВЕНЬ**



УДК 33(075.3)

ББК 65.01я7

Р 15

Автор

І.Ф. Радіонова, доктор економічних наук, професор

Рецензенти:

Інститут економіки та прогнозування НАН України

Інститут педагогіки НАПН України

Рекомендовано Міністерством освіти і науки,

молоді та спорту України

(наказ № 235 від 16.03.2011 року)

**ВИДАНО ЗА РАХУНОК ДЕРЖАВНИХ КОШТІВ
ПРОДАЖ ЗАБОРОНЕНО**

Радіонова І.Ф.

Р 15 Економіка (рівень стандарту, академічний рівень). 11 клас /

І.Ф. Радіонова. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2011. – 176 с.

ISBN 978-966-496-194-0

Цей підручник є переможцем Всеукраїнського конкурсу рукописів підручників з економіки для учнів 11-х класів загальноосвітніх закладів. У ньому пояснюються основи економічного життя суспільства та ринкової економіки, організації підприємницької діяльності, державного регулювання економіки та міжнародних економічних відносин.

Призначений для учнів 11 класів, осіб, що готуються продовжити вивчення економіки, фінансів, міжнародних відносин, права у вишах, та для усіх, хто цікавиться економікою.

УДК 33(075.3)

ББК 65.01я7

ISBN 978-966-496-194-0

© І.Ф. Радіонова, 2011

© «Аксіома», 2011

ntth:11snci'nizpidruc.ucoz.ru/

ВСТУПНЕ СЛОВО ДО УЧНІВ

Шановні друзі, маю назвати кілька причин для усвідомлення того, що вивчення економіки стане у величезній пригоді у вашому житті.

По-перше, розуміння економічних законів, дію яких не можна скасувати, так само як і законів фізики чи біології, робить нас сильнішими. Адже коли ми, наприклад, знаємо причини і наслідки інфляції, то нам легше пристосуватися до зростання цін, а коли розуміємо, як виникають економічні кризи, то можемо знайти способи швидшого виходу з них.

По-друге, знаючи закони економіки, ми можемо запобігти непотрібним втратам грошей і часу. Адже втрати – це плата за незнання та невміння. Люди, які, скажімо, спокушаються великими процентами за банківськими депозитами, часто розплачуються втратою власних заощаджень за те, що не знають, з чого виникає процент.

По-третє, економічна наука пояснює, як діяти у світі обмежених ресурсів. Якщо прислухатися до її порад щодо пошуку найліпшого з можливих варіантів використання природних багатств, то можна повніше реалізувати надані кожному з нас природою і суспільством можливості і здібності.

Нарешті, по-четверте, життя в суспільстві вимагає від кожного вміння відрізнити правду від неправди, робити правильний громадянський вибір. Неосвічена людина лише покладається на інтуїцію, освічена – порівнює та аналізує. Наше ставлення до політиків і урядовців має спиратися на розуміння ролі держави в економіці, на усвідомлення того, що держава справді може, а чого не може попри всі обіцянки.

У цьому підручнику пояснюються основи економіки. Заклавши підвалини, можна просуватися далі, поглиблюючи знання про те, як працює національна та світова економіка.

Для успішного засвоєння курсу потрібна ваша співпраця з учителями та батьками, котрі допоможуть вам зрозуміти визначення, приклади та наведені факти, розв'язати задачі.

Тож зичу вам усіляких гараздів та успішного опанування всіх десяти тем підручника.

Автор професор Ірина Радіонова

РОЗДІЛ 1

ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОГО ЖИТТЯ СУСПІЛЬСТВА

Тема 1. Взаємозв'язки економічних процесів та явищ

 Після вивчення теми ви знатимете

- що вивчає економічна наука;
- кому потрібні економічні знання;
- хто бере участь в економічних відносинах та з приводу чого вони виникають;
- які ресурси використовує людство для виробництва та задоволення потреб;
- що таке виробництво та чим сучасні технології виробництва відрізняються від тих, що існували раніше;
- чому важливо використовувати виробничі ресурси ефективно та як визначається економічна ефективність;
- що таке економічний кругообіг.

1.1. Що вивчає економічна наука

Економічна наука вивчає *господарське (економічне) життя людей, об'єднаних у суспільство*. Вияви цього життя ми бачимо повсякчас, часто беручи в ньому безпосередню участь.

Наприклад, вулицями міста проїжджають машини, що везуть цемент, залізобетонні конструкції, вікна тощо для новобудов. Це – вияв виробничої діяльності (*виробництва*) у сфері будівництва.

Майже щодня кожен з нас відвідує крамниці різних торговельних мереж – «Сільпо», «ДЦ», «Фокстрот» тощо. Купуючи там товари, ми стаємо учасниками обміну грошей на продукти та послуги.

Щороку у Верховній Раді України – Парламенті – ухвалюється Державний бюджет. Парламентарі обговорюють питання про те, скільки коштів виділити на освіту, медицину, заклади культури, армію, суди тощо. У цьому разі ми спостерігаємо відносини *розподілу* доходів зібраних у державному бюджеті.

Коли родина кладе гроші на банківський депозит, маємо приклад *використання* раніше одержаних доходів як заощаджень.

У кожному з чотирьох розглянутих випадків ішлося про окремі вияви господарського життя, яке передбачає наявність економічних ресурсів – матеріалів, виробничих потужностей, грошових коштів тощо. При цьому зазначимо, що всі економічні ресурси є *обмеженими*. Адже коли будівельні матеріали використовуються на одній новобудові, то вони не можуть бути використані на іншій. Або, якщо гроші витрачаються покупцем на придбання прального порошку в крамниці «ДЦ», то вони вже не можуть бути витраченими на купівлю тістечок у «Сільпо». А парламентарі, ухвалюючи рішення, скажімо, про збільшення видатків бюджету на заклади освіти, мусять визначити, які інші статті видатків державного бюджету мають при цьому зменшитися. Нарешті, якщо родина заощаджує кошти, поклавши їх на банківський депозит, то це означає, що вона свідомо обмежує своє споживання.

Оскільки всі економічні ресурси обмежені, то найважливішою проблемою господарського (економічного) життя є розподіл їх у такий спосіб, щоб якнайліпше, найповніше задовольнити потреби.

Економічна наука якраз і допомагає вирішувати проблему *розподілу обмежених ресурсів*. Принагідно зауважимо, що потреби людей *безмежні* – вони змінюються і зростають. Їхня безмежність спричиняється невгамовним бажанням людей поліпшувати споживання, робити різноманітнішим і змістовнішим власне життя.

Отже, *предметом* економічної науки є обґрунтування способів розподілу обмежених ресурсів, завдяки якому забезпечується найліпше, найповніше задоволення потреб. При цьому наука пояснює, як має функціонувати економіка, якими є її основні закони, якими правилами повинні керуватися люди в господарській діяльності, що таке раціональна поведінка, як розв'язувати економічні проблеми.

1.2. Кому потрібні економічні знання

Економічні знання потрібні кожній людині і суспільству в цілому. Основні результати застосування економічних знань у житті людини та суспільства подані на схемі 1.1.



Схема 1.1

Значення економічної науки для суспільства та окремої людини

Пояснення до схеми

Економічні знання потрібні урядам країн. Адже лише розуміючи, як функціонує економіка, можна розробляти *економічну політику*, тобто ухвалювати рішення про основні напрями економічного розвитку, про конкретні економічні програми та забезпечення їх ресурсами.

Поінформованість громадян країни з різних питань, у тому числі про те, як працює економіка, є передумовою створення демократичного суспільства. У такому суспільстві громадяни стають учасниками ухвалення найважливіших рішень, а влада несе відповідальність перед обізнаними громадянами за свої дії.

Економічні знання потрібні кожній людині. Обираючи професію, людина повинна не тільки керуватися власними вподобаннями, а й розуміти, які професії і чому матимуть попит. У цьому їй може допомогти розуміння економічних законів.

Лише людина, котра знає, як функціонує економіка, здатна започаткувати власну справу і керувати нею. Тому економічні знання є запорукою успішного ведення власного бізнесу.

Обізнаність в економічній сфері допомагає людині приймати раціональні рішення. Раціональність означає вибір найліпшого з можливих варіантів під час влаштування на роботу, розподілу доходів і часу, придбання речей тощо.

1.3. Хто бере участь в економічних відносинах та з приводу чого вони виникають

Учасників економічних відносин називають **економічними суб'єктами**. У чотирьох прикладах, раніше наведених нами, такими суб'єктами були:

- виробники (будівельні організації) і споживачі (замовники житла);
- продавці (крамниці різних мереж торгівлі) і покупці продукції;
- урядовці, що розподіляють бюджет, і громадяни, які користуються бюджетними коштами;
- власники грошей і фінансові установи – банки, які приймають гроші на депозитні рахунки.

Крім того, суб'єктами економічних відносин можуть бути:

- домашні господарства (родини) – власники виробничих ресурсів і підприємці – користувачі цих ресурсів;
- працедавці, що наймають на роботу, і наймані працівники;
- власники землі, нерухомості та орендарі, що беруть землю та нерухомість у користування;
- платники податків та органи фінансової влади;
- кредитори та боржники тощо.

Наскільки складним є економічне життя суспільства, настільки різні економічні суб'єкти-учасники цього життя, що вступають в економічні відносини.

Те, з приводу чого виникають економічні відносини, називають **об'єктами економічних відносин**. У наведених нами прикладах такими об'єктами були:

- готові продукти (житло, товари в мережах роздрібної торгівлі);
- доходи державного бюджету або окремої родини.

Крім того, об'єктами економічних відносин можуть бути:

- матеріальні виробничі ресурси (земля, машини, устаткування, обладнання);
- фінансові ресурси (банківські кредити, кошти інвестиційних, страхових, пенсійних фондів);
- прибутки підприємців тощо.

1.4. Які ресурси використовує людство для виробництва та задоволення потреб

У сучасній економіці створюються десятки мільйонів різних видів товарів – продуктів та послуг. Тому й кількість використовуваних ре-

сурсів має бути не меншою. Але для того щоб зрозуміти, як працює економіка, усі ресурси об'єднують у великі групи. Вони наведені на схемі 1.2.



Схема 1.2

Економічні ресурси

Пояснення до схеми

Земля як природний ресурс, даний людству, бере участь у господарській діяльності по-різному:

а) як операційна основа виробництва – місце, на якому розміщені виробничі споруди в обробній промисловості, будівництві тощо;
 б) як джерело мінеральних ресурсів у видобувній промисловості;
 в) як об'єкт виробничої діяльності в сільському господарстві тощо. Земля – обмежений і практично не відтворюваний ресурс, і тому потребує дбайливого ставлення користувачів і державного захисту.

Праця як економічний ресурс охоплює людей, зайнятих у виробничій (господарській) діяльності. Попри технічний прогрес, роль праці у виробництві не стає меншою. Це пояснюється, по-перше, складністю завдань, які вирішуються в сучасному виробництві для задоволення зростаючих потреб. По-друге, інтелектуалізацією праці, тобто зростаючими розумовими зусиллями. По-третє, високими ризиками і відповідальністю виконавців у багатьох сферах діяльності, наприклад, в атомній енергетиці, у видобутку природних ресурсів, організації повітряних перевезень тощо. Оскільки люди є носіями певних знань та навичок, культури, здатності

сприймати й утілювати в життя технічні та організаційні нововведення, то кажуть, що економічним ресурсом стає не просто праця, а **людський капітал**. Саме він відбиває рівень розвитку працівників.

❶ **Капітал** як матеріальний ресурс охоплює засоби виробництва: машини, устаткування, обладнання, транспортні засоби, будівлі споруди. Капітал як фінансовий ресурс – це кошти, якими користуються банки та інші фінансові установи, віддаючи їх у користування (як кредити) підприємцям.

❷ **Здатність до підприємництва** (до підприємницької діяльності) це спроможність започаткувати прибуткову справу й ефективно управляти нею. Не кожна людина має здатність до підприємництва, а отже, не кожна може бути підприємцем. Підприємницька діяльність крім розуміння технологій виробництва передбачає схильність до ризику, розвинену інтуїцію, вміння спілкуватись і переконувати тощо.

❸ **Інформація** – знання про потреби споживачів, ресурси, технології виробництва та управління, ціни тощо – стає найважливішим виробничим ресурсом в інформаційному суспільстві. Інформаційні технології називають суспільство, визначальною ознакою якого є комп'ютерні технології та мережні системи нагромадження і передавання інформації.

Оскільки економічні ресурси є обмеженими, то принциповим став питання про **власність** – про те, кому належать ресурси. Належність ресурсів визначає місце економічних суб'єктів у господарському житті суспільства.

Якщо людині належить тільки праця – здатність створювати певні товари та послуги, то вона може виконувати роль найманого працівника. Якщо найманий працівник до того ж володіє особливими, недоступними іншим, знаннями та інформацією, то його професійний статус і роль у господарському житті значно підвищуються.

Той, хто володіє матеріальним або фінансовим капіталом, може виконувати функції підприємця.

Держава є власником стратегічних виробничих ресурсів. До стратегічних ресурсів належать земля, її надра, водойми, автомобільні шляхи, залізниці, аеропорти. Володіння такими ресурсами визначає роль держави як гаранта економічної стабільності та національної безпеки.

Повна власність на ресурс передбачає, що економічний суб'єкт володіє, розпоряджається та користується ресурсом, керуючись влас-

ними економічними інтересами. У першу чергу такі інтереси пов'язані з одержанням максимального доходу.



Земля – найцінніший ресурс, що його має людство. Загальна площа світових земельних ресурсів оцінюється у 13400 млн га. З них лише 11%, або 1474 млн га, припадає на рілля, сади, виноградники, тобто використовується в сільському господарстві для виробництва продуктів харчування. Через недбале ставлення до землі щороку із сільськогосподарського обігу у світі вилучається приблизно 6 млн га. Якщо погіршення земельних ресурсів та їх вилучення триватимуть такими самими темпами, то через 245 років людство втратить усі землі, що використовуються сьогодні в сільськогосподарському виробництві.

1.5. Що таке виробництво та чим сучасні технології виробництва відрізняються від тих, що існували раніше

Виробництво – це діяльність людей, спрямована на створення продуктів, речей і послуг для задоволення потреб. Ця діяльність передбачає поєднання певних елементів виробництва. Коли немає хоча б одного з них, то виробництво стає неможливим. Логіка виробничого процесу та його елементи проілюстровані схемою 1.3.



Схема 1.3

Пояснення до схеми:

До елементів виробництва передусім належить власне праця – діяльність, що передбачає певну кваліфікацію працівників і навички. Крім того, до елементів виробництва належать засоби праці та предмети праці. *Засоби праці* – це машини, обладнання, інстру-

менти, виробничі споруди, транспортні засоби, нафто- та газгоони, канали, мости, за допомогою яких людина обробляє (видозмінює) предмети праці. До *предметів праці* належить усе те, що спрямована виробнича діяльність, – земля, сировина, енергії, продукти, що вже пройшли первинну переробку, наприклад метали, деревина, пластмаси тощо. Разом засоби та предмет праці формують *засоби виробництва*.

■ Елементи виробництва певним чином поєднуються. Спосіб їх поєднання називається *технологією виробництва*.

■ У результаті поєднання праці людей, засобів і предметів праці створюється продукт.

Для ілюстрації елементів виробництва звернімося до *прикладу гончарного виробництва*. Ця діяльність здійснюється на теренах нашої країни щонайменше 5 – 7 тисяч років – з часів трипільської культури.

Праця гончара – це особлива діяльність, яка передбачає не тільки фізичні зусилля, але й художні здібності. Вона спрямована на створення таких речей домашнього вжитку, які забезпечують комфорт та прикрашають житло. Засобами праці в гончарному виробництві особливий верстат – гончарне коло – та піч, в якій вироби зазнають термічної обробки.

Основним предметом праці гончара є глина, з якої створюють вироби – глечики, келихи, миски тощо.

У наведеному нами прикладі гончарного виробництва йшлося про найпростішу технологію, яка називається *ремісничою*. З використанням ремісничої технології працює ювелір, що створює каблучки та ланцюжки, годинникар, який ремонтує годинники, тощо. Ремісничі технології були провідною до промислової революції на межі XVIII–XIX століть. Сьогодні вона є, скоріше, винятком, аніж правилом для економік розвинених країн.

З XIX до середини XX століття панівною стає технологія *машинного виробництва*. Суспільство, що послуговується такою технологією, називають *індустріальним*.

Із середини XX століття вирішальна роль поступово переходить до технологій *автоматизованого виробництва*. Суспільства з переважанням технологій автоматизованого виробництва називають *постіндустріальними*.

Кожна зі згаданих технологій має свої особливості (визначальні риси), які ми навели в табл. 1.1.

Визначальні риси виробничих технологій

Технологія виробництва	Визначальні риси технологій
Реміснична	<ul style="list-style-type: none"> - ґрунтується на ручній праці - передбачає універсальні засоби праці - як рушій використовується енергія м'язів людини або тварин
Машинне виробництво	<ul style="list-style-type: none"> - вплив людини на предмети праці здійснюється з використанням системи машин - як рушій використовується парова, а пізніше – електрична енергія - розвиваються спеціалізація працівників і поділ праці, що передбачає складну систему управління виробничими колективами
Автоматизоване виробництво	<ul style="list-style-type: none"> - як засоби виробництва використовуються автомати та комп'ютери - збільшується частка людей, зайнятих створенням інформації, підтримкою засобів комунікації - основними в забезпеченні економічного зростання стають наукомісткі (такі, що передбачають постійні наукові розробки) виробництва – електронна промисловість, програмне забезпечення, телекомунікації, обчислювальна техніка - використовується атомна енергія та розробляються нетрадиційні джерела з використанням енергії сонця, земельних надр, біопалива, морських припливів тощо

1.6. Чому важливо використовувати виробничі ресурси ефективно та як визначається економічна ефективність

Усі виробничі ресурси обмежені. Деякі ресурси: земля, нафта, газ, руди металів, вугілля – взагалі не відтворюються. Тому вкрай потрібно використовувати ресурси ефективно.

У найширшому розумінні ефективність – це співвідношення результатів і витрат.

Більша ефективність досягається тоді, коли результати зростають, а витрати, навпаки, скорочуються.

Результати економічної діяльності втілюються в продуктах, призначених для задоволення потреб, а витрати пов'язані з використаними ресурсами. Ефективність можна визначити за формулою

$$E = \frac{Q}{C},$$

де E – ефективність виробництва; Q – кількість одиниць створеної продукції; C – витрати виробничих ресурсів.

Наприклад, необхідно визначити і порівняти ефективність використання праці на двох підприємствах, що виробляють однакову продукцію. На першому створено 1200 одиниць продукції та залучено до роботи 15 працівників, на другому – 1800 одиниць і 25 працівників.

Ефективність у першому випадку: $E_1 = \frac{1200}{15} = 80$ одиниць продукції на одного працівника, а в другому – $E_2 = \frac{1800}{25} = 72$.

Згідно з розрахунками більш ефективно використовується праця на першому підприємстві.

Економічну ефективність можна оцінювати як за кожним виробничим ресурсом зокрема, так і за всіма ресурсами разом.

Якщо в знаменник формули ефективності підставити кількість працівників, що брали участь у виробництві, то матимемо показник *продуктивності праці*. Коли враховується кількість одиниць використаного капіталу, наприклад верстатів, то матимемо показник *капітало-віддачі*. Якщо ж ідеться про земельні площі, використані в сільськогосподарському виробництві, то дістаємо показник *урожайності*, наприклад центнери зерна, зібрані з одного гектара.

Для оцінки ефективності за всіма виробничими ресурсами разом треба мати показники грошового виміру всіх ресурсів, склавши які, зможемо оцінити загальні витрати.



Актуальним для багатьох економік, яким бракує власних сировинних ресурсів, є питання ефективного використання саме цих ресурсів. Зокрема, Україна для забезпечення власних потреб у енергетичних ресурсах імпортує газ та нафту, ціни на які постійно зростають. Незважаючи на об'єктивні обставини, які спонукають до ефективного використання цих ресурсів, українська економіка є однією з найбільш енергозатратних, або неефективних. Якщо в середньому у світі на одиницю використаних енергетичних ресурсів припадає 5 оди-

ниць створеного в економіці продукту, то в Україні – лише 2,44 одиниці. Відповідні показники для деяких розвинених країн є такими: у Великобританії – 8,33, у Японії – 7,14, у Франції – 6,67. Отже, за показником ефективності використання енергетичних ресурсів Україна відстає вдвічі від середніх світових показників та у 2,5–3 рази від розвинених країн.

1.7 Що таке економічний кругообіг

Створений у виробництві продукт рухається далі в обміні, розподілі та споживанні. Саме цей рух і називають економічним кругообігом.

Обмін – це економічна діяльність і відповідні відносини між економічними суб'єктами, у результаті яких забезпечується просування продукту від виробника до споживача. В обміні беруть участь крамниці оптової та роздрібною торгівлі, торговельні бази тощо.

Розподіл – це економічні відносини, у результаті яких формуються доходи. Ці відносини виникають між підприємцем та найманим працівником з приводу заробітної плати; між власником грошей і банком з приводу процентів за депозитом; між власником землі й орендарем з приводу орендної плати; нарешті, між громадянами й урядом з приводу сплати податків та одержання соціальних виплат тощо.

Споживання – це економічні відносини, які опосередковують використання доходів та одержання корисності від придбаних речей і послуг.

Неперервний зв'язок виробництва, обміну, розподілу та споживання називається **економічним кругообігом**.






Спрощена схема економічного кругообігу має такий вигляд:



Схема 1.1

Економічний кругообіг

 **Пояснення до схеми**

-  На спрощеній схемі кругообігу зображено два кола взаємин основних суб'єктів економічних відносин – домашніх господарств, які є споживачами створених продуктів, та підприємців, які їх виробляють.
-  Внутрішнє коло кругообігу ілюструє перетворення (перехід) виробничих ресурсів у продукти, які пізніше стають об'єктом споживання. Передбачається, що виробничими ресурсами володіють домашні господарства, а продукти створюються за участі підприємців, які ці ресурси поєднують у виробництві. Отже, внутрішнє коло відображає зв'язок виробництва і споживання.
-  Зовнішнє коло кругообігу відбиває перехід доходів у витрати. Доходи, що формуються в розподільних відносинах, є платою за виробничі ресурси домашнім господарствам. Витрати на придбання створених продуктів домашні господарства здійснюють у процесі обміну. Тобто зовнішнє коло ілюструє зв'язок розподілу та обміну.
-  Оскільки внутрішнє і зовнішнє кола узгоджуються, то схема ілюструє взаємозв'язок виробництва, споживання, розподілу та обміну.
-  Схема є спрощеною, тому що на ній не наведені інші економічні суб'єкти, зокрема торговельні організації, фінансові установи, органи державної влади тощо.

**Підсумки теми**

- Економічна наука вивчає, як мають бути організовані виробництво, обмін продуктами праці, розподіл багатства, споживання в умовах обмежених виробничих ресурсів для якнайповнішого задоволення різноманітних потреб. Проблема розподілу обмежених ресурсів за умови найліпшого їх використання визначає предмет економічної науки.
- Дійовими особами (суб'єктами) економічних відносин можуть бути: виробники і споживачі, покупці та продавці, домашні господарства, держава, підприємці та наймані працівники, власники грошей і землі, торговці та банкіри, органи державного управління, окремі виробничі колективи та окремі працівники тощо.
- Значення економічної теорії для суспільства загалом виявляється через: а) можливість прогнозувати події та вживати запобіжних заходів у здійсненні урядової економічної політики; б) сприяння інформованості та демократизації суспільства.

- ☑ Значення економічної теорії в житті окремої людини виявляється у сприянні: а) раціональній поведінці в споживанні, використанні власних доходів та заощаджень; б) орієнтуванню у сфері бізнесу; в) правильним рішенням у виборі сфери зайнятості.
- ☑ Для виробництва та задоволення потреб людство використовує ресурси – землю, працю, капітал, здатність до підприємництва, інформацію.

Земля як економічний ресурс – це все те, що людина бере у природи для виробництва, а саме: орні землі, територію для розміщення підприємств, родовища мінеральних ресурсів, вода, ліси тощо.

Праця – це людський ресурс, залучений до виробництва, який охоплює фізичні та розумові здібності людей, їхній освітній і професійний рівень, виробничий досвід.

Капітал – це матеріальні (машини, устаткування, обладнання, транспортні засоби, будівлі та споруди) та фінансові (грошові кошти) ресурси, що належать підприємцям або іншим власникам і використовуються для створення речей і послуг. Капітал існує у процесі продуктивного використання, коли приносить своїм власникам дохід.

Особливим ресурсом є здатність до підприємництва, яка розкривається через сукупність таких здібностей людей, як уміння виявляти ініціативу в започаткуванні справи, організовувати процес виробництва, ризикувати в момент його організації чи перебудови.

Інформація – знання про потреби споживачів, ресурси, технології виробництва та управління, ціни тощо – стає найважливішим виробничим ресурсом в інформаційному суспільстві.

- ☑ Власність як економічне явище виникає з приводу виробництва, розподілу та використання створених благ, визначає те, у чиїх інтересах здійснюються економічні процеси, та віддзеркалює рівень розвитку технологій і рідкісність (обмеженість) ресурсів. Власність як юридичне явище розкривається в праві володіння, користування та розпорядження певними об'єктами.
- ☑ Виробництво – цілеспрямована діяльність людей, які мають на меті створення споживчих благ для задоволення своїх потреб.

Зміст виробництва розкривається через поєднання таких основних елементів, як праця, засоби праці та предмети праці, результатом чого є продукт. Елементи виробництва певним чином поєднуються. Спосіб їх поєднання називається технологією виробництва.

- ☑ Обмеженість ресурсів диктує визначений напрям економічної поведінки виробників, а саме: пошук раціональних способів використання наявних ресурсів і залучення нових. Ефективність можна визначити як відношення кількості одиниць створеної продукції до витрат виробничих ресурсів.
- ☑ Створений у виробництві продукт рухається далі в обміні, розподілі та споживанні (використанні). Цей рух називають економічним кругообігом.

МОЖЛИВОСТІ ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ЗНАТЬ, ЗДОБУТИХ ПІСЛЯ ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

- Уявлення про предмет економічної науки дасть змогу свідомо та творчо сприймати всі наступні теми шкільного курсу економіки, а не лише заучувати матеріал.
- Якщо ви пов'яжете свою майбутню професію з економікою, мріючи стати менеджером, бухгалтером, податковим інспектором чи банкіром, то після з'ясування того, чим є економічне життя суспільства, ви або утвердитеся у своєму бажанні, або, навпаки, змініте його.



Контрольні запитання та завдання

- 1 Доповніть наведені далі визначення, оскільки кожному з них бракує певних положень:
 - а) економічна наука вивчає, як створюються і розподіляються продукти в суспільстві;
 - б) суб'єктами економічних відносин є домашні господарства та фінансові установи (банки);
 - в) земля – це виробничий ресурс, що використовується в сільському господарстві;
 - г) визначальними рисами автоматизованого виробництва є використання комп'ютерів та наявність програмного забезпечення.
- 2 Пригадавши один день із життя вашої родини, визначте, в яких випадках її члени ставали дійовими особами (суб'єктами) економічних відносин. В які відносини (виробництва, обміну, розподілу, споживання) вступали члени вашої родини?

- 3** Земля одночасно є і засобом, і предметом праці. Запропонуйте для розгляду дві конкретні ситуації: коли земля є засобом праці і коли вона є предметом праці.
- 4** Ринкова ціна на товар визначає, що нормальними є витрати виробництва на рівні 100 одиниць. Яку технологію змушений вибрати виробник під тиском ринку?

Ресурс	Ціна одиниці ресурсу	Одиниці ресурсів у разі застосування технології		
		№ 1	№ 2	№ 3
Земля	5	6	4	5
Праця	4	10	8	15
Капітал	3	12	10	9
Здатність до підприємництва	4	1	2	1

- 5** Визначте продуктивність праці та капіталовіддачу на двох фабриках. На першій за рік вироблено 510 меблевих гарнітурів з використанням праці 15 робітників та використано 10 верстатів. На другій фабриці зроблено 150 подібних гарнітурів і працювало 5 робітників та 3 верстати.

Тема 2. Раціональна економічна поведінка споживача та виробника

👉 Після вивчення теми ви знатимете

- 👉 який споживач може вважатися раціональним;
- 👉 які потреби задовольняються створеними речами та послугами;
- 👉 як оцінюється корисність речей і послуг;
- 👉 який виробник може вважатися раціональним;
- 👉 як побудувати лінію виробничих можливостей;
- 👉 що таке альтернативна вартість;
- 👉 чому збільшення масштабів виробництва може не відповідати інтересам виробника.

👉 Раніше здобуті знання, які треба використати для засвоєння матеріалу теми

- зміст понять «виробництво» та «споживання»;
- склад виробничих ресурсів;
- перелік основних суб'єктів економічних відносин;
- формулу для розрахунку показника ефективності використання виробничих ресурсів;
- як будуються графіки з використанням конкретних даних і що означають лінії (функції), зображені на графіках.

2.1. Який споживач може вважатися раціональним

Кожен споживач прагне якнайповніше задовольнити свої потреби, одержавши від речей та послуг максимальну (найбільшу) корисність.

Корисність – це оцінка споживачем здатності речей та послуг задовольняти його потреби, забезпечуючи певний рівень їх задоволення.

Зрозуміло, що кожен споживач оцінює речі та послуги по-своєму, або, інакше кажучи, *суб'єктивно*. У демократичному суспільстві визнається і поважається право кожної людини мати власну оцінку корисності.

Наприклад, цілком природно, що одна людина віддає перевагу (тобто визнає вищу корисність) цікавій книжці, друга – модному одягу, а третя – спортивним тренуванням. Так само природною є і зміна вподобань людей протягом життя. Якщо в молодому віці люди вважають

більш значущими розваги і спілкування з однолітками, то в старшому – добробут власної родини та кар'єру. Важливо, щоб, задовольняючи власні потреби та досягаючи максимальної корисності для себе, людина не шкодила іншим, не обмежувала їхнє право на задоволення потреб.

Рациональним можна вважати лише того споживача, який здатний усвідомити власні потреби та *визначити корисність* речей і послуг, якими він ці потреби задовольняє.

Кожна людина одночасно задовольняє багато потреб – в їжі, одязі, лікуванні, пересуванні, навчанні, творчості тощо. Для кожного з нас важливо максимізувати корисність у задоволенні сукупності (набору) потреб. Тому раціональним є той споживач, який зорієнтований на досягнення найбільшої корисності від усіх споживаних речей та послуг.

Суттєвим обмеженням у задоволенні потреб є дохід споживача. Кожна спожита річ чи послуга мають ціну. Їхня сукупна вартість не може перевищувати доходу споживача. Тому раціональний споживач узгоджує власні потреби, оцінки корисності, переваги з наявними доходами.

Наприклад, дохід споживача – 200 грн. Він споживає три товари – картоплю, яблука і моркву, ціни яких відповідно становлять $P_1 = 5$, $P_2 = 10$, $P_3 = 3$. У межах наявного доходу можна придбати набір з трьох товарів у кількості: 18, 8, 10 (табл. 2.1)

Таблиця 2.1

Товари	Ціна одного товару, грн	Кількість товару, кг	Витрати на придбання товару, грн
Картопля	5	18	90
Яблука	10	8	80
Морква	3	10	30
Разом			200

Набір товарів у тих кількостях, які наведені в таблиці, є не єдино можливим. Споживачеві, зокрема, вистачить доходу, який він має, і тоді, коли придбає 9 кг картоплі, 14 кг яблук та 5 кг моркви. Головне, щоб, плануючи своє споживання, він не виходив за межі наявного доходу.

Тож з попереднього пояснення випливає, що раціональний споживач має принаймні три ознаки:

- здатність свідомо оцінювати корисність речей та послуг;
- прагнення досягати максимальної корисності в задоволенні всієї сукупності потреб;
- урахування доходу як обмежувального чинника в задоволенні потреб.

2.2. Які потреби задовольняються створеними речами та послугами

Як було пояснено в першій темі, господарське життя суспільства здійснюється заради задоволення потреб. Потреби людей надзвичайно різноманітні й ускладнюються з розвитком суспільства.

У розглянутих нами в першій темі прикладах господарської діяльності йшлося про задоволення різних потреб.

Приміром, будівельні організації задовольняють потребу в житлі. Крамниці мережі роздрібної торгівлі працюють для задоволення потреб покупців у їжі, одязі, побутових товарах і техніці. Робота урядовців пов'язана із суспільними потребами, зокрема, з розвитком освіти, науки, культури, допомогою знедоленим, забезпеченням громадського правопорядку та національної безпеки. Банки задовольняють потребу клієнтів у безпечному зберіганні (заощадженні) коштів тощо.

Потреба є виявом необхідності в певних речах та послугах. Вона відображає бажання володіти речами та мати певні послуги. У разі коли це бажання не реалізується, виникає відчуття невдоволення, ніби чогось бракує.

Кожна людина є носієм багатьох потреб у тому сенсі, що для нормального життя їй потрібно багато речей і послуг. Для ліпшого розуміння змісту, взаємозв'язку потреб та усвідомлення способів їх задоволення потреби певним чином класифікують.

Класифікація передбачає об'єднання потреб у групи за певною ознакою (критерієм). Варіанти класифікації (групування) потреб подані на схемі 2.1.



Схема 2.1

 **Пояснення до схеми**

За джерелом виникнення потреби поділяються на базові та ті, що породжені розвитком цивілізації. До базових належать потреби, що пов'язані з існуванням людини як біологічної істоти. Це потреба в їжі, що містить певну кількість калорій, вітамінів, у приміщеннях та одязі, які захищають від переохолодження, у ліках, які підтримують фізичне здоров'я, тощо.

До породжених розвитком цивілізації належать ті потреби, що пов'язані з комфортністю життя, культурою, традиціями, інтелектуальним розвитком людини. Потреби в модному одязі, комфортному приміщенні, обладнаному всіма зручностями, у сучасному медичному обслуговуванні, у відвідуванні театрів, музеїв, клубів тощо належать саме до тих, що зумовлені розвитком суспільства.

За критерієм благ (речей і послуг), якими задовольняються потреби, останні поділяються на матеріальні та духовні. Матеріальні потреби передбачають наявність речей, що мають матеріальне втілення. Це – одяг, транспортні засоби, їжа, житло тощо. Духовні потреби задовольняються послугами культури і мистецтва, освіти і науки та передбачають використання речей, для яких матеріальне втілення може не бути визначальним. Наприклад, коли ми насолоджуємося пригодницькими романами Жуля Верна або фентезі Дж. Толкіна, то для нас є другорядним, на якому папері надруковано тексти та якою є обкладинка книжки.

За способом задоволення потреби поділяють на індивідуальні та колективні. Із природи людини як особистості випливає бажання задовольняти частину потреб – в одязі, житлі, їжі – лише *індивідуально*. Інші потреби, наприклад у підтриманні громадського порядку, національній безпеці, державному управлінні, можуть задовольнятися тільки *колективно*. Існують і такі потреби, які можна задовольняти і індивідуально, і колективно, зокрема в освіті, транспортних засобах, фізичній культурі.

2.3. Як оцінюється корисність речей та послуг

Оцінка корисності окремих речей та послуг, які споживаються поспідовно, залежить від попередньо спожитого їх обсягу, або, іншими словами, від *запасу*.

Наприклад, якщо людина вже спожила першу порцію смачного морозива, то, імовірно, друга принесе їй дещо менше задоволення.

Третя порція навряд чи виявиться такою самою смачною, як друга. Четверту порцію людина споживатиме із ще меншим задоволенням. А від п'ятої взагалі може відмовитися, дбаючи про своє здоров'я.

Розрізняють оцінку корисності кожного наступного спожитого блага (продукту) та корисності певної суми благ, що споживаються послідовно. Корисність окремого споживчого блага називають **граничною корисністю**. Це, скажімо, може бути корисність четвертої або другої порції морозива. Корисність певної суми благ – трьох, п'ятьох тощо – називають **загальною корисністю**.

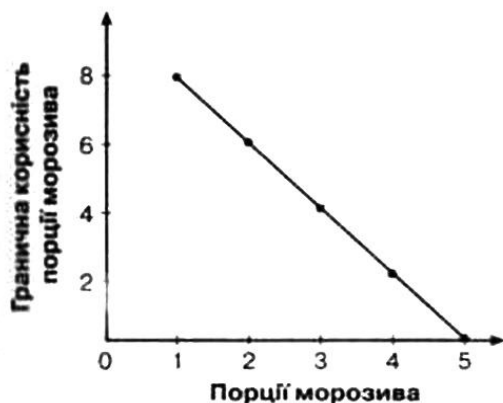
Уявімо, що споживач морозива оцінює корисність окремих порцій у балах, і подамо ці його оцінки у вигляді табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Залежність оцінки споживачем корисності від кількості спожитих порцій морозива

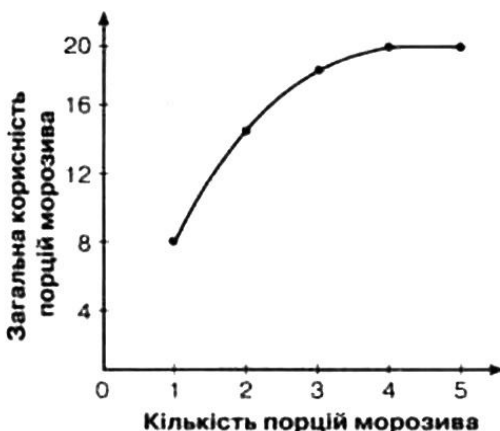
Спожиті порції морозива	Гранична корисність	Загальна корисність
1	8	8
2	6	14
3	4	18
4	2	20
5	0	20

Зобразимо дані таблиці на графіках 2.1 та 2.2.



Графік 2.1

Гранична корисність порції морозива



Графік 2.2

Загальна корисність порцій морозива

Пояснення до графіків

На графіку 2.1 зображена спадна функція. Це означає, що кожному наступному порцію морозива споживач оцінює нижче, ніж попередню.

На графіку 2.2 показана зростаюча функція. Це відбиває те, що більшу кількість порцій морозива, наприклад чотири, споживач оцінює вище, ніж меншу кількість, скажімо, три порції.

Графік 2.1 ілюструє економічний закон, який називають **законом спадної граничної корисності**. Як і будь-який інший економічний закон, він відображає суттєвий (важливий для розуміння економічного життя) постійно повторюваний зв'язок.

Закон спадної граничної корисності пояснює поведінку споживача. Його можна сформулювати так: якщо споживач послідовно споживає певну кількість благ, то корисність кожного наступного блага він звичай оцінює нижче від попереднього.

Пояснити поведінку раціонального споживача законом спадної граничної корисності можна за двох умов:

1) коли події відбуваються в добре організованому, або, як кажуть, стабільному, суспільстві;

2) коли оцінюється корисність звичайних речей.

В історії різних країн, у тому числі в українській новітній історії, знаходимо приклади того, що в нестабільних суспільствах, де люди весь час очікують зникнення товарів або зростання цін, формуються надмірні запаси речей. Тобто для споживачів кожне наступне споживче благо, яке вони купують, щоб захистити себе від несподіванок, є не менш цінним, ніж попереднє.

У разі коли йдеться про особливі речі, приміром художні цінності, предмети колекціонування, музейні експонати тощо, спостерігається зростання корисності.



Значний внесок у пояснення поведінки споживачів зробив видатний американський учений Торстен Веблен. У праці «Теорія бездіяльного класу» («The theory of the leisure class») він обґрунтовує ідею, що після задоволення основних потреб поведінка людей може визначатися «законом демонстративного марнотратства». Тоді споживачі починають придбавати речі не для задоволення реальних потреб, а лише для того, щоб демонструвати оточенню своє багатство та життєві досягнення.

Марнотратство є ознакою нераціонального споживача.

2.4. Який виробник може вважатися раціональним

Кожний окремих виробник прагне реалізувати (досягти) власний інтерес. Він полягає у створенні максимального обсягу речей або послуг за наявних (обмежених) виробничих ресурсів. Подібна проблема характерна і для суспільства в цілому. Відмінність полягає лише в тому, що в суспільстві створюється багато товарів. Тож постає питання: як розподілити обмежені ресурси між різними виробництвами, щоб забезпечити максимально можливий випуск продукції?

Максимально можливий, або **повний, випуск** є таким, за якого забезпечується *повне* використання виробничих ресурсів.

Отже, **раціональний виробник** – це той, що прагне повного випуску і використання всіх виробничих ресурсів. Зрозуміло, що це передбачає ефективне використання ресурсів з найбільшою віддачею від праці, капіталу, землі.

За обмежених ресурсів, коли виробляється декілька товарів, постає проблема вибору: на яке виробництво спрямувати більше ресурсів? Проілюструємо на прикладі, як можна розв'язати цю проблему. У ньому для спрощення припускається, що в економіці створюється лише два продукти – комп'ютери та трактори. Ресурси – працівники, капітал тощо – можуть бути використані на обох виробництвах. Тому існує передумова для їх перерозподілу від одного виробництва до другого.

Різні (альтернативні) варіанти розподілу ресурсів для виробництва двох товарів наведені у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Виробництво, тис. од.	Варіанти виробництва за різного розподілу ресурсів				
	A	B	C	D	E
Комп'ютери	100	90	70	40	0
Трактори	0	5	10	15	20

Пояснення до таблиці

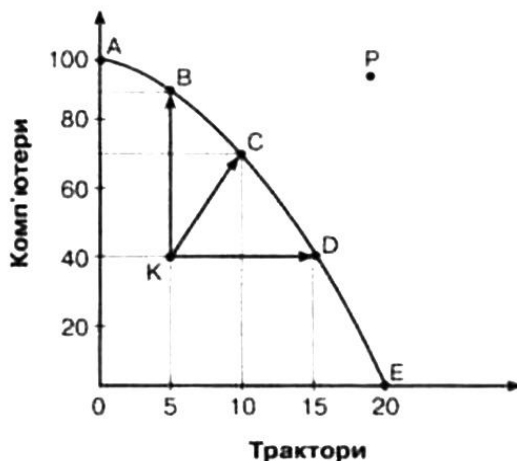
- У таблиці відображено, що існує п'ять варіантів розподілу виробничих ресурсів з метою виробництва комп'ютерів і тракторів – А, В, С, D, E.
- За кожного варіанта розподілу ресурсів створюється різна кількість комп'ютерів і тракторів. Зокрема, за першим варіантом (А) усі виробничі ресурси спрямовані на виробництво комп'ютерів і не

виробляється жодного трактора, а за другим (В) одночасно створюються 90 комп'ютерів і 5 тракторів.

- Оскільки існує необхідність і в комп'ютерах, і в тракторах, то крайні варіанти виробництва – А та Е, за яких не виробляється один з продуктів, є найменш прийнятними для суспільства.

2.5. Як побудувати лінію (криву) виробничих можливостей

Якщо перенести цифрові значення з табл. 2.3 на графік, то дістанемо криву виробничих можливостей.



Графік 2.3

Крива виробничих можливостей

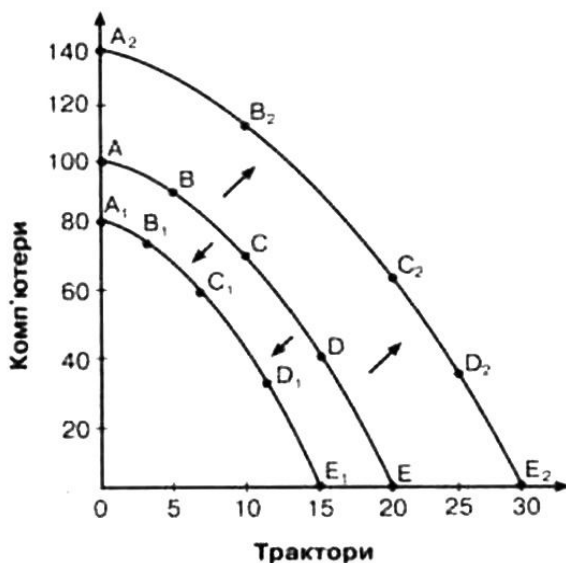


Пояснення до графіка

- Крива, що об'єднує точки А, В, С, D, Е, називається **кривою виробничих можливостей**. Вона ілюструє різні варіанти виробництва двох товарів – комп'ютерів і тракторів – за умови, що всі ресурси, якими володіють виробники, використовуються цілком. Цілковите використання означає, що немає ресурсів, які б узагалі не залучалися до виробництва або ж використовувалися неефективно.
- Точка К на графіку, що розміщена ліворуч від кривої виробничих можливостей, означає наявність невикористаних ресурсів або ж неефективне їх використання.

- Точка Р, розміщена на графіку праворуч від кривої виробничих можливостей, ілюструє поки що недосяжний варіант виробництва, який перевищує наявні можливості. До нього можна прагнути, нагромаджуючи виробничі ресурси та знаходячи способи більш ефективного їх використання.

Крива виробничих можливостей може зміщуватися. Два варіанти її зміщення стосовно до початкового розташування показані на графіку 2.4.



Графік 2.4

Зрушення кривої виробничих можливостей

Пояснення до графіка

- Лівобічне зрушення кривої виробничих можливостей, тобто перехід від лінії ABCDE до $A_1B_1C_1D_1E_1$, може відбуватися тоді, коли суспільство втрачає виробничий потенціал. Це трапляється, наприклад, під час воєн, економічних криз.
- Правобічне зрушення кривої, тобто перехід від лінії ABCDE до $A_2B_2C_2D_2E_2$, означає, що суспільство збільшило свої виробничі можливості. Найчастіше це відбувається в результаті прогресивних змін у техніці, технологіях та організації виробництва.

2.6. Що таке альтернативна вартість

Для того щоб зрозуміти одне з найважливіших економічних понять – категорію альтернативної вартості, треба ще раз звернутися до графіка кривої виробничих можливостей (див. графік 2.3).

Рух уздовж кривої виробничих можливостей – від А до В, від В до С і далі – допомагає нам зрозуміти, що таке ціна вибору.

Нехай економіка перебуває в точці В, виробляючи 90 тис. комп'ютерів та 5 тис. тракторів. Уявімо, що такий варіант виробництва і розподілу ресурсів перестав задовольняти суспільство. Воно переходить до варіанта С, коли виробляється 70 тис. комп'ютерів та 10 тис. тракторів. Отже, суспільство відмовляється від виробництва 20 тис. комп'ютерів ($90 - 70 = 20$) заради збільшення виробництва на 5 тис. тракторів ($10 - 5 = 5$). Звідси випливає висновок, що *альтернативні витрати* на створення 5 тис. додаткових тракторів дорівнюють 20 тис. невироблених комп'ютерів. Це і є ціною вибору нового варіанта виробництва.

Альтернативні витрати тісно пов'язані з альтернативною вартістю. Але для визначення останньої необхідно врахувати ще одну важливу обставину.

Під **альтернативною вартістю** розуміють альтернативні витрати, пов'язані з найліпшим з невибраних варіантів. Пояснимо це на прикладі.

Приклад. Нехай ресурси, якими володіє суспільство, могли б бути використані для виробництва комп'ютерів, тракторів та телевізорів. Переваги суспільства стосовно цих трьох товарів є такими:

- *перше місце* – комп'ютери;
- *друге місце* – трактори;
- *третє місце* – телевізори.

Якщо з якихось причин суспільство робить вибір на користь створення додаткових телевізорів, то їхня альтернативна вартість оцінюється не за кількістю тракторів, від яких доведеться відмовитися, а за кількістю комп'ютерів. Адже саме комп'ютери посідають перше місце у переліку переваг у нашому прикладі.

2.7. Чому збільшення масштабів (обсягів) виробництва може не відповідати інтересам виробника

Збільшення масштабів виробництва може не відповідати інтересам виробника, якщо після залучення додаткового ресурсу спосте-

рігається зменшення граничного продукту. **Граничним** називається той продукт, який створюється внаслідок залучення додаткової одиниці ресурсу, наприклад одного додаткового працівника.

Граничний продукт після залучення додаткових ресурсів та, відповідно, збільшення обсягів виробництва може і зростати, і зменшуватися. Наприклад, найнятий четвертий працівник може створювати як більший, так і менший продукт, коли порівняти з третім.

Якщо вироблений додатково найнятим працівником продукт починає зменшуватися, то це є сигналом про те, що даліше нарощування обсягів виробництва недоцільне. Раціональний виробник обов'язково відреагує на такий сигнал і не розширюватиме виробництва всупереч власним інтересам.

Скорочення граничного продукту після досягнення виробництвом певних меж пов'язують з дією економічного **закону спадної продуктивності (віддачі) факторів виробництва**.

Глибинною причиною дії цього закону є те, що кожна виробнича технологія виявляє свою ефективність лише за певних масштабів (розмірів) виробництва. Наприклад, за ремісничої технології ефективними були невеликі виробництва, в яких одна людина – майстер – самостійно виконувала всі види робіт або залучала кількох помічників (учнів). Натомість машинна технологія з фабричною (заводською) організацією передбачає великі масштаби і колективи працівників, в яких кожен виконує певні функції та де існує поділ праці.

Проілюструємо дію закону спадної продуктивності факторів виробництва на **прикладі**.

Нехай у ремісничій майстерні, де виробляються горщики і миски, послідовно збільшується кількість працівників. Відтак зростають обсяги виробництва та змінюється гранична продуктивність. Ці зміни відображені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Працівники	Обсяги виробництва, од. продукції	Продуктивність додаткового працівника, або гранична продуктивність од. продукції
1	5	5
2	11	6
3	18	7
4	22	4
5	25	3

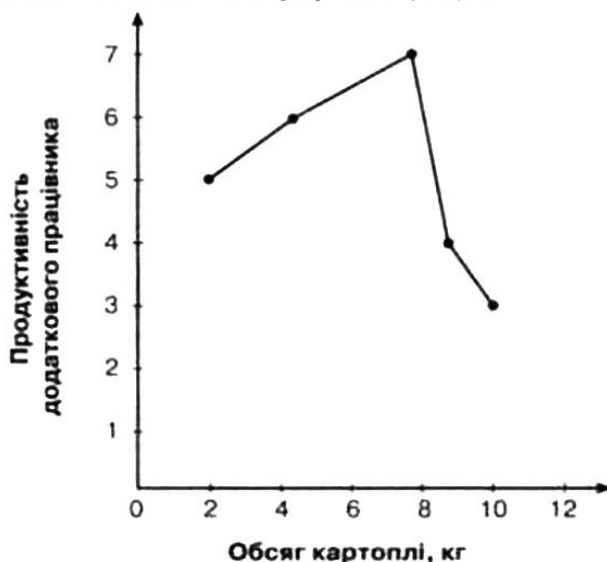
Пояснення до таблиці

У таблиці продемонстровані зміни трьох взаємозв'язаних показників: кількості зайнятих працівників, обсягів виробленої продукції та граничної продуктивності працівника.

- Обсяги виробництва зі збільшенням кількості працівників зростають. Однак при цьому граничний продукт працівника спочатку зростає, а потім зменшується.

Оскільки стрімке падіння граничного продукту починається з четвертого працівника, то це є свідченням того, що з найманням на роботу трьох працівників досягнуто той обсяг виробництва, вихід за межі якого недоцільний.

На основі даних табл. 2.4 побудуємо графік.



Графік 2.5

Залежність граничного продукту від кількості зайнятих працівників

Пояснення до графіка

- Лінія графіка відбиває залежність граничного продукту праці від обсягів виробництва. До досягнення певного обсягу виробництва, що становить 18 одиниць продукції, які створюються трьома працівниками, граничний продукт зростає. Починаючи з четвертого працівника граничний продукт зменшується.

- Якщо зі зростанням масштабів (обсягів) виробництва відбувається зростання граничного продукту, то це є **ефект економії від масштабу**. Коли граничний продукт починає зменшуватися, то вважається, що цей ефект утрачається.



Підсумки теми

- ☑ Раціональним є той споживач, який здатний свідомо оцінювати корисність речей та послуг; прагне досягати максимальної корисності в задоволенні всієї сукупності потреб та вважає дохід обмежувальним чинником у задоволенні потреб.
- ☑ Потреба – це необхідність, яку відчуває людина у певних речах, послугах; бажання володіти ними. Це – коли людина усвідомлює, що їй бракує якихось речей та послуг. Потреби можна класифікувати на базові й такі, що породжені розвитком цивілізації, матеріальні та нематеріальні, індивідуальні та колективні.
- ☑ Потреби задовольняються споживчими благами. Задовольняючи свої потреби, людина керується суб'єктивними оцінками споживчих благ. В економіці, де звичайним явищем є наповнення ринку споживчими благами, діє правило зменшення граничного споживчого блага, а також діє закон спадної граничної корисності.
- ☑ Виробничі ресурси є обмеженими. Обмеженість ресурсів зумовлює пошук способів раціонального їх використання та аналіз альтернативних варіантів цього використання. Сукупність альтернативних варіантів виробництва двох товарів за цілкового використання ресурсів відображається кривою виробничих можливостей.
- ☑ Альтернативними витратами виробництва називають кількість виробів одного виду, від яких треба відмовитися для створення додаткової одиниці іншого виробу за обмежених виробничих ресурсів. Альтернативна вартість – це альтернативні витрати в разі відмови від найліпшого (якому надається перевага) варіанта виробництва.
- ☑ Закон спадної граничної продуктивності (віддачі) ресурсів (факторів виробництва) означає, що після досягнення певних масштабів виробництва залучення додаткових одиниць виробничих ресурсів спричиняє зменшення граничного продукту.

МОЖЛИВОСТІ ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ЗНАТЬ, ЗДОБУТИХ ПІСЛЯ ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

- Розуміючи, що таке потреби та чому вони змінюються, ви зможете прогнозувати зміни у споживанні своєї родини, близьких чи просто знайомих вам людей.
- Розрахувавши структуру споживання (частку витрат на задоволення окремих потреб) і порівнявши її зі структурою раціонального (рекомендованого фахівцями) споживання, ви зможете обґрунтувати необхідні зміни.
- Зрозумівши, що таке альтернативне використання ресурсів, ви зможете побудувати власну криву виробничих можливостей і визначити різні варіанти прийнятеного розподілу власного часу.



Контрольні запитання та завдання

- 1** У темі розглянуто класифікацію потреб та наведено приклади потреб, що належать до тієї чи іншої групи. Спробуйте доповнити ці приклади. Цілком можливо, що ви зможете запропонувати власну класифікацію потреб, що підтвердить глибоке розуміння вами матеріалу теми.
- 2** Проаналізуйте ситуацію. До вітрини крамниці підходять два покупці, які мають однакову заробітну плату й однакову суму грошей у гаманцях. Дивлячись на ціну розкладеного на вітрині товару, перший із них каже: «Занадто дорого». Другий зауважує: «Цілком доступна ціна». Чим, на ваш погляд, можуть бути зумовлені такі різні оцінки?
- 3** Крива виробничих можливостей змістилася праворуч. Що могло спричинити таке зрушення? Виберіть правильну відповідь:
 - зросло виробниче споживання електричної енергії на одиницю створеного продукту;
 - розпочато й успішно здійснено впровадження нових прогресивних технологій у провідних галузях економіки;
 - унаслідок недбалого використання земельних ресурсів зменшилася врожайність зернових;
 - виробничі ресурси з галузей, що виробляють засоби виробництва, спрямовано в галузі, які створюють предмети споживання.
- 4** Побудуйте криву виробничих можливостей, скориставшись даними про діяльність кондитерського цеху, в якому виробляють тістеч-

ка та торти. Визначте альтернативні витрати на вироблення партії з десяти тортів у разі переходу від другого до третього варіанта виробництва.

Вироби	Варіанти виробництва кондитерського цеху			
	1	2	3	4
Тістечка	200	160	80	0
Торти	0	10	20	30

5 Заповнивши останній стовпчик таблиці, зробіть висновок, за якого обсягу виробництва починає діяти закон спадної віддачі (продуктивності) виробничих ресурсів:

Кількість зайнятих працівників	Виробництво продукції, од.	Граничний продукт
1	25	
2	52	
3	90	
4	142	
5	189	


РОЗДІЛ 2

РИНКОВА ЕКОНОМІКА

Тема 3. Попит, пропонування, ринкова ціна та гроші

 Після вивчення теми ви знатимете

- що таке ринкове саморегулювання та як розуміти принцип «невидимої руки ринку»;
- які переваги та недоліки має ринкова конкуренція;
- що таке попит, пропонування та від чого вони залежать;
- яка ціна називається рівноважною;
- яку роль виконують у суспільстві гроші та від чого залежить стійкість національних грошей.

 Раніше здобуті знання, які треба використати для засвоєння матеріалу теми

- особливості поведінки споживача;
- логіку поведінки раціонального виробника;
- зміст поняття «корисність»;
- правила побудови графіків та зміст прямих і обернених залежностей двох змінних.

3.1. Що таке ринкове саморегулювання та як розуміти принцип «невидимої руки ринку»

Ринкова економіка існує за умови здійснення певних принципів (вимог) взаємодії та спілкування економічних суб'єктів. Пояснимо їх.

Принцип перший – це **економічна свобода**. Він означає, що кожен економічний суб'єкт керується власним інтересом і несе відповідальність за власні дії. Умовою реалізації цього принципу є **приватна власність** на майно, доходи, виробничі ресурси.

Для виробника економічна свобода означає можливість розпочати діяльність у будь-якій сфері та досягати мети максимізації власного доходу (прибутку) усіма законними способами.

Для споживача економічна свобода передбачає широкий вибір речей і послуг та досягнення найліпшого використання власних доходів з метою одержання найбільшої корисності.

Принцип другий – це **конкуренція**. Конкуренція в економічній сфері є змаганням за ліпшу реалізацію власного економічного інтересу. Без економічної свободи не існує конкуренції.

Вирізняють досконалу та недосконалу конкуренцію. *Досконалою* називають конкуренцію за таких основних умов:

- існує велика кількість виробників та покупців кожного продукту, тому жоден з них не диктує власних умов на ринку й одноосібно не визначає ціну;
- кожен продавець або покупець вільно входить на ринок (бере участь у купівлі-продажу) і виходить з нього (припиняє цю участь), оскільки не існує правових чи організаційних перешкод для цього;
- товари певного ринку однакові, або однорідні, не мають переваг для покупців, а всі покупці однакові для продавців;
- усі покупці і продавці повністю поінформовані про ситуацію на ринку, жоден з них не знає чогось такого, що приховано від інших;
- покупці і продавці поводять себе як раціональні економічні суб'єкти і не вступають у змови з метою одержання вигід.

Недосконалою вважається конкуренція, за якої одна або кілька згаданих умов досконалої конкуренції з певних причин порушуються.

Принцип третій – **саморегулювання**. Саморегулювання означає, що попри велику кількість виробників і споживачів, значну відмінність інтересів, їхня діяльність узгоджується *автоматично* – завдяки конкуренції і вільному (за взаємною згодою) формуванню цін.



Принцип **ринкового саморегулювання** сформулював видатний економіст, один з засновників економічної науки Адам Сміт, що жив у Англії у XVIII ст. У праці «Багатство народів» він висловив думку, що саме економічний егоїзм, тобто бажання досягти здійснення власних інтересів, змушує виробників створювати те, що потрібно покупцям, та ще й за найменшої ціни. «Кожна окрема людина, – писав він, – здебільшого не ставить за мету сприяння суспільній користі, а

керується лише власним інтересом. Однак при цьому, як і в багатьох інших випадках, людина невидимою рукою ринку скеровується до мети, що зовсім не належала до її намірів. Керуючись своїми власними інтересами, людина неминуче надасть перевагу таким діям, які ліпше за все служать інтересам суспільства».

Розкрити механізм ринкового саморегулювання можна, пояснивши, як саме в ринковій економіці вирішуються важливі для господарського життя суспільства питання: що виробляти? як виробляти? для кого виробляти? Стисле пояснення наведемо в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

**Вирішення в ринковій економіці питань:
що виробляти? як виробляти? для кого виробляти?**

Питання господарського життя	Суть відповіді на питання в ринковій економіці	Приклад
<i>Що виробляти?</i>	Виробляється те, на що є попит споживачів	Якщо збільшується продаж електронних книжок і споживачі виявляють готовність купувати їх за вищою ціною, то це означає, що відбувається «голосування грошима» за цей товар. Для виробників це стає сигналом про доцільність збільшення виробництва
<i>Як виробляти?</i>	У виробництві використовуються технології, які гарантують менші витрати	Ціна за 1 кг цукру встановилася на рівні 8 грн. Цукор постачають три заводи, які використовують різну техніку та організацію, відповідно, мають різні витрати: перший – на рівні 5, другий – 7, третій – 9 грн за кілограм. Третій виробник не відшкодує витрат, тому змушений залишити ринок
<i>Для кого виробляти?</i>	Виробники орієнтовані на тих покупців, доходи яких дають можливість купувати товар	Середня ціна холодильника вищого класу становить 8 тис. грн. Попит на холодильники формують три групи родин. Перша група має доходи, за яких на холодильник можна виділити не більше ніж 3,5, друга – не більше ніж 5,5, третя – 8 і більше тис. грн. Виробники холодильників вищого класу орієнтуватимуться лише на третю групу родин

Пояснення до таблиці

У таблиці містяться пояснення того, що вирішення найважливіших питань господарського життя: що виробляти? як виробляти? для кого виробляти? – у ринковій економіці відбувається з урахуванням рівня цін, що встановилися на ринку, виробничих витрат виробників, що конкурують між собою, та доходів споживачів.

3.2. Яні переваги та недоліки має ринкова конкуренція

Без ринкової конкуренції немає ринкового саморегулювання. Зокрема, якщо б виробники не конкурували між собою, вони навряд чи мали б мотиви до пошуку способів найліпшого задоволення потреб споживачів. Ринкова економіка, як особлива форма організації господарського життя за принципами економічної свободи, конкуренції, саморегулювання, має значні переваги. Водночас їй властиві й недоліки (обмеження), подані на схемі 3.1.



Схема 3.1

Переваги та обмеження ринкової конкуренції

Пояснення до схеми

Ринкова конкуренція має переваги, пов'язані зі спрямованістю виробництва на повніше задоволення потреб споживачів, з використанням досягнень технічного прогресу для зменшення витрат виробництва та з можливістю реалізувати особисті інтереси економічних суб'єктів.

Недоліки конкуренції виявляються у тому, що вона, по-перше, може породжувати масштабні банкрутства найслабших виробників, спричиняти масове безробіття та розшарування суспільства на дуже багатих і злиденних. По-друге, виробники заінтересовані у швидких та високих прибутках, яких не можна одержати в освіті, культурі, здійснюючи природоохоронні заходи. Тому потреби людей у розвитку саме цих сфер можуть залишитися незадоволеними. По-третє, руйнівні для виробників-конкурентів наслідки конкуренції змушують їх шукати порозуміння, змовляючись та укладаючи угоди. Це шкодить споживачам, оскільки спричиняє зростання цін і зниження якості.

Лише держава (уряд) може ефективно протидіяти негативним наслідкам конкуренції. Впливовими інструментами такої протидії є:

- законодавство, що забороняє змови виробників та обмежує забруднення довкілля;
- фінансування з державного бюджету витрат на допомогу безробітним та малозабезпеченим, на розвиток культури та освіти.

3.3. Що таке попит, пропонування та від чого вони залежать

Попит та пропонування є найважливішими категоріями (явищами) ринку. Без них не можна пояснити, що таке ринкова ціна.

Попит як економічне явище – це готовність придбати товар, яку виявляє покупець за певного рівня ціни. Як правило, графічно попит відображають як множину певних значень цін та кількості товарів.

Обсяг попиту – це кількість товару, що може бути придбана за кожного значення ціни у визначений період часу.

Індивідуальним називають попит окремого споживача на певний товар, а **ринковим** – попит усіх споживачів певного товару. Фактично, ринковий попит – сума індивідуальних.

Назвемо найголовніші чинники, які можуть вплинути на обсяг попиту в певний час:

- ціна товару;
- ціни інших товарів;
- доходи та кількість покупців;
- смаки та вподобання покупців;
- очікування покупців.

Якщо припустити, що всі чинники, крім ціни товару, є незмінними, то матимемо залежність, яка називається **функцією попиту від ціни**. Вона записується так:

$$Q^D = F(P),$$

де Q^D – обсяг попиту на певний товар, або максимальна кількість одиниць товару, яку готові придбати покупці за певної ціни; P – ціна цього товару.

Рациональний споживач за нормальних ринкових умов виявляє бажання придбати більшу кількість товарів саме за нижчою ціною. Отже, між обсягом попиту та ціною існує зворотний зв'язок. Цей зворотний зв'язок називають **законом попиту**.

Обернену залежність між обсягом попиту та ціною в економічній науці пояснюють двома причинами: дією ефекту доходу та ефекту заміщення.

Ефект доходу полягає в тому, що нижча ціна фактично збільшує купівельну спроможність покупця, який, почувавши себе багатшим, прагне придбати товар у більшій кількості.

Ефект заміщення виявляється в тому, що в разі зменшення ціни певного товару споживач відмовляється від інших, дорожчих, товарів, завдяки чому дешевший товар продається в більшій кількості.

Залежність обсягу попиту від ціни проілюструємо на прикладі ринку картоплі. Готовність покупця придбати певну кількість картоплі дивимось у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Попит одного споживача на картоплю за тиждень

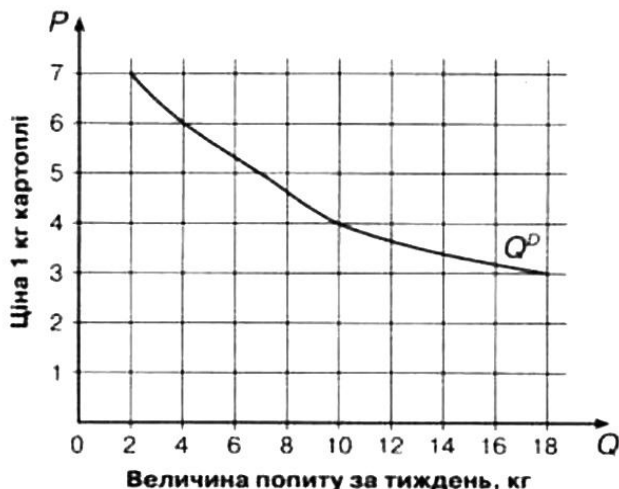
Ціна за 1 кг, грн	Величина попиту за тиждень, кг
7	2
6	4
5	7
4	10
3	18

Пояснення до таблиці

- У таблиці відображено те, що після зменшення ціни за 1 кг з 7 до 3 грн попит споживача на картоплю протягом тижня міг би збільшитися з 2 до 18 кг.

- Залежність між величиною попиту та ціною є оберненою, оскільки в разі збільшення ціни бажання покупця придбати картоплю зменшується.

На основі даних таблиці будемо графік 3.1, який відображає **функцію (лінію) індивідуального попиту**.



Графік 3.1

Лінія індивідуального попиту на картоплю

Пояснення до графіка

- Кожна точка лінії індивідуального попиту Q^D – це поєднання значень кількості картоплі, що може бути куплена, та ціни за 1 кг картоплі. Оскільки функція Q^D відображає обернену залежність, то лінія опускається зліва направо.

Пропонування як економічне явище – це вияв готовності виробника створювати і продавати товар за певного рівня ціни. Графічно пропонування зображається як певна сукупність значень цін і кількості товарів.

Обсяг пропонування – це кількість товарів, які можуть бути продані за кожного значення ціни у визначений період часу.

Індивідуальне пропонування стосується окремого виробника (продавця) певного товару, а **ринкове** – усіх виробників певного товару, що фактично є сумою індивідуального пропонування різних виробників.

Серед багатьох чинників, які можуть вплинути на пропонування в певний час, визначальними є такі:

- ціна товару;
- ціни інших товарів, що використовуються як ресурси для виробництва;
- застосовувана технологія;
- податки, які сплачує виробник, чи пільги, що йому надаються;
- кількість виробників.

Якщо припустити незмінність усіх чинників, крім ціни товару, то матимемо **функцію пропонування від ціни**. Її записують так:

$$Q^S = F(P),$$

де Q^S – обсяг пропонування товару за певний час, або кількість певного товару, яку згодні запропонувати продавці за певної ціни; P – ціна цього товару.

Досвід господарювання переконує: якщо ціна буде вищою, то виробник готовий запропонувати більшу кількість товарів. Обсяг пропонування зростає саме тоді, коли зростає ціна. Цю залежність називають **законом пропонування**.

Пряму залежність між ціною та величиною пропонування теоретично пояснюють в економічній науці такими двома ефектами.

Ефект перерозподілу ресурсів на користь товару з вищою ціною означає, що вища ціна, пов'язана з нею виручка від реалізації та більший прибуток дозволяють удосконалювати виробництво та збільшувати обсяги виробництва і продажу.

Ефект залучення до використання гірших ресурсів передбачає, що за вищої ціни створюється можливість відшкодування вищих витрат, отже, стає можливим залучення й гірших ресурсів, що сприяє розширенню виробництва.

Залежність між ціною та обсягом пропонування картоплі одним виробником проілюстрована табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Пропонування картоплі одним виробником за тиждень

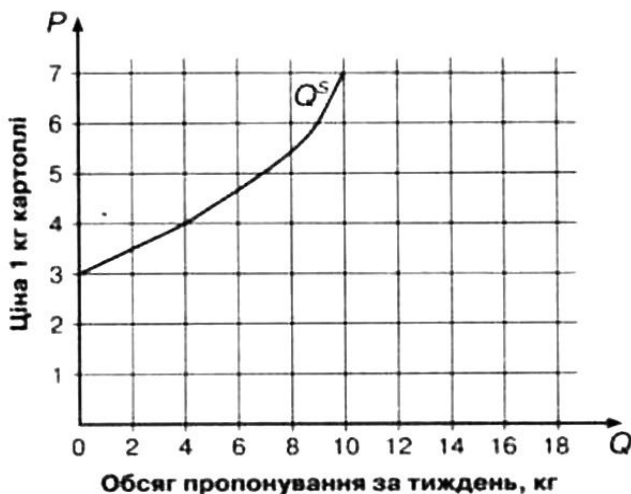
Ціна за 1 кг, грн	Обсяг пропонування за тиждень, кг
7	10
6	9
5	7
4	4
3	0

Пояснення до таблиці

У таблиці відображено те, що в разі зростання ціни з 3 до 7 грн продавець картоплі готовий збільшити її пропонування з 0 до 10 кг протягом тижня.

Залежність між обсягом пропонування та ціною картоплі є прямою.

За табличними даними можна побудувати лінію індивідуального пропонування картоплі (графік 3.2).



Графік 3.2

Пояснення до графіка

Кожна точка лінії індивідуального попиту Q^S – це поєднання значень кількості картоплі, що може бути запропонована продавцем, та ціни за 1 кг картоплі.

Оскільки функція Q^S відображає пряму залежність, то лінія пропонування підіймається зліва направо.

3.4. Яка ціна називається рівноважною

Завжди існує ціна, за якої обсяг пропонування відповідає обсягу попиту, тобто бажання покупців і продавців щодо купівлі-продажу збігаються. Така ціна називається *рівноважною*, або **ціною рівноваги** попиту та пропонування.

Обчислимо ціну рівноваги для нашого прикладу з індивідуальним попитом та пропонуванням на ринку картоплі. Для спрощення припустимо, що на ринку є лише один покупець і один продавець картоплі. Об'єднаємо дві попередні таблиці в одну і додамо стовпчик, в якому показано, на скільки пропонування перевищує попит або, навпаки, попит перевищує пропонування за різних цін на картоплю (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

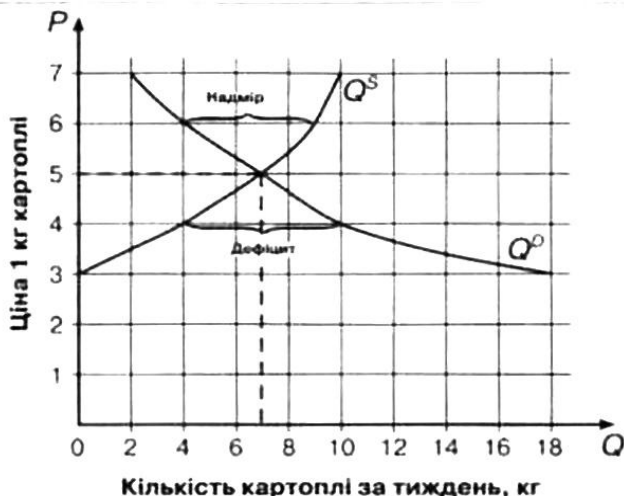
Співвідношення пропонування та попиту

Ціна за 1 кг, грн	Обсяг пропонування за тиждень, кг	Обсяг попиту за тиждень, кг	Надлишок пропонування (+), нестача пропонування (-) щодо попиту, кг
7	10	2	+8
6	9	4	+5
5	7	7	0
4	4	10	-6
3	0	18	-18

Пояснення до таблиці

- Таблиця ілюструє, що в чотирьох з п'яти варіантів співвідношення пропонування та попиту маємо невідповідність намірів продавців і покупців. За ціни у 7 та 6 грн за 1 кг пропонування перевищує попит, а за ціни 4 та 3 грн за 1 кг, навпаки, попит перевищує пропонування.
- Лише за ціни у 5 грн за 1 кг наміри покупців та продавців збігаються. Саме така ціна називається рівноважною.

На основі даних табл. 3.4 будемо графік, на якому одночасно будуть зображені дві лінії – попиту та пропонування (графік 3.3).



Графік 3.3

Формування ціни ринкової рівноваги

Пояснення до графіка

На графіку показано, що дві лінії – попиту та пропонування – перетинаються лише в одній точці, яка відповідає ціні у 5 грн за 1 кг картоплі. Якщо ціна перевищує рівноважну, яка становить 5 грн, то виникає надмір картоплі, тобто частина її не буде продана. Якщо ціна встановлюється на нижчому від 5 грн рівні, то формується дефіцит картоплі, коли частина попиту споживачів не задовольняється.

Ціну ринкової рівноваги можна розрахувати, якщо ми маємо рівняння для функції попиту і пропонування.

Приклад. Нехай функція попиту описується рівнянням $Q^D = 5 - 1,3P$, а функція пропонування – рівнянням $Q^S = 2 + 1,1P$. Оскільки ціна рівноваги виникає тоді, коли попит і пропонування збігаються, то запишемо рівність, яка дасть можливість визначити рівноважну ціну: $5 - 1,3P = 2 + 1,1P$. Звідси $P^e = 1,25$, де P^e – ціна ринкової рівноваги, за якої попит і пропонування збігаються.

Розрахувавши значення рівноважної ціни і підставивши її в рівняння або попиту, або пропозиції, дістанемо рівноважні обсяги реалізованої продукції.

Ціна ринкової рівноваги постійно коливається, вона не є такою, що встановлюється раз і назавжди. Причиною зміни ціни ринкової рівноваги стають так звані **нецінові чинники** – ті, що не пов'язані з ціною

даного товару. Одні з них впливають на попит, інші – на пропонування. Графічно вплив чинників відображається паралельними зрушеннями ліній попиту та пропонування – праворуч (у разі збільшення) та ліворуч (у разі зменшення). Раніше ці чинники ми вже згадували. Подамо їх у формі табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Нецінові чинники попиту та пропонування

Чинники впливу на попит		Чинники впливу на пропонування	
Дія в бік збільшення (зрушення функції Q^D праворуч)	Дія в бік зменшення (зрушення функції Q^D ліворуч)	Дія в бік збільшення (зрушення функції Q^S праворуч)	Дія в бік зменшення (зрушення функції Q^S ліворуч)
Зростання цін на товари-замінники для даного товару	Зменшення цін на товари-замінники для даного товару	Зменшення цін на товари, які є ресурсами для виробництва даного товару	Зростання цін на товари, які є ресурсами для виробництва даного товару
Збільшення доходів споживачів даного товару та зростання кількості споживачів	Зменшення доходів споживачів даного товару та скорочення кількості споживачів	Удосконалення технологій виробництва	Використання застарілих технологій виробництва
Зміна смаків та вподобань на користь даного товару	Зміна смаків та вподобань на користь інших товарів	Пільгове оподаткування для виробників	Зростання податкового навантаження на виробників
Негативні очікування щодо майбутнього	Немає негативних очікувань	Збільшення кількості виробників	Зменшення кількості виробників

 **Пояснення до таблиці**

У таблиці наведені чотири чинники, що впливають на попит. Зміст і характер (напрямок) цього впливу є такими:

- Якщо товари, якими можна замінити наш товар у споживанні (для картоплі таким товаром-замінником є, наприклад, макаронні вироби), подорожчали, то, відмовляючись від цих дорожчих товарів, споживач збільшить попит на наш товар (картоплю). У разі

зменшення цін на товари-замінники споживач відмовлятиметься від картоплі.

- Якщо доходи споживачів збільшуються, то за інших рівних умов попит має зрости. Так само впливає на попит і кількість споживачів. У разі зменшення доходів та кількості споживачів попит скорочуватиметься.
- Якщо змінюються смаки та вподобання на користь певного товару, наприклад спортивного одягу модної марки, то попит збільшуватиметься. Після чергової зміни смаків і вподобань попит скоротиться.
- Негативні очікування, наприклад, пов'язані з інфляцією, збільшують поточний попит на товари. Коли негативних очікувань немає, попит знижується.

Таблиця відображає й чотири чинники, які впливають на пропонування. Зміст і характер (напрямок) цього впливу є такими:

- Якщо зменшуватимуться ціни на товари, які є ресурсами для виробництва нашого товару, наприклад, стануть дешевшими добрива для вирощування картоплі, то скоротяться витрати виробництва і зросте пропонування. У разі подорожчання виробничих ресурсів пропонування скорочується.
- Якщо впроваджуються нові технології, наприклад енергоощадні, то відбуватиметься зменшення витрат виробництва, а пропонування зростатиме. Якщо виробники ігнорують нові технології, то за умов обмеженості ресурсів це спричинить скорочення пропонування.
- Якщо уряд запроваджує пільгові податки для виробників, то це стимулює виробництво і пропонування. У разі зростання податків виробництво і пропонування можуть зменшуватися.
- Якщо нові виробники приходять у галузь, скажімо, у сільське господарство, то це сприяє зростанню її виробничого потенціалу, а пропонування збільшується. Якщо виробники згортають своє виробництво, то пропонування скорочується.

У реальному житті товари не завжди продаються за ціною ринкової рівноваги. Наприклад, продавці можуть завищити ціну. Але тоді покупці не купуватимуть усієї продукції. Виникне її *надмір*, і постане питання, як реалізувати весь товар. Продавці, конкуруючи між собою, почнуть знижувати ціну.

Якщо ринкова ціна встановиться на рівні нижчому, ніж рівноважна, то попит перевищуватиме пропонування, і виникне *дефіцит*. Це ство-

рять для покупців проблему: як придбати товар? Вони, конкуруючи між собою, виявлятимуть готовність купувати за вищої ціни.

Ринкова конкуренція є тим регулятором, який, попри відхилення, повертає ціну до рівня, *узгоджує попит і пропонування*.

Ціни не завжди формуються лише під впливом попиту і пропонування. Причиною такого *неринкового ціноутворення* може стати прагнення виробників обмежити конкуренцію. Саме з цією метою у період середньовіччя ремісники об'єднувались у цехові організації – цехи перукарів, броварів, кравців тощо. Таку саму роль виконують і сучасні монополісти – великі підприємства, які контролюють виробництво в цілих галузях.

Неринкове ціноутворення відбувається й тоді, коли держава обмежує зростання цін на такі товари, як хліб, ліки, комунальні послуги для малозабезпечених громадян.

3.5. Яку роль виконують у суспільстві гроші та від чого залежить стійкість національних грошей

Гроші мають багатовікову історію, протягом якої суттєво й неодноразово змінювалася їхня форма. Давньогрецький історик Геродот свідчив, що перші карбовані монети існували у Лідійському царстві ще у VII ст. до нашої ери.

Гроші для господарського життя суспільства важливі не самі по собі, а з огляду на виконувани ними функції. Тому іноді кажуть, що *гроші – це сукупність функцій, які вони виконують*, підкреслюючи тим самим другорядність форми, в якій гроші існують.

Гроші виконують кілька функцій:

- засобу обігу;
- засобу платежу;
- міри вартості;
- засобу нагромадження.

Функцію **засобу обігу** гроші виконують під час купівлі-продажу речей та послуг. Щоразу, коли ми розраховуємось у крамниці грошима, вони виконують для нас та для тих, хто продає товар, функцію засобу обігу.

Коли йдеться про відшкодування за використані ресурси – для виплати зарплати, процента за кредит, орендної плати тощо, гроші виконують функцію **засобу платежу**.

Якщо ми використовуємо грошову форму для зіставлення цін різних товарів, дивлячись на етикетки і вирішуючи, купити чи не купити, гроші виконують для нас функцію **міри вартості**. Таку саму функцію

вони виконують для суспільства в цілому, коли уряд надає статистичну інформацію, використовуючи грошові показники про обсяги створеного валового внутрішнього продукту, доходи та видатки бюджету, експорт та імпорт тощо.

Функцію **засобів нагромадження** гроші виконують тоді, коли домогосподарства, підприємці або уряд роблять заощадження.

Сучасні гроші існують у формах, зображених на схемі 3.2.

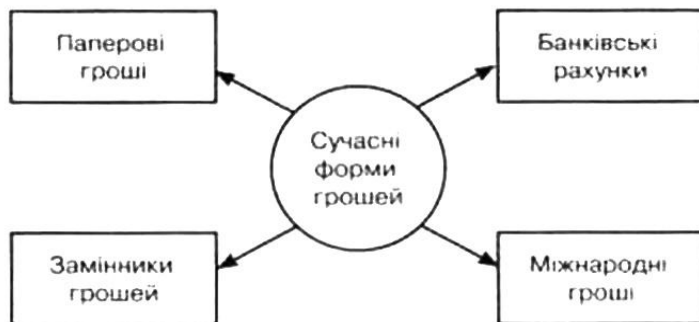


Схема 3.2

Форми, в яких існують сучасні гроші

Пояснення до схеми

Паперові гроші – це *банкноти*, або банківські білети. Назва «банківські білети» відбиває те, що перші банкноти виникли в середні віки і були письмовими свідченнями (розписками) банкірів про одержання на зберігання від клієнтів певної кількості золота. У банкноті зазначалася кількість золота, яку треба було повернути власникові на його вимогу. Згодом право випуску банкнотів перейшло до держави. Спочатку банкноти обмінювалися на золото, а випуск їх пов'язувався з золотим запасом країни. На початку ХХ ст. більшість країн світу припинили обмін банкнотів на золото.

До паперових грошей належать також *казначейські білети*. Їх випускає міністерство фінансів для покриття державних витрат. Казначейські білети ніколи не обмінювалися на золото.

Сучасні паперові гроші виконують функцію грошей не тому, що вони забезпечені золотом, а через те, що їх пускає в обіг держава. Її авторитет та державне майно гарантують (забезпечують) надійність грошей.

Для розмінювання паперових грошей використовуються монети, які називають білонними грошима.

До заміників грошей належать чеки, векселі, банківські картки. Їх використовують у розрахунках, але за умови, що кожний із цих заміників забезпечується або рахунком у банку, або готівковими грошима.

Чек – це письмове розпорядження власника банківського рахунка перерахувати певну суму пред'явникові чека або видати йому готівку.

Вексель – це письмове зобов'язання боржника сплатити певну суму грошей у визначений термін. Вексель може розпочати самостійний рух, коли він передається третій, четвертій тощо особі, і обслуговувати розрахунки багатьох економічних суб'єктів. Вексель передається від одного власника (держателя) до іншого за допомогою особливого передатного напису – індосаменту. Вексель можна передати банку, одержавши (з певною знижкою) заборговані гроші раніше від зазначеного на векселі терміну.

Банківська пластикова картка – розрахунковий засіб, який найчастіше видають банки своїм клієнтам. Картка містить ідентифікатор власника – позначку про номер рахунка в банку. Під час розрахунків кредитними картками в торговельних або інших установах використовуються спеціальні пристрої – термінали. Через них номер картки та дані про рахунки за товари та послуги надходять у банк. Банк робить безготівкові перерахунки грошей на користь установ, що надали товари або послуги. Кредитною карткою можна скористатись і в разі, якщо її власникові потрібна готівка.

Банківські рахунки, або депозитні гроші – це своєрідний засіб відображення і контролю за станом і рухом коштів (депозитів). Рахунки поділяють на безстрокові та строкові. Кошти з безстрокового рахунка можна одержати в будь-який час для розрахунків або платежів. Строкові рахунки стають доступними вкладникам лише через визначений час.

Поняття «електронні гроші» застосовують для означення банківських (депозитних) грошей, використання яких передбачає електронні технології. Ці технології дають можливість перерахувати гроші та реєструвати інформацію про їхній рух безпаперовим способом.

Міжнародні – це гроші міжнародних організацій, що призначені для здійснення розрахунків між країнами. Такими грошима є СДР – «спеціальні права запозичення», створені Міжнародним валютним фондом (МВФ), та євро – спільна валюта країн ЄС, котрі утворюють Єврозону.

Для економіки будь-якої країни вкрай важливою є проблема *стійкості національних грошей*. Кожна країна заінтересована в належному ставленні до власних грошей як з боку громадян, так і з боку іноземців.

Для забезпечення стійкості грошей необхідно правильно визначити попит на гроші (M^D) з огляду на виконувани ними функції та оцінити наявну кількість грошей у обігу, або їх пропонування (M^S).

Контроль за масою грошей в обігу, забезпечення стійкості національних грошей – основне завдання центрального банку країни.

Попит на гроші визначається такими основними чинниками:

- загальним обсягом створеного в економіці протягом року продукту національного виробництва (Y);
- середнім рівнем цін, за якими ці продукти та послуги реалізуються (P);
- швидкістю руху грошей, або кількістю оборотів, здійснюваних у середньому однією грошовою одиницею протягом року (V).

Для розрахунку кількості грошей, потрібних для забезпечення нормального обігу, використовують таку формулу:

$$M^D = \frac{1}{V} \times P \times Y.$$

Пропонування грошей оцінюється показниками, що називаються грошовими агрегатами, поданими на схемі 3.3

Готівка поза банками	= M0		
M0 +	Поточні рахунки	= M1	
M1 +	Короткострокові рахунки	= M2	
M2 +	Цінні папери банків	= M3	

Схема 3.3

Грошові агрегати

Пояснення до схеми

- Для оцінювання грошового пропонування використовують грошові агрегати M0, M1, M2, M3.

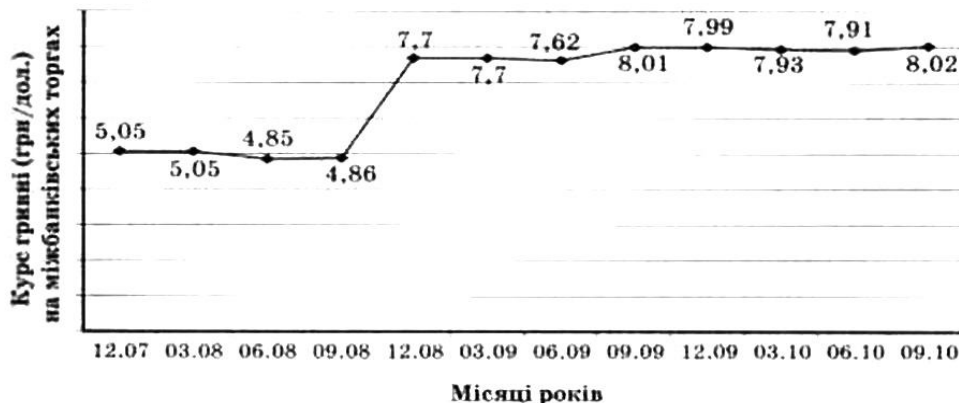
Грошові агрегати пов'язані між собою, і ці зв'язки можна відобразити такими рівняннями:

- $M1 = M0 + \text{поточні рахунки}$
($M0$ – готівка, або паперові гроші та монети, що обслуговують обіг, поточні – рахунки в банках, гроші з яких можуть бути одержані (перераховані) у будь-який час).
- $M2 = M1 + \text{короткострокові рахунки}$
(короткострокові – це рахунки, гроші з яких можна одержати і використати тільки через певний, хоч і короткий, строк).
- $M3 = M2 + \text{цінні папери банків}$
(цінні папери банків – боргові зобов'язання банків, що використовуються в обігу в розрахунках).

Якщо пропонування грошей перевищує попит на них, то гроші знецінюються та втрачають свою стійкість. У разі втрати стійкості починається «втеча від грошей», коли економічні суб'єкти прагнуть якнайшвидше обміняти їх на майно, товари, гроші інших країн. Виявом втрати стійкості грошей є падіння курсу національної валюти стосовно до інших валют, тобто девальвація національної валюти.



Зміни курсу гривні стосовно до долара за період з грудня 2007 до вересня 2010 р. проілюстровані графіком 3.4.



Графік 3.4

Зміни курсу гривні стосовно до долара

Пояснення до графіка

Подані на графіку дані свідчать про те, що гривня втратила стабільність у останньому кварталі 2008 року. Саме в цей час відбулося зростання грошового агрегату $M3$ на 30,2% і готівки на 39,3%.

Якщо сучасні гроші не мають золотого забезпечення, то що робить їх стійкими? Є кілька пояснень цієї стійкості:

- *по-перше*, гроші наділені особливою суспільною корисністю – властивістю обмінюватись на речі та послуги. Якщо національна економіка демонструє високу ефективність – здатність виробляти речі та послуги, то стійкість національних грошей гарантується цією здатністю;
- *по-друге*, гроші визнаються (декретуються) державою, яка оголошує їх законними платіжними засобами. Чим економічно сильнішою й авторитетнішою є держава для своїх громадян і всього світу, тим більш стійкими є її гроші;
- *по-третє*, цінність грошей визначається їхньою купівельною спроможністю, яка залежить від змін загального рівня цін – інфляції. Якщо ціни в економіці є стабільними, то це забезпечує стабільність національних грошей.



Підсумки теми

- Ринкова економіка ґрунтується на принципах економічної свободи, конкуренції, автоматизму регулювання.
- Будь-яка економічна система розв'язує три фундаментальні проблеми: що виробляти? як виробляти? для кого виробляти? У вирішенні питання *що виробляти?* першочергове значення має «голосування» грошима споживачів на користь певного товару. У вирішенні питання *як виробляти?* ключову роль відіграє має конкуренція виробників, у процесі якої здійснюється відбір ефективніших технологій. Головним орієнтиром у вирішенні питання *для кого виробляти?* стає розмір доходів споживачів.
- Попит і пропонування є головними чинниками ринку, що формують ринкову ціну. Попит – це та кількість продукту, яку споживачі здатні придбати на ринку за певної ціни. Пропонування – це кількість продукту, яку виробники можуть поставити на ринок за певної ціни. Графічно зображена залежність величини попиту від ціни називається кривою попиту, а залежність величини пропонування від ціни – кривою пропонування.
- Крім ціни даного товару попит визначається цінами інших товарів, доходами споживачів, їхніми смаками й уподобаннями та очікуваннями ринкових змін. Факторами пропонування крім ціни товару є ціни ресурсних товарів, застосовувані технології, система

оподаткування, кількість виробників. Вплив інших (крім ціни даного товару) факторів графічно відображається у зрушенні кривих попиту та пропонування праворуч або ліворуч.

- ☑ Під впливом попиту і пропонування певного товару встановлюється ціна ринкової рівноваги (рівноважна ціна). Вона узгоджує попит і пропонування.
- ☑ Гроші – необхідний інструмент функціонування ринкової економіки. Вони існують у формі готівкових паперових грошей та їх замініків, банківських рахунків, міжнародних грошей.
- ☑ Попит на гроші визначається обсягом створюваного в економіці продукту та загальним рівнем цін. Пропонування грошей оцінюється грошовими агрегатами M0, M1, M2, M3.

МОЖЛИВОСТІ ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ЗНАТЬ, ЗДОБУТИХ ПІСЛЯ ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

- Розуміючи переваги ринкової економіки, ви зможете ними скористатися, а знаючи, які їй властиві обмеження (недоліки), – уникнути їх наслідків.
- Знаючи різні чинники, що впливають на пропонування та попит, можна передбачити, як співвідноситимуться попит і пропонування конкретного товару в майбутньому, а отже, якими будуть ціна і наповненість ринку конкретним товаром. Серед таких найважливіших чинників для українського ринку, зокрема, були і залишаються ціни на енергоносії (паливно-мастильні матеріали, бензин), податкова політика уряду щодо вітчизняного виробника, застосування мита на імпортовані товари.
- Знання особливостей форм сучасних грошей дасть можливість скористатися перевагами кожної форми в конкретній ситуації.



Контрольні запитання та завдання

- 1 Ринкова економіка розв'язує три фундаментальні проблеми за допомогою трьох ринкових механізмів. Стрілками позначте зв'язок між ними.

Фундаментальні проблеми економіки

що виробляти?

як виробляти?

для кого виробляти?

Засоби ринкового їх розв'язання

конкуренція між виробниками;

розподіл грошових доходів між споживачами, конкуренція між ними;

«голосування» грошима, наявність ресурсів.

- 2** Сформулюйте закон попиту і закон пропонування, відповідаючи на такі запитання: між якими двома явищами існує зв'язок, відображений у кожному із законів? який характер цього зв'язку?
- 3** Нехай протягом дня на ринку було продано 10 т яблук за ціною 7 грн за один кг. Які б зміни у величині пропонування могли відбутись, якби ціна за 1 кг: а) підвищилася до 10 грн; б) знизилася до 5 грн?
- 4** Нехай функція попиту на товар описується рівнянням $Q^D = 8 - 2,5P$, а функція пропонування – $Q^S = 5 + 2P$. Визначте ціну ринкової рівноваги. Побудуйте на одній графічній площині графік кривої попиту та графік кривої пропонування.
- 5** Визначте функції, які виконували гроші у наведених ситуаціях:
 - а) працівник одержує заробітну плату;
 - б) банк прийняв від вкладника певну суму грошей і гарантував йому щорічне зростання її на 10%;
 - в) забудовник і будівельна організація домовилися про обсяг робіт і загальну суму оплати послуг;
 - г) покупець розрахувався у крамниці чеком, виписавши його на свій банк.

Тема 4. Ринки виробничих ресурсів та доходи в ринковій економіці

➤ Після вивчення теми ви знатимете

- що об'єднує різні ринки виробничих ресурсів;
- як функціонує ринок праці та формується заробітна плата;
- що відрізняє ринок землі від інших ринків та від чого залежить земельна рента;
- які особливості має ринок капіталів та як формується процент на капітал;
- що таке ринок інформації та які він має особливості.

➤ Раніше здобуті знання, які треба використати для засвоєння матеріалу теми

- схема економічного кругообігу;
- особливості ринкової економіки;
- зміст функцій попиту та пропонування.

4.1. Що об'єднує різні ринки виробничих ресурсів

Крім ринку речей та послуг, на якому реалізуються продукти кінцевого споживання, у ринковій економіці існує **ринок виробничих ресурсів**. На ньому купуються і продаються особливі товари – праця, земля, капітал та інформація, які призначені для використання у виробництві.

З огляду на існування ринку готових речей та послуг і ринку виробничих ресурсів схема економічного кругообігу доповнюється в такий спосіб (схема 4.1).



Схема 4.1

Економічний кругообіг з урахуванням ринків продуктів та виробничих ресурсів

Пояснення до схеми

- Схема відображає те, що в ринковій економіці взаємини виробників і споживачів здійснюються через два ринки – ринок виробничих ресурсів та ринок продуктів.
- На ринку виробничих ресурсів домашні господарства продають виробникам ресурси, натомість одержуючи доходи.

Кожному ресурсу відповідає особливий дохід. Дохід є ціною, що формується на кожному ринку. Цей зв'язок зображено на схемі 4.2.



Схема 4.2

Ціни ринків виробничих ресурсів

Пояснення до схеми

- На схемі різні ринки виробничих ресурсів – землі, праці, капіталу та інформації – подані як сегменти (частки) одного великого ринку виробничих ресурсів. Таке подання є обґрунтованим, оскільки всі чотири ринки мають деякі *спільні ознаки*.
- На кожному з чотирьох ринків унаслідок взаємодії попиту та пропонування формується особлива *ціна*. Вона одночасно є ціною купівлі виробничого ресурсу для підприємця-виробника і *доходом* власника цього ресурсу. Ціною ринку праці стає *заробітна плата*, ринку землі – *земельна рента*, ринку капіталу – *процент*, ринку інформації – *ціна інформації*.

Які спільні риси мають різні ринки виробничих ресурсів?

По-перше, товари, що на них продаються (земля, праця, капітал, інформація), призначені для виробничого використання під час створен-

ня речей та послуг. *Наприклад*, якщо фермер бере в оренду землю, наймає працівників, одержує в банку кредит та збирає інформацію про задоволення попиту на овочі в конкретному регіоні, то він робить це заради виробництва овочів, а не для задоволення власних споживчих потреб.

По-друге, на всіх ринках виробничих ресурсів покупцями є підприємці – виробники, які організують виробництва, а продавцями – власники ресурсів. *Наприклад*, людина не може продати землю як виробничий ресурс, коли вона їй не належить.

По-третє, попит на ринках землі, праці, капіталу та інформації визначається попитом на товари кінцевого споживання. *Наприклад*, у разі збільшення попиту на цукор зростатиме і попит на працю інженерів-технологів, робітників, що мають знання та досвід для роботи на цукрових заводах. За зменшення попиту на цукор попит на таких фахівців, відповідно, скорочуватиметься.

По-четверте, виробничі ресурси взаємно доповнюють одне одного і водночас можуть взаємозамінюватись. Зі зміною технологій може скорочуватись використання одних ресурсів, а інших – збільшуватись. *Наприклад*, у результаті впровадження індустріальних технологій у сільському господарстві скорочується попит на працю і зростає попит на капітал. За взаємозамінності ресурсів зміна ціни одного ресурсу впливатиме на попит на інший. *Наприклад*, подорожчання праці може спонукати підприємців збільшувати попит на засоби виробництва (капітал).

Незважаючи на те що існують об'єднувальні ознаки для різних ринків виробничих ресурсів, їм властиві і суттєві відмінності.

4.2. Як функціонує ринок праці та формується заробітна плата

Виробничий ресурс *праця* відрізняється від усіх інших виробничих ресурсів тим, що його власником є людина, якій властиве те, що вона є:

- біологічною істотою;
- особистістю з власними потребами і цінностями;
- членом суспільства.

До яких наслідків спричиняється ця особливість ресурсу *праця*?

По-перше, загальне пропонування праці в економіці визначається природними процесами – народжуваністю і смертністю населення.

По-друге, на бажання людини працювати, на продуктивність її праці суттєво впливає задоволення своєю роботою та інші особисті мотиви.

По-третє, працівники можуть захищати свої інтереси, об'єднуючись у профспілки, інші громадські організації, а правила відносин

між працівниками і підприємцями фіксуються у трудових угодах та визначаються трудовим законодавством країни.

На ринку праці продається здатність працівника створювати продукти і послуги. Цю здатність купують підприємці або держава, а продають наймані працівники. Отже, **суб'єктами ринку праці** є наймані працівники, з одного боку, підприємці та держава – з другого.

Держава стає суб'єктом ринку праці не тільки тому, що на державних підприємствах працює значна частина працездатного населення країни, а й через те, що держава регулює цей ринок. Засобом державного регулювання ринку праці є визначення *мінімальної* (що гарантує необхідний мінімум споживання) зарплати, нормальних умов праці, віку виходу працівників на пенсію та розміру самої пенсії тощо.

Загальний ринок праці охоплює багато окремих ринків, на яких свою здатність створювати корисні речі та послуги пропонують працівники різних професій – будівельники, програмісти, інженери, економісти, викладачі, лікарі, художники тощо.

Попит на працю з боку підприємців-наймачів залежить від граничної продуктивності праці найманих працівників. Підприємець найматиме додаткового працівника лише за умови, що дохід від продажу продукту, який ним [працівником] створений, є не меншим, а більшим, ніж виплачена працівникові заробітна плата. Це правило описується таким рівнянням:

$$MLP = W,$$

де *MPL* – граничний продукт (дохід), створений додатковим працівником, найнятим підприємцем; *W* – виплачена працівникові заробітна плата.

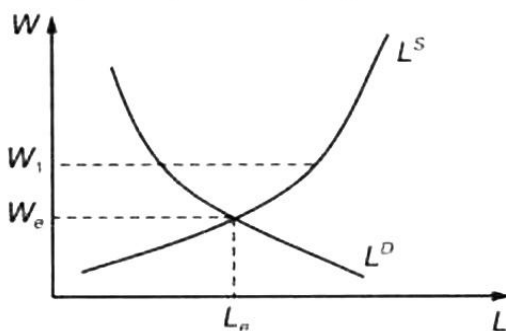
Коли зарплата зростає, підприємець може найняти менше працівників. Тому залежність між обсягом попиту на працю та заробітною платою є оберненою.

Пропонування праці окремих працівником залежить від його вибору між двома цінностями, а саме: *товарами*, які можна придбати на додаткову зарплату в результаті збільшення робочого часу, та *вільним часом*, протягом якого людина розвиває себе, виховує дітей, виявляє творчість тощо. *Наприклад*, людина може збільшувати пропонування праці, виконуючи роботу за сумісництвом, відмовляючись від відпустки, якщо планує придбати автомобіль. Це означає, що майбутнє задоволення від користування автомобілем людина цінує вище, ніж вільний час.

Якщо зарплата зростає, то більша кількість товарів, яку може придбати працівник, забезпечує більше задоволення і стимулює до зро-

стання пропонування праці. Тому залежність між обсягом пропонованої праці та заробітною платою є прямою.

Заробітна плата теоретично може бути пояснена співвідношенням попиту на працю та її пропонування (графік 4.1).



Графік 4.1

Рівновага на ринку праці

Пояснення до графіка

- Заробітна плата W_e – рівноважна ціна ринку праці – подана на графіку як така, що формується в результаті взаємодії попиту на працю L^D та пропонування праці L^S .
- Якщо з певних причин зарплата встановлюється на рівні, що перевищує рівноважний (W_1), то виникає невідповідність між попитом та пропонуванням праці.

У реальній економіці зарплата конкретного працівника залежить від великої кількості чинників, серед яких важливими є такі:

- застосована на підприємстві система оплати праці (відрядна, коли до уваги береться обсяг створеного продукту, чи почасова, коли враховуються відпрацьовані години, з елементами преміювання за ліпші результати чи без таких елементів);
- унікальність здібностей працівника у деяких професіях та у виконанні певних видів робіт, скажімо, для співака в національному оперному театрі чи футболіста престижного клубу;
- необхідність тривалої і кошовної освіти та постійного підвищення кваліфікації, приміром, для хірурга, програміста, науковця;
- важкі та непривабливі умови праці, що передбачають додаткові витрати на відновлення фізичних та моральних сил працівника, наприклад шахтаря.

4.3. Що відрізняє ринок землі від інших ринків та від чого залежить земельна рента

Земля є таким виробничим ресурсом, який використовується не тільки в сільському господарстві, а й у лісництві, видобувній промисловості, будівництві тощо. Земля є предметом праці, коли на неї спрямована діяльність, як у сільському господарстві (рослинництві), видобувній промисловості. Одночасно вона може бути засобом праці, коли за її участі змінюється створений продукт, як, наприклад, у будівництві, архітектурі, де рельєф місцевості, клімат стають важливими чинниками виробничої діяльності.

На ринку землі виникають особливі відносини.

По-перше, вони встановлюються між власниками землі та орендарями, у разі коли земля надається в тимчасове користування (оренду).

По-друге, вони формуються між власниками і покупцями землі в разі продажу земельних ділянок.

Отже, **суб'єктами ринку землі** є власники земельних ділянок, з одного боку, та орендарі або покупці цих ділянок – з другого.

Попит на землю залежить від доходу, який можна одержати, працюючи на землі. Якщо, наприклад, дохід фермера від вирощування овочів на ділянці, котру він орендує, є меншим від орендної плати власникові, то фермер не виявлятиме бажання орендувати таку ділянку.

Оцінюючи попит на землю, ведуть мову про граничний дохід – той, що може бути одержаний у результаті розширення використовуваних у виробництві земельних площ на одну одиницю, скажімо, на 1 га. Фермер, який використовує землю для вирощування овочів, буде збільшувати попит на земельні угіддя до того моменту, доки дохід від продажу врожаю з додаткової ділянки не зрівняється з орендною платою власникові землі за її використання. Це правило відображається рівнянням

$$MP_f = R,$$

де MP_f – граничний дохід від використання додаткової ділянки землі; R – рента, яку сплачує орендар власникові за ділянку.

Пропонування землі зазвичай подають як таке, що не залежить від ціни ринку землі. Адже зростання ціни не може збільшити земельних площ, створених природою. Загалом ця думка слушна. Однак варто враховувати те, що земля може використовуватись по-різному, і дохід за одного використання виявляється більшим, ніж за іншого. *Наприклад*, від вирощування на землі овочів можна одержувати менше доходу, ніж від будівництва на ній розважальних комплексів або багатопверхових будинків. Користувач, що забезпечить більш при-

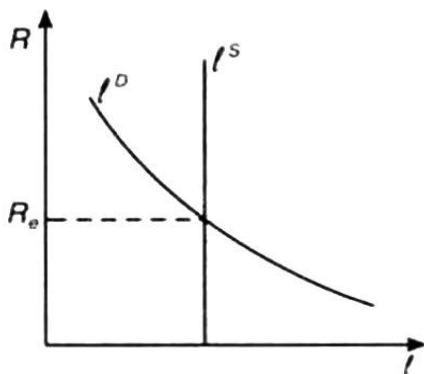
бутковий варіант використання землі, здатний запропонувати і вищу ціну. Як доцільніше використовувати землі, має вирішувати суспільство в цілому, а контролювати додержання прийнятих рішень повинні органи державної влади.



У таких розвинених країнах, як Німеччина, Швеція, Нідерланди, Франція, права власників землі обмежуються державою. Тобто повної й неконтрольованої приватної власності на землю не існує. Законами встановлюються способи ведення сільськогосподарського виробництва, агротехнічні вимоги до користувачів землі, порядок заселення земель. Землі поділяються за призначенням: для сільськогосподарського виробництва, промислового розвитку, національних парків та природних заповідників. Порушення законодавства щодо використання землі карається великими штрафами.

Ціною земельного ринку, за умови що у відносини вступають власник земельної ділянки та орендар, стає **рента**. Можливість одержувати ренту та її розмір – це вирішальні чинники у визначенні ціни для остаточного продажу земельної ділянки.

Рівноважна ціна ринку землі – рента – формується у взаємодії попиту на землю та пропонування землі (графік 4.2).



Графік 4.2

Рівновага на ринку землі

Пояснення до графіка

Ціна ринку землі – рента R_e – подана як результат взаємодії попиту на землю l^D та пропонування землі l^S . Попит на землю формує

орендар, а пропонування – власник землі, тому рента має узгоджувати їхні інтереси.

У власника землі, що не працює на ній сам, завжди є альтернатива: надати землю в оренду тому чи тому орендареві, надавати землю в оренду чи продати та, поклавши одержані гроші в банк, мати дохід у вигляді процента.

На підставі міркувань про різні варіанти поведінки власника землі та про стимулювальну роль процента записують таку формулу для визначення ціни землі під час її продажу:

$$P_i = \frac{R}{i} \times 100\%,$$

де P_i – ціна землі; R – рента; i – процент.

Процент за банківським депозитом (i) у знаменнику формули означає, що в разі зростання процента привабливість землі як форми збереження багатства зменшується, тому зменшується і ціна землі.

Ціни земельних ділянок постійно підвищуються через обмеженість землі та додатковий попит на земельні ділянки під житлове будівництво, виробничі об'єкти тощо. Зростаюча ціна землі стає додатковим аргументом на користь дбайливого її використання.

4.4. Яні особливості має ринок капіталу та як формується процент на капітал

Аналізуючи ринок капіталу, розрізняють фізичний та фінансовий капітал.

Фізичний капітал – це споруди, будівлі, машини, обладнання, устаткування.

Фінансовий капітал є джерелом для нагромадження (розширення обсягів) фізичного капіталу. Щоб таке розширення відбувалося, заощадження економічних суб'єктів повинні перетворюватися в інвестиції.

Перетворення заощаджень у інвестиції відбувається за участі банків, інвестиційних фондів, страхових компаній тощо.

Банки, які одержують у тимчасове користування гроші вкладників, наприклад домогосподарств, формують на ринку капіталу *пропонування* фінансових ресурсів. Натомість підприємці, які прагнуть здійснити нагромадження капіталу (інвестиції у власну справу), формують *полит*.

За право використання фінансових ресурсів позичальник сплачує **позичковий процент**. Він оцінюється у процентах як частка від позиченої суми грошей за формулою

$$i = \frac{B}{K} \times 100 \%,$$

де B – сума, яку треба сплатити за користування грошима; K – сума позичених коштів.

Наприклад, якщо банк позичив 100 тис. грн і за їх використання через рік треба сплатити 20 тис. грн, повернувши загалом 120 тис. грн ($100 + 20 = 120$), то це означає, що річна ставка (норма) позичкового процента становить $i = \frac{20}{100} \times 100 = 20\%$. Тобто боржник узяв у банку

кредит під 20 % річних.

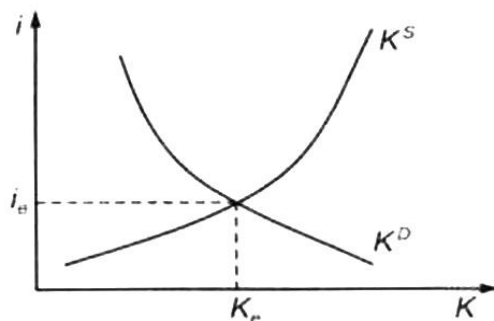
Попит на капітал залежить від очікуваного підприємцем доходу. Підприємець формуватиме додатковий попит на фінансові ресурси до того моменту, доки приріст доходу не зрівняється з платою за користування грошима. Це правило можна записати так:

$$MPK = i,$$

де MPK – граничний дохід підприємця від залучення додаткової одиниці капіталу; i – процент, який підприємець має сплачувати за позичені гроші.

Пропонування капіталу формується з урахуванням того, що власник грошей (кредитор), погоджуючись надати кредит конкретному користувачеві фінансового ресурсу (боржникові), відмовляється від інших варіантів використання грошей. Це має стимулюватися вищим процентом. Тому залежність між пропонуванням фінансового капіталу і ставкою процента є прямою.

Позичковий процент, що є ціною на ринку капіталу, формується у взаємодії попиту і пропонування (графік 4.3).



Графік 4.3

Рівновага на ринку капіталу

Пояснення до графіка

Ціна ринку капіталу – процент – формується в результаті взаємодії попиту і пропонування.

Рівноважна ставка процента має узгоджувати інтереси позичальника (кредитора) і боржника.

З ринком капіталів пов'язаний ринок цінних паперів, на якому продаються акції, облігації та інші цінні папери. Спільним для ринку капіталу та ринку цінних паперів є те, що і банківські кредити, і продаж цінних паперів є джерелом додаткових коштів, потрібних для нагромадження капіталу та інвестування.

4.5. Що таке ринок інформації та які він має особливості

Наприкінці ХХ ст. людство вступило в *інформаційну еру*. Її ключовою ознакою є те, що економічний та соціальний розвиток кожної країни, її місце у світі визначаються інформаційними ресурсами. Той, хто розпоряджається більшою за обсягом і точнішою інформацією (знанням) про технології, ринкові ціни, наміри виробників і споживачів, виробничі ресурси тощо, має значні переваги. Світовими лідерами стали країни, які, володіючи науково-технічною інформацією, виробляють і продають *наукомістку продукцію*, пов'язану з сучасними Інтернет-комп'ютерними технологіями (ІКТ).



Обсяги продажу на світовому ринку наукомісткої продукції сьогодні приблизно оцінюються у 3 трлн дол. Більше від половини цього ринку – це наукомістка продукція трьох країн – США (23%), Німеччини (17,7%) та Японії (13,3%).

Вартість інформації – це один з важливих елементів витрат сучасного виробництва.

На ринку інформації крім звичайних носіїв інформації – книжок, журналів, каталогів тощо – продаються особливі товари. Це так звані *знаки*, в яких інформація закодована. До особливих товарів належать патенти, ліцензії, ноу-хау, проектна документація, комп'ютерні програми, магнітні звукофіксатори, дослідні зразки.

Інформаційний продукт має особливості, які відрізняють його від усіх інших продуктів.

По-перше, після використання цього продукту його запас не зменшується. Наприклад, якість комп'ютерної програми не погіршується зі збільшенням її користувачів.

По-друге, після збільшення кількості споживачів корисність інформації (якщо вона не є конфіденційною) не стає меншою. Зокрема, корисність статистичної інформації про динаміку курсу валюти не зменшується від того, що вона стає доступною більшій кількості людей.

По-третє, корисність значної частини інформації більшою мірою, ніж для інших товарів, залежить від часу її одержання. Наприклад, для торговців цінними паперами корисність інформації може суттєво зменшуватися навіть за хвилину.

По-четверте, відшкодування витрат на створення багатьох видів інформації за кошт її безпосередніх користувачів значно ускладнюється, оскільки важко або неможливо обмежити її споживання лише певним колом осіб-платників. Це стосується, наприклад, реклами на вулицях, економічних новин на радіо, телебаченні тощо.

Пропонування інформаційного продукту формується окремими особами (авторами, винахідниками), науково-дослідними установами, консалтинговими фірмами, державними органами статистики та ін.

На сучасному ринку інформації крім її безпосередніх виробників працюють посередники, які також визначають пропонування інформаційного продукту. Це – власники інформаційних мереж, засобів комунікацій, рекламних агенцій.

Пропонування з боку виробників інформації формується з урахуванням можливості відшкодування витрат на її створення. На таке відшкодування розраховують і виробники інформації, і посередники ринку інформаційних товарів.

Попит на інформаційний продукт, що має виробничу цінність, в інформаційному суспільстві виникає з боку всіх економічних суб'єктів. Він залежить від очікуваного приросту доходу в результаті використання інформації.

Рівноважна ціна на ринку інформації має узгодити інтереси споживачів і виробників інформаційного продукту в певний момент часу. Вважається, що реальна ціна ринку інформації більшою мірою, ніж ціна інших ринків, відхиляється від рівноважної. Наприклад, споживачі інформації, для яких вирішальним є чинник часу, виявляють готовність платити за неї значно завищену ціну. Навпаки, у разі коли важко обмежити коло споживачів інформації, її ціна може бути штучно занижена.



Підсумки теми

- ☑ Загальний ринок виробничих ресурсів охоплює окремі сегменти: ринок землі, праці, капіталів, інформації. Усі вони мають такі спільні риси: 1) на них реалізуються товари виробничого призначення; 2) попит на кожному з цих ринків залежить від попиту на товари кінцевого споживання; 3) покупцями на усіх ринках є підприємці, а продавцями – власники ресурсів; 4) взаємодоповнюваність і взаємозамінність товарів, що продаються на ринках; 5) ціни ринків одночасно є доходами власників окремих виробничих ресурсів.
- ☑ Ринок праці має такі особливості: 1) об'єкт продажу на цьому ринку – послуга праці – має результативність, що залежить від заінтересованості працівника у своїй діяльності; 2) попит на працю визначається граничною продуктивністю праці; 3) пропонування праці визначається вибором працівника між двома цінностями – додатковою працею, що забезпечує додатковий дохід і споживання, та вільним часом.
- ☑ Ринок землі має такі особливості: 1) суб'єкти ринку вступають у відносини під час орендування та остаточного продажу землі; 2) попит на землю визначається граничним доходом від використання земельних ресурсів; 3) пропонування землі є фіксованим і обмеженим наявними земельними площами; 4) ціною ринку землі стає рента від надання землі в користування на обмежений час; 5) ціна землі під час її остаточного продажу залежить від ренти, яку одержував власник ділянки, та від доходу, який можна мати, поклавши отримані від її продажу гроші на банківський депозит, та визначається за формулою

$$P_i = \frac{R}{i} \times 100 \%.$$

- ☑ Ринок капіталу характеризується такими особливостями: 1) його функціонування визначається потребою нагромадження капіталу; 2) попит на капітал залежить від його граничної продуктивності; 3) пропонування капіталу визначається вигодами (доходами) кредитора від надання грошей у тимчасове користування боржникові; 4) процент – ціна ринку капіталу – узгоджує інтереси кредитора та позичальника й визначається за формулою

$$i = \frac{B}{K} \times 100 \%.$$

- ☑ Об'єктом купівлі-продажу на ринку інформації стає інформаційний продукт, що має такі особливості: 1) у процесі використання його запас не зменшується, 2) у разі збільшення кількості споживачів корисність інформації не втрачається, 3) корисність значної частини інформації більшою мірою, ніж для інших товарів, залежить від часу її одержання, 4) відшкодування витрат на створення багатьох видів інформації значно ускладнено.

МОЖЛИВОСТІ ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ЗНАТЬ, ЗДОБУТИХ ПІСЛЯ ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

- Знання про окремі ринки збагачують ваше уявлення про сфери людської діяльності й розширюють можливості вибору майбутньої професії.
- За будь-яких обставин ви станете суб'єктом ринку праці, і тоді знання економічної поведінки суб'єктів цього ринку та особливостей формування заробітної плати вельми стануть вам у пригоді.



Контрольні запитання та завдання

- 1** Що станеться з пропонуванням на ринку праці в кожному з наведених випадків:
- а) у галузі відбувся перехід до технології, що передбачає застосування меншого обсягу живої праці;
 - б) підвищення заробітної плати не гарантує споживачеві задоволення його потреб на вищому рівні;
 - в) під тиском профспілок досягнуто зростання заробітної плати найманих працівників?
- 2** Що станеться з попитом на капітал та його пропонуванням у кожному з наведених випадків:
- а) банки країни знизили норму позичкового процента;
 - б) країна перебуває у фазі економічного піднесення, кількість угод зростає;
 - в) знизилася прибутковість проектів, в які вкладали кошти підприємці-інвестори?

3 Визначте, об'єктом яких ринків є такі ресурси:

- а) патенти на винаходи;
- б) послуги праці юристів;
- в) банківські кредити;
- г) ділянки під забудову;
- ґ) акції;
- д) предмети споживання;

4 Розв'яжіть задачі.

- А. Визначте позичковий процент, якщо кредитор надав позичку в 4500 грн на рік за умови повернення 5200 грн.
- Б. Яку ренту мав одержувати власник з ділянки землі, проданої за 12 000 грн, якщо банківський процент становить 14%?
- В. Скількох працівників найматиме підприємець, якщо зарплата дорівнює 1500 грн, граничний продукт (дохід) першого працівника становить 1600, другого – 2000, третього – 1700, четвертого – 1200 грн?

Тема 5. Підприємницька діяльність

➤ Після вивчення теми ви знатимете

- які функції виконує підприємець;
- в яких формах існує підприємницька діяльність;
- як між собою пов'язані дохід, витрати та прибуток підприємця;
- чому підприємству потрібні зв'язки з фінансовими установами;
- що таке бізнес-план підприємства.

➤ Раніше здобуті знання, які треба використати для засвоєння матеріалу теми:

- особливості ринку виробничих ресурсів;
- схема ціноутворення на різних ринках виробничих ресурсів;
- зміст категорії «власність»;
- особливості функціонування ринкової економіки.

5.1. Які функції виконує підприємець

Підприємці – особливі суб'єкти економіки. Існують різні варіанти відповідей на питання про те, у чому полягає ця особливість.

Першим поняття «підприємець» ужив ще на початку XVIII ст. французький банкір *Рене Кантільон*, який вважав визначальними ознаками підприємця керування власною справою та здатність ризикувати для досягнення в ній успіху. На початку XX ст. це уявлення суттєво доповнив видатний австрійський економіст Й. Шумпетер, який наголосив на тому, що підприємець – це *новатор*, рушій науково-технічного прогресу.

Діяльність будь-якого підприємця підпорядкована *меті привласнення прибутку*. Розмір прибутку визначає успіх підприємця.

Розвиток підприємництва приносить суспільству *незаперечні вигоди*. Вони полягають насамперед у тому, що:

- підприємець може досягати своєї мети, лише якнайповніше задовольняючи потреби споживачів;
- підприємець заінтересований в економічному використанні ресурсів, тому він прагне вдосконалити технології і цим сприяє технічному прогресу;
- підприємець досягає найліпших результатів за умов соціальної і політичної стабільності, тому він заінтересований у партнерських відносинах з урядом, профспілками, споживачами тощо.

Однак, прагнучи одержати якомога більший прибуток, підприємець може вдаватись до різних засобів. Історичний досвід свідчить, що ними можуть бути й такі, що суперечать інтересам суспільства, споживачів та найманих працівників. Тому завжди є актуальним питання про поєднання суперечливих інтересів.

У чому може виявлятися суперечність інтересів?

Приклад 1. Відносно високі ціни деяких товарів спонукають підприємців виробляти продукти з низькою або навіть від'ємною суспільною корисністю, такі як алкогольні напої, тютюнові вироби, відеофільми, що пропагують насильство, неповагу до людей певних національностей або соціальних груп.

Приклад 2. Підприємці можуть бути зацікавлені у збереженні енергозатратних виробництв і технологій, котрі забруднюють довкілля, якщо витрати на очисні споруди і нові технології зменшують прибутковість.

Приклад 3. Підприємці завжди шукають способи мінімізації податкових платежів, хоч податки є джерелом фінансування соціальних програм, загальнодержавних проектів.

Приклад 4. Підприємці для швидшої реалізації продукції чи послуг можуть надавати неправдиву або неповну інформацію про них у рекламі.

Приклад 5. Підприємці можуть вибирати такий спосіб економії на витратах, як погіршення умов праці, зростання її інтенсивності без змін заробітної плати найманих працівників.

У цивілізованих суспільствах знайдено інструменти гармонізації (узгодження) інтересів підприємців, суспільства, споживачів, найманих працівників. Найбільш дієвими інструментами є:

- законодавство, яке, з одного боку, оберігає довкілля, моральне і фізичне здоров'я нації, визначає мінімальну заробітну плату та умови праці, а з другого – захищає приватну власність та виключає надмірний податковий тягар на підприємців;
- діяльність інститутів громадянського суспільства – об'єднань споживачів, захисників довкілля, спілок підприємців, професійних спілок тощо.

Видатні підприємці – організатори, новатори, творчі особистості – є багатством окремих націй і всього світу. Завдяки їм змінюється спосіб життя і спілкування мільйонів людей. Світ на початку XXI ст. був би іншим, якби не діяльність підприємців-засновників зокрема таких фірм, як «Apple» та «Microsoft», «Boeing» та «Samsung».

Великі українські підприємства «Оболонь», «Рошен», «Чумак», «Богдан» та тисячі середніх і малих підприємств, що чесно роблять

свою справу в усій країні, живлять упевненість у тому, що традиція українського підприємництва в її ліпших виявах не втрачена.

5.2. Види підприємницької діяльності та види підприємств

Діяльність підприємця починається з визначення напрямку діяльності та вибору організаційної форми майбутнього підприємства. Від правильності вирішення цих питань залежить успіх майбутньої справи.

Підприємницька діяльність може розпочатись у будь-якій сфері, якщо існує потреба в цій діяльності. За сферами докладання підприємницьких зусиль можна виокремити такі види підприємництва (схема 5.1).

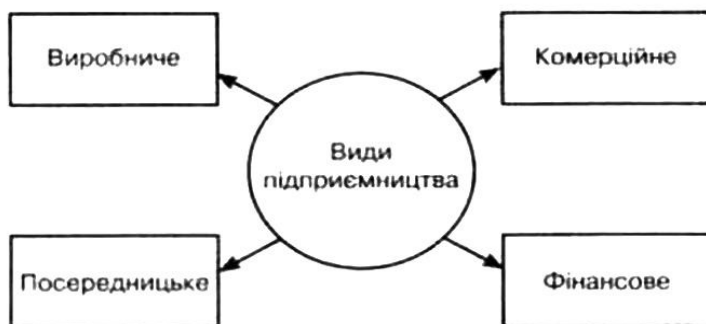


Схема 5.1

Види підприємництва

Пояснення до схеми

- 1. Схема демонструє чотири основні види підприємництва: виробниче, комерційне, посередницьке та фінансове.
- 2. **Виробниче підприємництво** пов'язане з виготовленням різних видів продукції та наданням послуг. Тому його можуть репрезентувати автомобілебудівний завод, хлібопекарня, будівельна фірма, готель, перукарня, освітній заклад.
- 3. **Комерційне підприємництво** здійснюється у сфері реалізації готової продукції. Воно охоплює підприємства оптової та роздрібною торгівлі.
- 4. **Посередницьке підприємництво** має на меті налагодження зв'язків між виробником продукції (послуг) та споживачем. Воно репрезентоване підприємствами, що надають інформацію, створюють рекламу, досліджують ринок, консультують.

Фінансове підприємництво виконує функції, пов'язані з рухом грошей (кредитів), цінних паперів, страхуванням майна і ризиків. У ньому зайняті банки, страхові компанії, інвестиційні фонди та інші фінансово-кредитні організації.

Людина стає підприємцем, створивши **підприємство**. Кожне підприємство є частиною великого цілого, яке зветься національною економікою. Підприємства можна класифікувати і досліджувати, спираючись на різні ознаки (критерії). Найважливіші критерії класифікації та групування підприємств зображені на схемі 5.2.

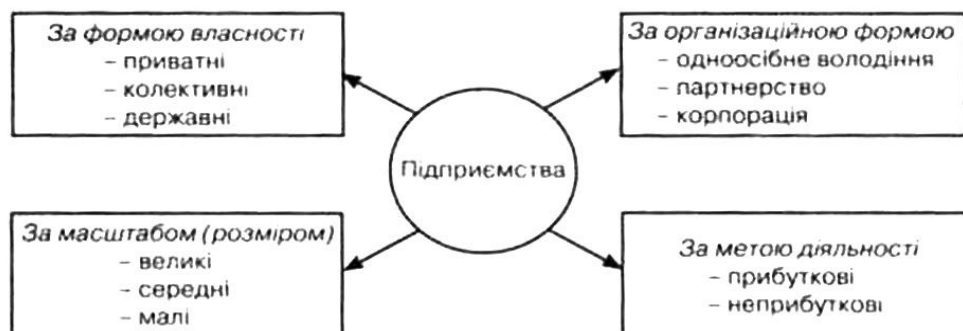


Схема 5.2

Класифікації підприємств за різними ознаками

Пояснення до схеми

На схемі наведені *чотири ознаки*, за якими кожне підприємство можна віднести до певної групи, а саме: за формою власності, організаційною формою, масштабом, метою діяльності.

- Згадані ознаки можна застосовувати одночасно, і тоді підприємство буде подане як таке, що володіє чотирма ознаками. Наприклад, торговельні підприємства найчастіше бувають приватними, одноосібними, малими, прибутковими.

Охарактеризуємо докладніше кожну з виділених груп підприємств.

Підприємства за формою власності. Підприємство може належати одній особі, колективу людей або суспільству, відповідно, вирізняють **приватну, колективну, державну** форми власності. Одна форма власності відрізняється від іншої залежно від такого:

- з яких джерел сформовано майно підприємства;
- у чий інтересах воно використовується;
- кому належатимуть доходи від діяльності підприємства.

Відповіді на ці принципові питання і дають можливість відрізнити підприємство однієї форми власності від підприємства іншої форми так, як це зроблено в табл. 5.1.

Таблиця 5.1

Підприємства за формами власності	З яких джерел сформовано майно підприємства	У чиїх інтересах використовується майно підприємства	Кому належатимуть доходи від діяльності
Приватне	З приватних доходів	Приватної особи	Приватній особі
Колективне	З колективних доходів	Колективу людей	Колективу
Державне	З державних доходів	Суспільства в цілому	Державі

Формам власності відповідають певні організаційні форми підприємств.

Підприємства за організаційною формою. У найбільш узагальненому вигляді зв'язок між формами власності та організаційними формами підприємств поданий на схемі 5.3.

Форма власності	Організаційні форми підприємств
Приватна	{ Одноосібне володіння Партнерство Корпорація
Колективна	{ Виробничі кооперативи Збутові та споживчі кооперативи Кредитні кооперативи (спілки)
Державна	{ Комунальні підприємства Загальнодержавні підприємства

Схема 5.3

Форми власності та організаційні форми підприємств

Приватна власність є основою ринкової економіки. Особливості її організаційних форм пояснимо на прикладі.

Приклад. Підприємство «Вікно у світ» виникло як **одноосібне володіння** (sole proprietorship). Його власник пан Кириленко започаткував невеликий бізнес з монтажу пластикових вікон в оселях та офісах, вклавши власний капітал – заощадження, нагромаджені з власних доходів. Він найняв чотирьох будівельників, водія вантажівки, а сам

виконував роботу організатора виробництва, приймаючи замовлення, рекламуючи послуги, та роботу бухгалтера. Як застава за кредит у банку він використав власну квартиру та автомобіль.

Через п'ять років успішної діяльності власник підприємства «Вікно у світ» усвідомив необхідність розширення справи. На переговорах з колегами по бізнесу було ухвалено рішення створити партнерське підприємство, або **товариство** (partnership), з монтажу вікон, дверей, балконних конструкцій. До справи було долучено грошові капітали та засоби виробництва ще двох осіб. Партнери уклали угоду про розподіл функцій, ризиків, доходів та збитків.

Ще через сім років успішної діяльності власники підприємства «Вікно у світ», урахувавши надзвичайно великий попит на житло, ухвалили рішення про розширення справи. Вони вирішили стати засновниками будівельної організації, вибравши як її організаційну форму **корпорацію** (corporation, public company). Після розв'язання всіх юридичних питань було оголошено про продаж акції нового акціонерного товариства. Завдяки продажу акцій було одержано достатньо коштів для придбання нових виробничих потужностей, наймання на роботу додаткових працівників та службовців.

Кожна розглянута нами організаційна форма приватних підприємств: одноосібне володіння, партнерство, корпорація – має переваги та обмеження (недоліки). Вони наведені в табл. 5.2.

Таблиця 5.2

Переваги та обмеження одноосібного володіння, партнерства, корпорації

Переваги	Обмеження (недоліки)
Одноосібне володіння	
<ul style="list-style-type: none"> • Самостійність власника та свобода дій у прийнятті рішень • Простота організації та швидкість утілення управлінських рішень у життя • Висока мобільність, здатність пристосуватись до потреб клієнтів • Привласнення всього прибутку однією особою та використання податкових пільг, що зазвичай надаються одноосібним володінням як малим підприємствам 	<ul style="list-style-type: none"> • Обмеженість ресурсів під час залучування справи • Значна кількість функцій, виконуваних однією особою, що може спричиняти хибні рішення • Повна одноосібна відповідальність усім майном у разі банкрутства

Переваги

Обмеження (недоліки)

Партнерство

- Розширення джерел фінансування за кошти кількох партнерів
- Якісніше управління завдяки розподілу функцій між партнерами
- Використання податкових пільг, оскільки прибуток кожного партнера оподатковується як індивідуальний
- Імовірність виникнення суперечностей між партнерами
- Відповідальність одного партнера за хибні рішення інших
- Необхідність реорганізації підприємства в разі виходу з партнерства одного із засновників

Корпорація

- Значне розширення капіталу за кошти від продажу акцій, а також кредитів банків, зазвичай більш прихильних до великих підприємств
- Можливість наймання професійних менеджерів і вища якість управлінських рішень
- Немає загрози реорганізації через зміну власників під час продажу ними акцій
- Обмежена відповідальність власників акцій, яка не поширюється на їхнє особисте майно
- Власники акцій не беруть участі у поточному управлінні, а функції управління здійснюють наймані менеджери, що може призвести до конфлікту інтересів
- Подвійне оподаткування доходів: спочатку як прибутку корпорації, потім – як дивідендів власників акцій



Провідними підприємствами у світі є корпорації, щорічний рейтинг яких оцінюється за такими показниками, як одержаний дохід, прибуток та вартість активів. Серед 20 найбільших 2010 року за рейтингом «Forbes Global 2000» посіли перші три місця: «JPMorgan Chase» (США, банківські послуги), «General Electric» (США, електронна та електротехнічна продукція, полімери), «Exxon Mobil» (видобування та переробка нафти і газу). Перша в рейтингу «JPMorgan» мала такі показники: дохід – 115630 млн дол., прибуток – 11650 млн, активи – 2031990 млн дол. Доходи згаданих компаній зрівняні з доходами цілих країн.

Колективна власність існує в організаційній формі кооперативів. Кооператив (cooperative) – це підприємство, яким спільно володіють його члени, зазвичай дрібні виробники (ремісники чи фермери), спо-

живачі, власники невеликих сум грошей тощо. Основною метою діяльності кооперативів є задоволення виробничих, збутових, споживчих потреб та потреб у кредитуванні його членів.

Кооперативи мають такі особливості організації:

- умовою членства в кооперативі є входження в нього зі своїм паєм – грошима, землею, засобами виробництва тощо;
- самоврядування та особиста участь кожного члена у справах кооперативу.

Кооперативи мають як переваги, так і обмеження (табл. 5.3).

Таблиця 5.3

Переваги та обмеження колективної власності

Переваги	Обмеження
<ul style="list-style-type: none"> • Функціонування на демократичних засадах самоврядування • Рівність усіх членів кооперативу • Розподіл доходів на засадах трудового або пайового внеску • Спрощена процедура створення • Користування податковими пільгами, які зазвичай надаються державою 	<ul style="list-style-type: none"> • Необхідність узгодження інтересів усіх членів під час прийняття рішень • Складність точної оцінки трудового внеску у виробничих кооперативах • Відокремлення власності від управління, коли члени кооперативу частину своїх функцій передають правлінню кооперативу

Державні підприємства в ринковій економіці, хоч і фінансуються з бюджету, але змушені здійснювати витрати у межах одержаних доходів. У цьому вони подібні до підприємств інших форм власності. Однак державні підприємства мають і певні особливості:

- їх власниками є місцеві або центральні органи державної влади;
- вони працюють за державними замовленнями, забезпечуються державою початковим капіталом;
- директорів підприємств призначає уряд;
- розподіл доходів і розмір заробітних плат працівників визначаються законами країни.

Загалом державні підприємства відрізняються від інших більшою стабільністю (передбачуваністю) розвитку, але, як правило, вони менш ефективні.

Переваги та недоліки (обмеження) державних підприємств наведені в табл. 5.4.

Таблиця 5.4

Переваги та недоліки (обмеження) державних підприємств**Переваги**

- Менш залежні від змін ринкової кон'юнктури, тому більш стабільні
- Мають більші, ніж інші підприємства, державні джерела фінансування

Обмеження

- Діють поза конкурентною боротьбою, яка спонукає інших підприємців до вищої ефективності, тому є менш ефективними
- Функціонують за більш жорсткими правилами, тому є менш мобільними

Підприємства за масштабом (розміром) поділяються на **малі, середні та великі**.

У сучасній економіці співіснують різні за масштабами діяльності підприємства. Чим пояснюється таке співіснування? Є кілька причин:

- По-перше, технологія виробництва різних товарів потребує підприємств різних масштабів. Наприклад, надання стоматологічних послуг чи індивідуальне шиття одягу вигідніше здійснювати на невеликих підприємствах. Натомість для виробництва літаків, автомобілів, залізничних вагонів тощо потрібні підприємства великих масштабів.
- По-друге, різні підприємства мають різні можливості реагувати на мінливий попит споживачів. Менші підприємства здатні реагувати швидше на зміни попиту, великі – повільніше. Водночас великі підприємства мають більші ресурси для здійснення наукових досліджень та впровадження нових технологій, ніж малі та середні.



Існують конкретні параметри (показники), за якими підприємства відносять до малих, середніх та великих. В Україні та в країнах Європи вони збігаються за кількістю зайнятих, але різняться за валовим доходом (оборотом). Порівняльні дані подані в табл. 5.5.

Таблиця 5.5

Параметри, за якими визначають належність підприємств до малих, середніх, великих

Параметри оцінки	Малі підприємства		Середні підприємства		Великі підприємства	
	Європа	Україна	Європа	Україна	Європа	Україна
Зайняті (осіб)	до 50	до 50	від 51 до 250	від 51 до 250	більше ніж 250	більше ніж 250

Параметри оцінки	Малі підприємства		Середні підприємства		Великі підприємства	
	Європа	Україна	Європа	Україна	Європа	Україна
Оборот (валовий дохід)	до 10 млн євро	до 70 млн грн	від 10 до 50 млн євро	від 70 до 100 млн грн	більше 70 млн євро	більше 100 млн грн

Внесок малих, середніх і великих підприємств у забезпечення громадян роботою та у створення продукції в Україні 2009 року можна побачити в табл. 5.6.

Таблиця 5.6

Внесок малих, середніх та великих підприємств України в забезпечення зайнятості та виробництва

Параметри оцінки	Малі підприємства	Середні підприємства	Великі підприємства
Частка підприємств у загальній зайнятості населення, %	19,1	46,7	34,2
Частка підприємств у обсягах продукції	4,4	68,1	27,5

Українські дані свідчать про значне недовикористання можливостей малих підприємств, особливо в зайнятості населення. В європейських країнах їхня частка в зайнятості населення перевищує 50 %.

За метою діяльності підприємства поділяються на **прибуткові** та **неприбуткові**.

Для прибуткових підприємств, які зазвичай є підприємствами приватної власності, мета одержання прибутку стає *першорядною*.

Для неприбуткових підприємств прибуток не є метою діяльності. Але якщо у процесі господарської діяльності їхні доходи перевищують витрати, то різниця цілком повертається у справу з метою її розширення або модернізації.

Цілі діяльності неприбуткових підприємств (організацій) можуть бути різні, а саме:

- для профспілок, творчих спілок письменників, композиторів, художників – захист інтересів певних груп людей;
- для університетів, коледжів, клубів, інтелектуальних об'єднань людей – освіта та просвітницька діяльність;

- для Червоного хреста, товариств милосердя, об'єднань для підтримки людей з обмеженими можливостями – благодійна діяльність;
- для товарних та фондових бірж – упорядкування ринкових відносин та надання їм більш цивілізованих форм.

5.3. Як між собою пов'язані дохід, витрати та прибуток підприємця

У процесі підприємницької діяльності формуються два основні види доходу, а саме:

- валовий дохід, або загальний виторг;
- прибуток підприємця.

На перший погляд будь-яке зростання валового доходу (загального виторгу) є свідченням успішної діяльності підприємця. Але це не так. Адже в підприємницькій діяльності необхідно враховувати витрати на виробництво та реалізацію продукції.

Валовий дохід, або загальний виторг, визначається за формулою

$$TR = P \times Q,$$

де Q – обсяг проданої продукції; P – ціна одиниці продукції.

Валовий прибуток розраховується за формулою

$$Pr = P \times Q - TC = TR - TC,$$

де Pr – прибуток підприємця; TC – загальні витрати на виробництво та реалізацію продукту.

Не весь валовий прибуток залишається підприємцеві, оскільки його частина стягується до державного та місцевих бюджетів у вигляді податків. Прибуток після оподаткування називається **чистим прибутком** і визначається за формулою

$$NPr = Pr - T,$$

де NPr – чистий прибуток; T – податок на прибуток.

Бажання підприємця зробити прибуток максимально великим залежить від витрат. А витрати підприємця мають цікаву властивість змінюватися залежно від того, скільки товарів він виробляє, тобто від масштабів виробництва. Щоб зрозуміти цю залежність, треба розглянути структуру (складники) витрат.

Витрати поділяють на **постійні** та **змінні**. Тому формула загальних витрат має такий вигляд:

$$TC = FC + VC,$$

де TC – загальні витрати; FC – постійні витрати; VC – змінні витрати.

Пояснимо склад постійних та змінних витрат на прикладі.

Приклад. Існує майстерня з виробництва жіночих капелюшків, власником якої є приватний підприємець Черкавський.

До **постійних витрат** підприємства, яке виробляє капелюшки, належать:

- орендна плата за приміщення, в яких розміщена майстерня;
- заробітна плата керівників та обліковців, у нашому випадку – самого власника, який керує справою, та бухгалтера;
- витрати, пов'язані з амортизацією (спрацюванням) устаткування та обладнання, на якому виробляються капелюшки;
- витрати на страхування майна майстерні.

До **змінних витрат** у виробництві капелюшків належать:

- відрядна оплата праці майстринь, які виробляють капелюшки;
- витрати на придбання фетру, тканин, ниток та іншої фурнітури для капелюшків;
- плата за електричну енергію.

Принципова відмінність між постійними та змінними витратами полягає в тому, що постійні витрати не змінюються зі зміною обсягів виробництва, у нашому випадку – зі збільшенням кількості капелюшків. Проте змінні витрати зростають у разі збільшення і скорочуються в разі зменшення цих обсягів.

Ілюструємо розрахунок валового доходу, загальних витрат і прибутку майстерні капелюшків за різних обсягів виробництва. Ринкова ціна за один капелюшок становить 750 грн (табл. 5.7).

Таблиця 5.7

Динаміка доходів, витрат та прибутків у виробництві різної кількості капелюшків

Кількість капелюшків (од.) за місяць – Q	Валовий дохід (за ціни капелюшка 750 грн) – TR	Постійні витрати (грн) – FC	Змінні витрати (грн) – VC	Загальні витрати (грн) – TC	Валовий прибуток (грн) – Pr
10	7500	4000	2000	6000	1500
20	15000	4000	7000	11000	4000

Кількість капелюшків (од.) за місяць – Q	Валовий дохід (за ціни капелюшка у 750 грн) – TR	Постійні витрати (грн) – FC	Змінні витрати (грн) – VC	Загальні витрати (грн) – TC	Валовий прибуток (грн) – Pr
30	22500	4000	11000	15000	7500
40	30000	4000	14000	18000	12000
50	37500	4000	16000	20000	17500
60	45000	4000	23500	27500	17500
70	52500	4000	32000	36000	16500

Пояснення до таблиці

- Усі показники розраховані за раніше наведеними формулами для визначення TR, TC та Pr.
- Найбільший прибуток майстерня може одержати, виробляючи щомісяця або 50, або 60 капелюшків. Тому збільшення обсягів виробництва з 60 до 70 капелюшків виходячи з заінтересованості підприємця зробити свій прибуток максимальним є недоцільним.

Висновок, зроблений на основі даних табл. 5.7, можна перевірити за **законом (правилом) максимізації прибутку підприємства**. Його [закону] зміст полягає в тому, що максимального прибутку підприємство досягає за певних оптимальних обсягів виробництва, а саме тоді, коли додержується тотожність

$$MC = MR,$$

де MC – граничні витрати; MR – граничний виторг.

Граничними називають **витрати**, пов'язані зі створенням однієї додаткової одиниці продукції, а **граничним виторгом** – дохід, пов'язаний із продажем додаткової одиниці продукції.

Приклад. Проілюструємо закон максимізації прибутку та розрахунок граничних витрат і виторгу, аналізуючи далі діяльність майстерні з виробництва капелюшків. Припустимо, що додаткова одиниця виробництва і продажу – це не один капелюшок, а партія їх у 10 одиниць (табл. 5.8).

Таблиця 5.8

Визначення оптимальних обсягів виробництва

Партії з десяти капелюшків	Загальні витрати (ТС)	Граничні витрати (МС)	Граничний вииторг (TR)
Перша	6000	6000	7500
Друга	11 000	5000	7500
Третя	15 000	4000	7500
Четверта	18 000	3000	7500
П'ята	20 000	2000	7500
Шоста	27 500	7500	7500
Сьома	36 000	11 000	7500

Пояснення до таблиці

Граничні витрати на виробництво кожної додаткової партії капелюшків (третій стовпчик) розраховуються як різниця між загальними витратами на виробництво кожної наступної і кожної попередньої партії. Якщо йдеться, приміром, про п'яту партію капелюшків, то $MC = 20\,000 - 18\,000 = 2000$.

Граничні витрати до виробництва п'ятої партії капелюшків скорочувалися, а з шостої – почали збільшуватися.

Оптимальним є виробництво шостої партії, або 60 капелюшків, оскільки саме за такого обсягу виробництва граничні витрати зрівнялися з граничним вииторгом: $MC = MR$.

Крім абсолютного, поданого у грошовому вимірі, показника прибутку, для оцінки діяльності підприємств використовують і відносний показник прибутковості, або рентабельності. Його розраховують як співвідношення між прибутком і витратами:

$$Pr' = \frac{Pr}{TC} \times 100 \%$$

Прибутковість (рентабельність) показує, який прибуток одержано на одиницю витрат.

Приклад. Обчислимо рентабельність у разі створення 60 капелюшків, для якої за даними табл. 5.6 прибуток становить 17 500, а загальні витрати 27 500: $Pr' = \frac{17\,500}{27\,500} \times 100 \% = 63,6 \%$.

Одержаний показник означає, що на кожен гривню витрат підприємств Черкавський одержав майже 64 коп. прибутку. Це дуже високий показник, оскільки нормальною вважається рентабельність на рівні 15–30 %.

Підприємець може впливати на прибуток і на прибутковість (рентабельність), не тільки знаходячи оптимальні (найліпші з можливих) обсяги випуску, але й використовуючи інші можливості, серед яких є й такі:

- ефективно (ощадливо) використання всіх виробничих ресурсів;
- вища технічна озброєність праці;
- реалізація технічних та організаційних нововведень;
- більш досконале знання ринку.

5.4. Чому підприємству потрібні зв'язи з фінансовими установами

Якби підприємці користувалися лише власними ресурсами для створення і розширення підприємств, то це б значно гальмувало розвиток економіки. Усі ресурси, якими може скористатися підприємець, поділяються на внутрішні (власні) та зовнішні (схема 5.4).



Схема 5.4

Фінансові ресурси підприємства

Пояснення до схеми

Власними (внутрішніми) ресурсами підприємства є **прибуток** та **амортизаційні відрахування**. Частина прибутку повертається у виробництво у вигляді коштів на розширення і модернізацію виробництва. **Амортизаційні відрахування** підприємства, які нагрома-

джуються на спеціальних рахунках у процесі використання і спрацювання устаткування, обладнання, машин, механізмів, пізніше використовуються для придбання нових засобів виробництва.

Зовнішніми ресурсами для підприємства можуть бути банківські кредити, кошти від продажу акцій, якщо підприємство є корпоративним (акціонерним), або облігацій, державні субсидії та лізинг.

Короткострокові (до одного року) **кредити** надаються банками для фінансування поточних витрат: придбання сировини чи матеріалів, виплати зарплати. Довгострокові ж кредити використовуються для придбання будівель, споруд, устаткування, здійснення технічних нововведень. Плата за довгострокові кредити є вищою, ніж за короткострокові.

Продаючи акції, підприємство одержує додаткові кошти, але власники акцій стають власниками (акціонерами) підприємства. Продаючи облігації, підприємство також одержує додаткові кошти, стаючи боржником, і бере на себе зобов'язання сплатити покупцеві облігації не тільки її вартість, а й проценти після закінчення терміну позики.

Державні субсидії надаються підприємствам у виняткових випадках з державного бюджету з метою підтримки певних галузей або виробництв. У багатьох країнах ними користуються вугільні шахти та фермерські господарства.

Лізинг є особливим джерелом фінансових ресурсів підприємства, що одночасно поєднує в собі і кредитне зобов'язання, і оренду. Він передбачає довгострокове використання дорогого обладнання, транспортних засобів, устаткування, які підприємство не могло б придбати в інший спосіб. При цьому вартість цих засобів виробництва відшкодовується частинами, через включення у вартість виготовленої продукції. Це джерело фінансування відкриває нові можливості для розвитку малого та середнього бізнесу, якщо інші джерела фінансування виявляються недоступними.

5.5. Що таке бізнес-план

Кожне підприємство є організацією, що потребує **управління**. Ідеться про управління:

- виробництвом;
- фінансовими ресурсами;
- персоналом;
- збутом продукції.

Для кожного з наведених елементів управління потрібні спеціальні знання, а функції управління виконуються працівниками певної кваліфікації. Виробництво контролюють інженери та технологи, фінанси – фінансові менеджери, бухгалтери та аудиторів, персонал – фахівці з кадрових питань, збут – спеціалісти з продажу, маркетингологи. Для того ж щоб підприємство функціонувало як єдине ціле, необхідно налагодити співпрацю його підрозділів, підпорядкувавши їхню діяльність спільній меті. Бізнес-план виконує саме таку об'єднану функцію.

Бізнес-план підприємства складається за звичаєною формою, спрощений зразок якої подано далі. У ньому формулюється зміст певної бізнес-ідеї, пояснюються її переваги, реалістичність утілення, очікувані економічні та фінансові результати, розглядаються можливі ризики.

Приклад. Нехай ідеться про проект побудови майданчика дитячих атракціонів у новому мікрорайоні великого міста. Яким би мав бути зміст основних розділів бізнес-плану? Відповідь ви знайдете в табл. 5.9.

Таблиця 5.9

Зміст основних розділів бізнес-плану

Назва розділу бізнес-плану	Зміст розділу
I. Ідея бізнесу	<i>Обґрунтування потреби в організації дозвілля дітей та підлітків</i> Доведення того, що подібні послуги допомагають вирішувати проблему ефективного (з вигодою для здоров'я дітей та підлітків) дозвілля під наглядом дорослих та зменшують витрати району (міста) на подолання негативних наслідків дій підлітків, позбавлених можливості змістовно проводити вільний час
II. Графік реалізації проекту	<i>Термини здійснення окремих видів робіт на відкриття майданчика атракціонів</i>
III. Цілі бізнесу	<i>Визначення мети реалізації проекту для підприємства.</i> Ними можуть бути: опанування певної частини ринку розваг, досягнення певних обсягів виробництва послуг тощо
IV. Результати дослідження ринку	<i>Визначення потенційних споживачів послуг – дітей та підлітків (можливі їх кількість, вік, уподобання)</i> <i>Дослідження конкурентів, якими можуть розглядатись організації, що надають альтернативні послуги у сфері організації дозвілля дітей та підлітків, а саме спортивні, комп'ютерні клуби, кінотеатри тощо</i>

Назва розділу бізнес-плану	Зміст розділу
V. Оцінка витрат	Розрахунок усіх витрат, які необхідні для зведення споруд, придбання атракціонів, озеленення територій тощо
VI. Формування ціни	Здійснюється на основі оцінки витрат та аналізу цін на альтернативні послуги з організації дозвілля інших підприємств
VII. Оцінка можливої прибутковості проекту	Визначення очікуваного прибутку та врахування впливу на прибутковість проекту ризиків цієї сфери діяльності, можливостей використання податкових пільг тощо



Підсумки теми

- ☑ Підприємництво – самостійна, ініціативна діяльність, що передбачає нововведення і ризик та спрямована на одержання прибутку. Така спрямованість може породжувати суперечність інтересів між підприємцями, з одного боку, та суспільством, споживачами і найманими працівниками – з другого. Для розв'язання суперечностей використовується такий засіб, як законодавство, що визначає правила діяльності підприємців, самоврядних організацій виробників, споживачів тощо.
- ☑ За сферами реалізації підприємництво може бути виробничим, комерційним, посередницьким і фінансовим. Підприємства можуть класифікуватись і за іншими критеріями: формами власності, організаційними формами, масштабами (розміром), метою діяльності.
- ☑ У процесі підприємницької діяльності формуються два основні види доходу: валовий дохід (загальний виторг) та прибуток підприємця. Рівень прибутку залежить від витрат. Витрати поділяють на постійні та змінні. Особливим видом витрат є граничні витрати, пов'язані зі створенням додаткової одиниці продукту в результаті розширення виробництва.
- ☑ Максимізація прибутку досягається за обсягів виробництва, коли граничні витрати збігаються з граничним виторгом, а саме коли $MC = MR$.

- ☑ Для оцінки діяльності підприємств використовують показник прибутковості, або рентабельності. Його розраховують як співвідношення між прибутком та витратами за формулою $Pr' = \frac{Pr}{TC} \times 100\%$.
- ☑ Фінансові ресурси підприємства складаються з внутрішніх (прибуток та амортизаційні відрахування) та зовнішніх (банківські кредити, надходження від продажу цінних паперів, державні субсидії, лізинг).
- ☑ Сучасним засобом управління підприємством є розробка та реалізація бізнес-плану, що охоплює такі розділи: ідея бізнесу, графік реалізації проекту, цілі бізнесу, результати дослідження ринку, оцінка витрат, формування ціни, оцінка можливої прибутковості проекту.

МОЖЛИВОСТІ ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ЗНАТЬ, ЗДОБУТИХ ПІСЛЯ ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

- Ця тема формує навички визначення витрат та порівняння їх з доходами від будь-якої справи; допомагає подолати в собі суто «споживацьке» ставлення до навколишнього світу та зрозуміти необхідність ощадливості, одним з виявів якої є спрямування частини доходів на заощадження та нагромадження.
- Ви зможете приймати обґрунтовані рішення, вибираючи організаційну форму та масштаб підприємства в разі започаткування власного бізнесу в майбутньому. Також ви будете добре розуміти зміст діяльності кооперативів, державних підприємств, неприбуткових організацій, з якими обов'язково матимете справу в дорослому житті.



Контрольні запитання та завдання

- 1 Уявіть, що ваше власне майно (будинок, земельна ділянка, автомобіль, твори мистецтва тощо) оцінюється у 150 тис. грн. До того ж ви маєте капітал у 50 тис. грн, з яких 30 тис. вклали в одноосібне володіння, на 10 тис. придбали акції, а 10 тис. поклали у банк. Що станеться з вашим майном та капіталом, якщо:
 - а) збанкрутує ваше одноосібне підприємство;
 - б) збанкрутує корпорація, акції якої ви придбали?

- 2** Уявіть, що ви консультуєте трьох людей, які характеризуються так:
- перший розпоряджається великим особистим капіталом, але не схильний до ризику;
 - другий має перспективну ідею, але не володіє коштами і не має організаційного досвіду;
 - третій володіє незначним капіталом, але досить ініціативний і понад усе цінує незалежність.

Участь у якій з форм підприємства ви порадили б кожному з них і чому?

- 3** Якого розміру та якої організаційної форми доцільно зробити підприємство, що здійснює таку діяльність:
- виробляє залізничні вагони;
 - створює музичні кліпи;
 - надає юридичні послуги;
 - видає книжки і листівки?

Обґрунтуйте свою відповідь.

- 4** Чим може приваблювати (або відштовхувати) благодійна діяльність? Скористайтеся наведеними далі відповідями та спробуйте продовжити їх перелік:

- а) благодійництво є ефективним способом вкладання коштів для підприємців, що усвідомлюють залежність між розвитком бізнесу і розвитком суспільства;
- б) благодійницька діяльність спричиняє те, що одна частина суспільства паразитує за кошт іншої;
- в) благодійництво дає можливість досягти успіху тим, хто не має коштів, але має талант;
- г) результатом благодійницької діяльності стає втрата частиною суспільства здатності й бажання активно працювати, боротися за гідне існування.

- 5** Розв'яжіть задачу.

Фірма реалізувала 8000 одиниць товару по 500 грн за одну одиницю. Постійні витрати на виробництво продукції становлять 2000 грн. Змінні витрати – 10 грн на кожний виріб. Визначте валовий прибуток фірми. Яким буде чистий прибуток фірми, якщо податок на прибуток та інші платежі до бюджету становлять 40%?

РОЗДІЛ 3

НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА ЯК ЦІЛЕ

Тема 6. Загальні результати національного виробництва

☞ Після вивчення теми ви знатимете

- що таке національне багатство;
- з чого складаються та як між собою пов'язані сукупні доходи та витрати в національній економіці;
- як визначається обсяг узагальнювального показника національного виробництва – валового внутрішнього продукту (ВВП);
- чому важливо оцінювати продукт національної економіки не в номінальних, а в реальних показниках.

☞ Раніше здобуті знання, які треба використати для засвоєння матеріалу теми

- перелік основних суб'єктів економічних відносин;
- особливості формування доходів у ринковій економіці;
- структура виробничих витрат;
- зміст поняття «капітал».

6.1. Що таке національне багатство

Економіка може вивчатися на рівні окремого суб'єкта – домашнього господарства, підприємства, а може аналізуватись і на рівні всього національного господарства країни. Перший підхід до вивчення економіки називається **мікроекономічним**, а другий – **макроекономічним**.

У цій та наступних темах буде використано саме макроекономічний підхід до пояснення економіки.

Перше, що характеризує національну економіку, – це її **національне багатство**.

Обсяг і структура національного багатства *визначають потенціал усієї економіки*. Потенціал – це здатність економіки виробляти речі та послуги, задовольняти потреби власних громадян, іноземців, які купують вітчизняні товари, та конкурувати з економіками інших країн на зовнішніх ринках.

У структурі національного багатства країн світу, визначеній за методикою Світового банку, виокремлюють три основні елементи (складники). Кількісне їх співвідношення, що склалося наприкінці ХХ століття, ілюструє схема 6.1.

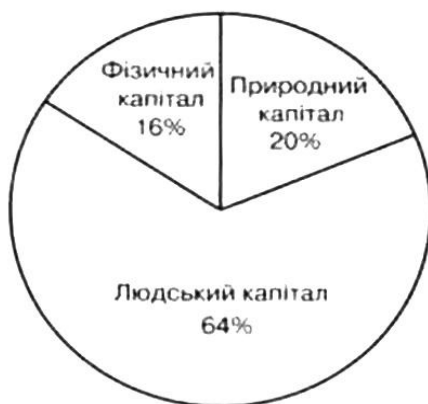


Схема 6.1

Структура національного багатства

Пояснення до схеми

- Основними елементами національного багатства будь-якої країни є людський, природний та фізичний капітал.
- За даними Світового банку середня для 192 аналізованих країн світу частка *людського капіталу* в структурі національного багатства наприкінці ХХ ст. становила 64%. Частка *природного капіталу* (природних ресурсів, залучених до виробничої діяльності) досягла 20%, *фізичного капіталу* – 16%. Для окремих розвинених країн, таких як Франція, Швейцарія, частка людського капіталу в структурі національного багатства є ще вищою і наближається до 80%.

Дані Світового банку про структуру національного багатства розвинених країн переконливо свідчать, що основним складником і передумовою успіху в досягненні добробуту власних громадян та гідного місця у світі є людський капітал. Його відтворення та нагромадження має бути основною турботою і урядів країн, і окремих громадян.