

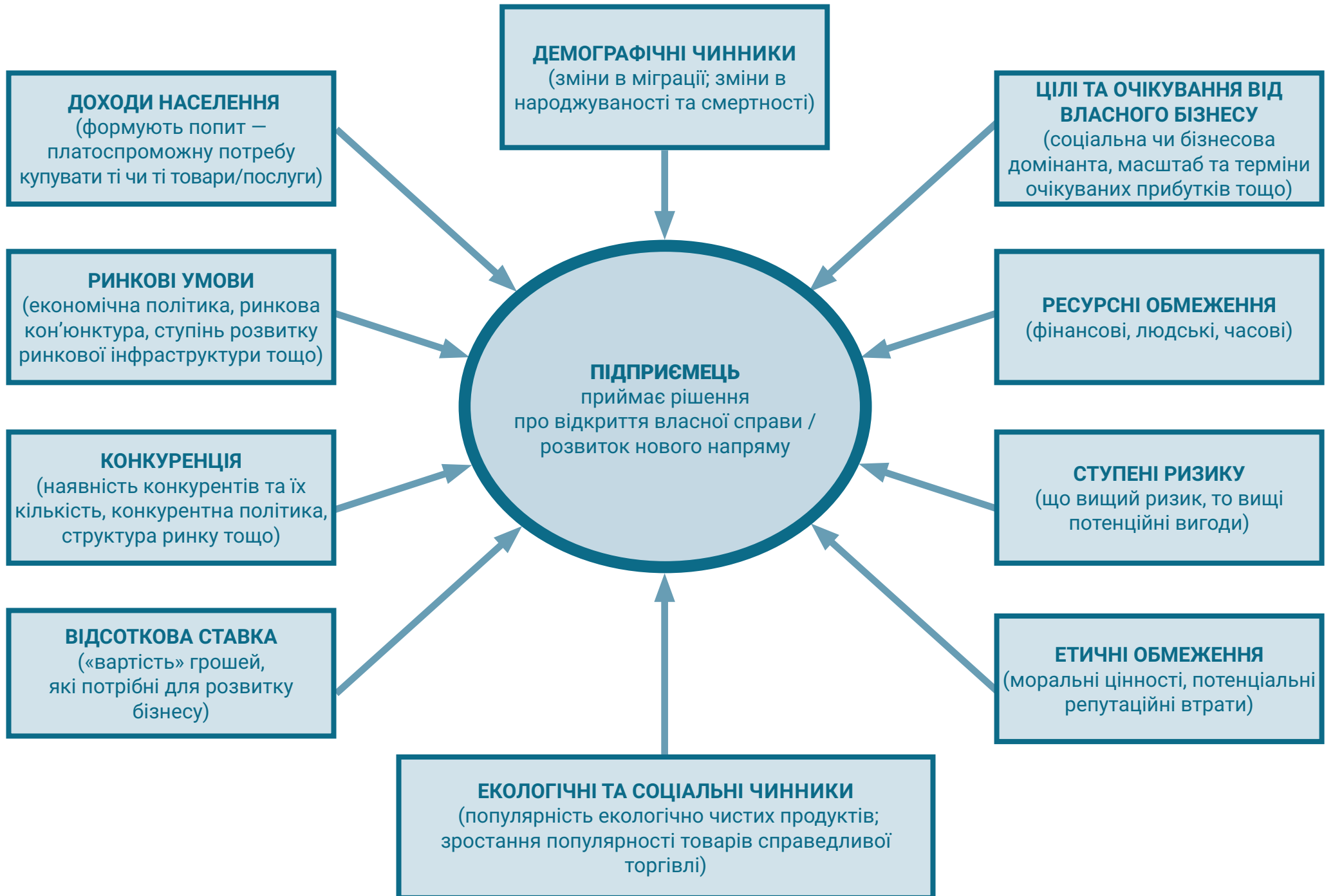
Алевтина КУДІНОВА,
Ірина КУЛАГА, Ксенія ЛОПУХ

ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНИХ ЗНАНЬ

Навчальний посібник
для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти



ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА РІШЕННЯ ПІДПРИЄМЦЯ



**Алевтина КУДІНОВА,
Ірина КУЛАГА, Ксенія ЛОПУХ**

ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНИХ ЗНАНЬ

**Навчальний посібник
для здобувачів професійної
(професійно-технічної) освіти**

**СХВАЛЕНО
для використання
в освітньому процесі**

а |

Київ
Видавничий центр «Академія»
2023

УДК 330(075)
К88

Схвалено для використання в освітньому процесі

(Рішення експертної комісії з професійної педагогіки, психології та змісту професійної (професійно-технічної) освіти від 20 липня 2022 року (протокол № 5), рішення експертної комісії з проведення антидискримінаційної експертизи від 15 липня 2022 року (протокол № 6)).

Цей навчальний посібник надруковано за фінансової підтримки Європейського Союзу та його держав-членів Німеччини, Фінляндії, Польщі та Естонії у межах програми «EU4Skills: кращі навички для сучасної України». EU4Skills виконується Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH та Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW). Зміст цієї публікації є виключною відповідальністю її авторів та не може жодним чином сприйматися як такий, що відображає погляди Європейського Союзу, його держав-членів та Програми.

Кудінова А.

К88 Основи економічних знань : навч. посіб. для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти / Алевтина Кудінова, Ірина Кулага, Ксенія Лопух. — Київ : ВЦ «Академія», 2023. — 208 с. : іл.

УДК 330(075)

ISBN 978-966-580-653-0

У навчальному посібнику розкрито сутність і особливості економічних явищ та економічної діяльності, охарактеризовано ринки та ринкові структури, основні засади підприємницької діяльності, принципи суспільного відтворення і економічного розвитку.

Навчальний посібник адресований здобувачам професійної (професійно-технічної) освіти, буде корисним викладачам економічних дисциплін, а також тим, хто самостійно вивчає економіку і підприємництво.

ISBN 978-966-580-653-0

© Кудінова А., Кулага І., Лопух К., 2022

© Штогрин В., дизайн, графічні роботи, 2022

Передмова

Ключовими тенденціями економічного розвитку у XXI ст. є всебічне поглиблення взаємодії бізнесу та суспільства, економічного та соціального, а теза про те, що «бізнес є джерелом і силою створення благ для суспільства», викликає дедалі більший інтерес та обговорення в наукових і бізнес-колах.

Нині спостерігається зміщення акцентів у кількох напрямках.

1. Проактивному та відповідальному суспільству вже недостатньо лише дотримання бізнесом законів і своєчасної сплати податків. Суспільство очікує ініціативної участі бізнесу в економічних трансформаціях, соціальної відповідальності та залучення до процесів суспільних перетворень. У свою чергу підприємства та організації дедалі більше усвідомлюють свій вплив на суспільство, навколишнє середовище та позитивні або негативні наслідки власної діяльності для суспільства і споживачів.

2. Підприємництво перетворюється на рушійну силу економічного розвитку. Засноване на нових ідеях, інноваціях, креативності, підприємництво повною мірою відповідає вимогам постіндустріальної моделі розвитку, яка ґрунтується на принципово новому технологічному способі виробництва, в основі якого — інформаційно-інтелектуальні технології, знання, творчість людини.

3. Підприємництво стає одним з інструментів зменшення соціальної диференціації, розриву між багатими та бідними. Історія знає чимало прикладів, коли лібералізація національної економіки, свобода підприємницької діяльності призводили до зростання міжнародної конкурентоспроможності як окремих бізнесів, так і національної економіки загалом. Малі та середнє підприємництво впливають на економіку нині не менше, ніж корпоративний бізнес, а виникнення такого явища, як глобальне мале підприємництво, лише підтверджує цю тезу.

4. Змінюються підходи до вивчення економіки, спостерігається їх гнучкість та адаптивність залежно від провідної мети дослідження або навчання.

Ще 40—60 років тому економіку розглядали лише як окрему сферу людської діяльності та функціонування, як суто теоретичну науку про виробництво, розподіл, обмін і споживання.

Нині економічна теорія як наука, що вивчає фундаментальні закони і категорії економічного життя суспільства, як сукупність наукових категорій і законів, що відображають структуру та розвиток економічної системи, стає базисом подальших наукових досліджень та розробок.

Водночас економічна наука прагне показати підприємницькому сектору можливості розвитку, пояснити дію економічних законів, перевести у практичну площину результати своїх досліджень. Бізнес — сфера діяльності людини, яка не лише бере на себе відповідальність за результати господарської діяльності, створює нові робочі місця, вивчає запит та потреби споживачів і створює нову цінність. Сучасний підприємець — це людина, яка має особливе мислення — творче, креативне, інноваційне, і економічна наука має збагатити його необхідними знаннями, інструментами, розумінням економічних процесів та зв'язків.

5. Трансформація системи освіти у світі та Україні, диференціація її напрямів залежно від мети навчання і подальшої освітньої та професійної траєкторії всіх, хто здобуває освіту, вимагає різних підходів до викладу матеріалу та стилю навчальних посібників і підручників. Навчальні посібники для освітньо-професійних програм стають дедалі більш практичними, адаптованими під запит основних стейкхолдерів освіти — суспільства, бізнесу, держави.

Сучасний навчальний посібник з економіки спрямований на формування у здобувачів/здобувачок професійно-технічної освіти професійних компетентностей:

- а) знань — основних тенденцій економічного розвитку країни та галузі; основ суспільного виробництва, формування та розвитку ринку; основних чинників впливу держави на економічні процеси; діяльності підприємств за умов ринкової економіки; основних принципів організації підприємницької діяльності та механізмів відкриття і ліквідації власної справи; систем підприємництва; організаційно-правових форм та основних документів, що регламентують підприємництво в Україні; стимулювання праці персоналу підприємства та видів заробітної плати; порядку ціноутворення та господарського обліку; технологій розробки бізнес-планів;
- б) умінь — розробляти бізнес-плани; знаходити та використовувати економічну інформацію; користуватися

нормативно-правовими актами щодо підприємницької діяльності.

Структуру і зміст цього навчального посібника розроблено відповідно до державного освітнього стандарту професійно-технічної освіти. Водночас авторки вивчили та використали в роботі світовий досвід аналогічних посібників, провідні тенденції в побудові та напрямках розвитку освітньо-навчальних інструментів і методів. Так, колектив авторок використовував поняття «підприємництво», «підприємницька діяльність», «бізнес» як рівнозначні. У навчальному посібнику подано багато кейсів, статистичних та аналітичних даних, прикладних завдань та питань, мета яких — показати, що економіка та підприємництво цікаві як з погляду дослідження, так і з погляду економічної активності конкретного індивіда.

Навчальний посібник призначений для здобувачів/здобувачок професійно-технічної освіти та осіб, які самостійно вивчають економіку і підприємництво. Також буде корисним викладачам економічних дисциплін і фахівцям незалежно від роду їхньої діяльності.

Як працювати з навчальним посібником

Навчальний посібник містить три основні частини. Перша частина «Економіка» присвячена висвітленню ключових економічних проблем, їх природи та особливостей, конкурентним ринкам та ринковим структурам. Друга частина «Підприємство та підприємництво» розкриває питання економіки фірми, підприємництва як особливого виду діяльності, економіко-правових, організаційних та фінансових аспектів підприємницької діяльності. Третя частина «Суспільне відтворення та економічний розвиток» дає загальне уявлення про позитивні й негативні ефекти ринку для суспільства, роль держави в економіці, ринок праці та трудові відносини.

Крім трьох основних частин, у навчальному посібнику наявні певні елементи, які ширше висвітлюють тему, дають додаткові пояснення, ставлять цікаві запитання. Ці елементи виокремлені кольором і охоплюють:

Ключові поняття

У цьому елементі визначено ключові поняття. Важливо розуміти їхнє значення, щоб мати змогу пов'язати ці поняття з можливими сценаріями і знайти відповіді на запитання.

Бізнес (Економіка) у фокусі

Матеріал, який тут вміщено, покликаний показати кожному тему в реальному контексті. Він демонструє, як теорії та моделі можна застосувати до реальної економіки або бізнесу, проаналізувати рішення, які мають приймати підприємці. Кожний елемент «Економіка у фокусі» («Бізнес у фокусі») містить два-три практичні запитання наприкінці, щоб спонукати вас розмірковувати над темою.

Як ви вважаєте?

Матеріал, з яким ви тут ознайомитеся, призначений для того, щоб мотивувати вас задуматися над тим, що ви щойно розглянули. Для того щоб відповісти на поставлене запитання, вам може бути необхідно пов'язати ідею чи концепцію з іншими темами в книзі або з власним досвідом, подумати, як би ви

могли розв'язати конкретну ситуацію/відповісти на конкретне запитання.

Робота з даними

Цей елемент дасть вам змогу застосувати свої аналітичні навички до теми та інтерпретувати низку даних, пов'язаних з економікою та підприємництвом, у тому числі графіки й таблиці, оскільки має наприкінці кілька запитань.

Ключові моделі та теорії

Тут підсумовано ключові моделі та теорії, розглянуті в темі, інформація, як їх можна використовувати для відповідей на запитання, поставлені в різних економічних контекстах.

Завдання і запитання для перевірки знань

Наприкінці кожного розділу ми пропонуємо низку завдань, які є актуальними незалежно від того, за якою програмою ви навчаєтеся. Завдання, які ми включили до перевірки:

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

Запитання, призначені для перевірки ваших знань і розуміння матеріалу, викладеного в розділі.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

Запитання, на які треба дати коротку відповідь.

КЕЙС

Опис реальних ситуацій з економіки або підприємництва із запитаннями наприкінці кожного кейса, які передбачають розгорнуті відповіді.

1 Економіка

ЧАСТИНА

1 Сутність та особливості економічних проблем

1.1. Економіка як наука

Чому одні країни заможні навіть за відсутності природних ресурсів, а інші бідні, хоча ними забезпечені? Чому власник ресторану іноді продає основну страву дешевше від її собівартості, а напої — за ціною, що в кілька разів її перевищує? Чи є країни, у яких не буває економічних криз? Чи впливає довіра громадян один до одного на ціни?

Відповіді на ці та багато інших запитань дає змогу знайти економіка — цікава та затребувана наука.

Ключові поняття

Економіка — наука про використання обмежених ресурсів у процесі виробництва товарів та послуг для задоволення потреб людства.

В економічній літературі є різні тлумачення сутності економіки: наука про виробничу діяльність та обмін її результатами між людьми, про тенденції в ціноутворенні, виробництві, зайнятості і безробітті, про гроші, капітал і його форми. Економіка також вивчає, як обрати оптимальний спосіб використання обмежених виробничих ресурсів (землі, праці, обладнання, технічних знань) для виготовлення товарів і розподілу їх між людьми; як організувати виробництво і споживання товарів та послуг тощо.

Кожне визначення характеризує певний аспект багатограних економічних відносин, хоча й не охоплює всю їх систему.

Водночас усі вони свідчать про те, що економіка безпосередньо пов'язана з виробництвом і створенням благ.

Як ви вважаєте?

Чому одні країни заможні навіть за відсутності природних ресурсів, а інші біднішають, незважаючи ні на що?

1.2. Ключова економічна проблема

Взаємодія всіх економічних гравців підпорядкована певним законам — економічним. Економічні закони — незвичайні. Насамперед вони об'єктивні, тобто не залежать від волі та свідомості людей. Люди не можуть їх змінити, можуть лише пізнати та використати. Цікаво, що реалізуються економічні закони саме в людській діяльності, яка є, безумовно, суб'єктивною. Якщо люди не дотримуються економічних законів, то зниження результативності їхньої діяльності неминуче. І навпаки, знання економічних законів дає змогу робити якісні прогнози наслідків та результатів економічної діяльності.

Економіка у фокусі

Кожен із нас перебуває під впливом різних законів — юридичних, економічних, законів природи.

1. Укажіть відмінності між економічними законами і законами природи, економічними та юридичними законами.
2. Наведіть приклади дії економічних законів із власного життя.

Отже, основна проблема економіки та нашого життя — обмеженість наших ресурсів та необмеженість наших потреб. Ця суперечність визначає і якість економічних зв'язків між різними економічними агентами, і характер економічної взаємодії. А головне — вибір кожного (від індивіда до міждержавних об'єднань) на кожному етапі економічного розвитку, оскільки розподіл обмеженої кількості благ та ресурсів між людьми, які мають необмежені потреби, підштовхує до щоденного вибору — оплатити контракт на навчання чи відпочити на морі, відкрити власну справу чи працювати як найманий менеджер, покласти гроші на депозит чи зберігати їх у шухляді.

Рідкісність ресурсів, матеріальних та духовних благ, які людина може використати для задоволення особистих та суспільних потреб, зумовлює тип і особливість економічних відносин з іншими людьми. Якщо людина використовуватиме необмежені ресурси або блага, то жодних економічних відносин не виникне: коли ті чи ті фактори виробництва/ресурси/блага стають необмеженими і загальнодоступними, вони втрачають статус економічних.

Саме обмеженість ресурсів, які забезпечують життєдіяльність особи та суспільства, перетворює економіку не просто на систему відповідних відносин між людьми, а й на науку про ці відносини (між людьми, між людиною та речами, між людиною та природою).

Людство знає про проблеми обмеженості ресурсів та необмеженості потреб, тому постійно шукає шляхи розв'язання цієї суперечності.

Економіка у фокусі

У XVII ст. Англія очікувала дефіциту енергоресурсів, пов'язаного із вирубуванням лісів на дрова. Як наслідок, там почали добувати кам'яне вугілля. У середині XIX ст. і його забракло, що спонукало до переходу на нафту як джерело енергії.

1. Що демонструє цей історичний факт? Дію яких законів та зв'язків?
2. Наведіть свій приклад того, як людство розв'язує проблему обмеженості ресурсів та необмеженості потреб.

Отже, з проблемою обмеженості ресурсів та необмеженості потреб людство та окремі індивіди стикаються протягом багатьох століть і постійно шукають шляхи задоволення нових потреб, які виникають безперервно.

Ключові поняття

Закон зростання потреб — після задоволення потреб більш низького рангу актуалізується потреба наступного, вищого рівня.

Безперервний розвиток потреб як рушійної сили економічного та духовного прогресу людства стимулює появу дедалі нових та нових потреб. Тому ефективність виробництва весь час повинна зростати, що теж спонукає до виникнення нових потреб:

$$\dots\Pi \rightarrow B \rightarrow \Pi' \rightarrow B' \rightarrow \Pi'' \rightarrow B'' \rightarrow \Pi''' \rightarrow B''' \dots$$

де Π — потреби, B — виникнення нових потреб.

Розв'язання основних проблем економіки зазвичай зводиться до пошуку відповідей на три ключові запитання: що? як? для кого? (рис. 1.1).

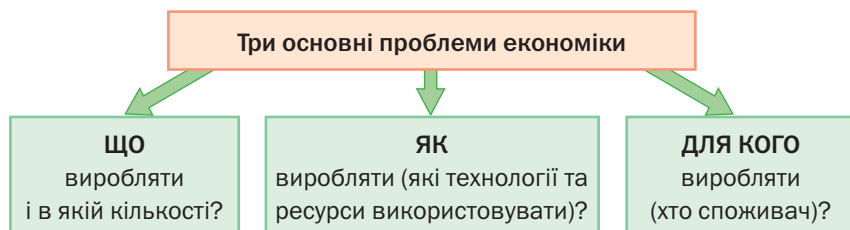


Рис. 1.1.

Основні проблеми економіки

Саме ці три проблеми має розв'язати кожний підприємець, започатковуючи власну справу. По-перше, необхідно обрати саме той товар або послугу для виробництва, котрих потребує ринок, реалізація яких забезпечить дохід та прибуток. По-друге, необхідно обрати саме такий спосіб виробництва цього товару або послуги, який забезпечить виробництво конкурентоспроможної продукції та перемогу в конкурентній боротьбі. По-третє, кожний підприємець має чітко розуміти, хто буде споживати цей продукт, яку цінність він створює, яку потребу задовольнить і чи будуть можливості у споживачів купити той чи інший товар або послугу.

1.3. Межі можливостей виробництва

Відставання усвідомлених потреб від виробничого потенціалу їх задоволення формує рушійну силу розвитку економіки. Суперечність між потребами і можливостями їх задоволення — головна економічна суперечність, яка зумовлює існування економіки загалом та проблеми ефективності зокрема.

Як ви вважаєте?

Багато дослідників і дослідниць упевнені, що вітчизняна модель споживання не сприяє економічному зростанню укра-

їнської економіки. Стандарти вітчизняного споживання значно перевищували рівень її розвитку. Вони перетворилися на джерело інфляційного тиску, зумовлювали мінімальну схильність до заощадження і ускладнювали технічне переозброєння та структурну перебудову виробництва.

Водночас, наприклад, у Китаї традиції ощадливості та низькі стандарти споживання дали змогу спрямувати всі ресурси на розвиток національної економіки.

1. Чи погоджуєтеся ви із цим твердженням?
2. Наведіть інші приклади альтернативного використання ресурсів іншими країнами/компаніями/підприємцями.
3. До яких результатів привів цей вибір?

Що складніша структура потреб, то швидше суспільство формує нові уявлення про бажану міру споживання, то інтенсивніші стимули розвитку отримує виробництво з боку потреб. Виникає *кумулятивний ефект* — інтенсивний розвиток потреб забезпечує більш потужні стимули для виробництва, що у свою чергу створює умови для розвитку потреб тощо. Але іноді така «напруга» може стати надмірною.

Робота з даними

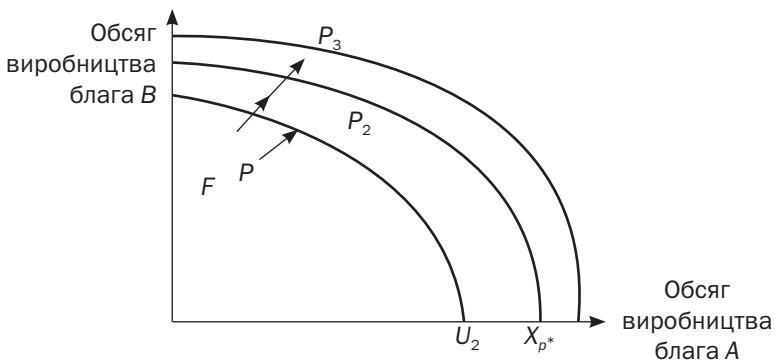


Рис. 1.2.

Межа виробничих можливостей і лінія потреб

Рух від F до P — наближення суспільства до межі виробничих можливостей; рух від P до P_2 — розвиток виробничих можливостей, спрямований на досягнення бажаного рівня задоволення потреб; рух від P_2 до P_3 — розвиток потреб і збереження розриву між досягнутим виробничим потенціалом і бажаним рівнем виробництва.

Виробничі можливості будь-якої економіки обмежені передусім рідкісністю ресурсів (ресурси вичерпні, потреби зростають). Саме тому проблема економічного вибору, пошуку альтернативних варіантів використання ресурсів також є однією з ключових проблем економіки.

1.4. Економіки й ринки

Історично ринок виник як певне місце, де здійснювали обмін продуктів, продавали й купували товари.

Ключові поняття

Ринок — місце взаємодії продавців та покупців для визначення ціни та необхідної кількості товару.

Покупці — суб'єкти ринкових відносин, які мають гроші й збираються за них придбати необхідний їм товар.

Продавці — суб'єкти ринкових відносин, які мають певний товар і збираються за нього отримати необхідні їм гроші.

Ринок як спосіб організації суспільного способу життя має характерні ознаки (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Характерні ознаки ринку

1	Комерційний характер взаємодії між економічними суб'єктами
2	Конкуренція між господарськими суб'єктами
3	Формування економічних пропорцій під впливом динаміки цін та конкурентної боротьби
4	Самостійність учасників економічного процесу
5	Формування цін на основі попиту та пропозиції
6	Економічна відповідальність

Більш повно сутність ринку виявляється через функції, які він виконує¹ (рис. 1.3).

¹ Основи економічної науки : навч.-метод. посіб. / [О. О. Беляєв (кер. авт. кол.) та ін.] ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». — Київ : КНЕУ, 2013.



Рис. 1.3.
Функції ринку

Формування ринку та ринкових відносин здійснювалося протягом багатьох століть та під впливом багатьох обставин. Є низка основних умов, за наявності яких можна визначити, що ринок сформовано (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Умови формування ринку

№	Умови формування	Результат дії умов
1	Суспільний поділ праці	Поділ праці зумовлює потребу в обміні, розвиток обміну приводить до появи грошей та посилює стимули до виробництва товарів

Продовження таблиці 1.2

2	Приватна власність	Серед різних наявних форм власності домінує приватна, оскільки має переваги порівняно з іншими формами та призводить до економічного відокремлення товаровиробників, отримання ними економічної та юридичної незалежності, можливості вступати у рівноправні відносини з приводу купівлі-продажу товарів
3	Самостійність та економічна відповідальність виробників	Економічно та юридично незалежні товаровиробники вступають у рівноправні партнерські відносини з приводу купівлі-продажу товарів. Вони мають право самостійно визначати виробничу програму, обирати постачальників, розпоряджатися доходами тощо, тобто здійснювати будь-яку діяльність, яка не заборонена законодавством
4	Конкуренція	Є передумовою формування ефективної ринкової системи ціноутворення, надає свободу вибору, стимулює до раціонального використання економічних ресурсів та впровадження досягнень НТП
5	Вільне ціноутворення	Є основним елементом ринкового механізму, сприяє узгодженню інтересів покупця і продавця та регулює пропорції в економіці за умов конкуренції
6	Стабільна грошова система	Забезпечує гарантії прибутковості виробництва

Сучасний ринок суттєво відрізняється від ринку епохи вільної конкуренції. Для нього характерні збут значної кількості товарів та послуг, соціальний захист населення, державне регулювання, висока організованість та виконавча дисципліна.

Розглядаючи процес подолання цих фундаментальних проблем економіки, слід пам'ятати, що ефективно використання обмежених ресурсів є одним з основних завдань ринку. Розв'язання цього завдання здійснюється з урахуванням інтересів усіх суб'єктів, що виходять на ринок, оскільки всі вони виявляються взаємопов'язаними через ринковий обмін.

На ринку (як і у будь-якій сфері, де відбуваються обмінні процеси) взаємодіють між собою лише два суб'єкти — покупці та продавці. Поза сферою ринкових відносин кожен із цих суб'єктів може виконувати й інші економічні ролі — бути виробником, постачальником, посередником, споживачем тощо.

Однак твердження, що на ринку взаємодіють виробники та споживачі, не зовсім коректне. У цьому випадку поняття «ринок» підміняють поняттям «ринкова економіка». Структурно відмінність між ними полягає в тому, що поняття «ринкова економіка» ширше, ніж поняття «ринок». Адже ринок — лише частина відносин обміну. А поняття «ринкова економіка» як означення певного різновиду економіки охоплює не тільки відносини обміну, а й відносини з приводу виробництва, розподілу та споживання.

Основними суб'єктами ринкової економіки є домогосподарства та підприємства. Ще один суб'єкт економіки — держава, проте в ринковій економіці роль її незначна, тому при вивченні цього типу економіки державу іноді не розглядають.

Домогосподарство — суб'єкт економіки, особа чи їх група, яка самостійно реалізує свою діяльність та виконує в економічній системі такі функції:

- постачання економічних ресурсів з метою отримання відповідних доходів;
- споживання товарів та послуг з метою задоволення своїх потреб;
- заощадження.

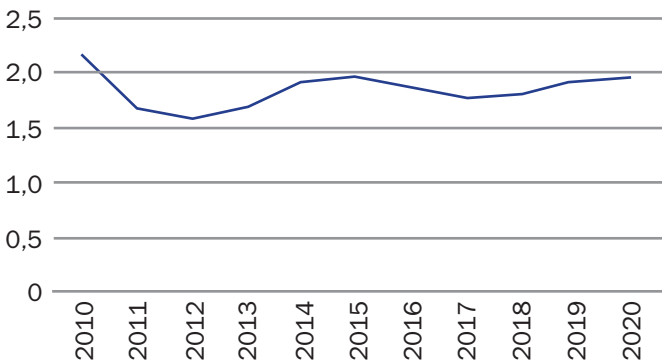
Суб'єктом ринкової економіки, який є виробником товарів, що задовольняють потреби домогосподарств, є підприємство. В обмін на ці товари підприємство отримує від домогосподарств гроші, які витрачає на придбання тих економічних ресурсів, які дають змогу здійснювати виробництво товарів.

Підприємство — самостійний статутний господарючий суб'єкт, який здійснює виробництво товарів та послуг з метою задоволення потреб споживача та отримання прибутку.

Історичний досвід свідчить, що в країнах з ринковою економікою основною формою власності є приватна; там забезпечено свободу підприємництва та вільний рух капіталів і товарів. Суб'єкти ринкових відносин є економічно та юридично незалежними, мають свободу вибору покупців, постачальників та вільну систему ціноутворення.

Робота з даними

Кількість суб'єктів малого підприємництва в Україні, 2010—2020 рр. (млн шт.)



1. Проаналізуйте графік. Як ви поясните спади та підйоми на ньому? Які чинники вплинули на це?
2. Як ви думаєте, яких підприємств в Україні більше — малих чи середніх?
3. Знайдіть аналогічну статистичну інформацію щодо кількості суб'єктів середнього підприємництва. Порівняйте дані.

Вивчаючи змішану ринкову економіку, досліджують діяльність ще й держави, оскільки в цій економіці її значення і роль істотно зростають.

Держава — суб'єкт змішаної ринкової економіки, політична організація, наділена правом примусу щодо інших суб'єктів економіки.

У межах економіки держава є:

- 1) збирачем податків із домогосподарств та підприємств;
- 2) монопольним виробником та постачальником суспільних благ, які задовольняють потреби всіх суб'єктів економіки;

- 3) покупцем тих економічних ресурсів, які дають змогу здійснювати процес виробництва суспільних благ;
- 4) суб'єктом, який може надавати підприємствам або домогосподарствам певні дотації чи допомоги за наявності певних умов. Саме завдяки цьому держава має змогу модифікувати функціонування ринкової економіки, спрямовуючи її на подолання тих проблем, які вважає найважливішими.

Взаємодія між суб'єктами ринкової економіки відбувається з приводу певних об'єктів — усіх видів товарів, що постачаються на ринок.

1.5. Економічні цілі

Основу економіки становлять підприємства, фірми, організації, домашні господарства, які об'єднані економічними відносинами в єдине ціле і виконують певні функції в суспільному виробництві.

Ключові моделі та теорії

Численні дослідження вчених довели, що національна економіка, прагнучи до стабільності, ефективності, ставить перед собою такі цілі:

- економічні (свобода, безпека, справедливість, ефективність);
- стабільність зростання національного обсягу виробництва;
- стабільний рівень цін (низькі ціни приємні для споживача, але позбавляють стимулу виробника, високі — навпаки, стимулюють виробництво, але знижують купівельну спроможність населення);
- високий рівень зайнятості;
- рівноважний зовнішньоторговельний баланс (відносна рівновага між експортом та імпортом, стабільний курс обміну національної валюти на валюти інших країн).

У національній економіці кожен суб'єкт (домогосподарство, фірма, регіон, держава), долучаючись до економічного простору, має свій інтерес. Узгодження інтересів зумовлюєть-

ся об'єктивними економічними законами і втілюється в національному інтересі. У різних країнах і в різні часи економічні цілі суспільства мають певні особливості.

Характер та спосіб досягнення цілей національної економіки залежать від типу економічної системи, до якої вона належить, а також від специфіки національної економіки.

1.6. Поведінкова економіка

Індивіди та суспільство шукають способи подолання суперечностей, намагаючись зробити раціональний вибір. Приймаючи рішення, кожна людина прагне зважити його вигоди та витрати. Якщо вигід більше, вона приймає рішення, якщо витрати їх перевищують, то намагається його уникнути. Що складнішим є вибір, то більш тривалим, ретельним та складним буде процес прийняття рішення. На вибір впливають і супутні чинники, наприклад настроїв чи бажання подолати якісь соціальні проблеми. Раціональність є основною умовою, що відрізняє економічне від неекономічного. Крім того, найпоширенішим є ототожнення економічного і раціонального.

Коли економісти говорять про раціональність, це не означає, що вчинки та рішення нераціонального індивіда позбавлені здорового глузду. У контексті економічного дослідження передбачають, що раціональна людина наділена такими якостями:

- здатність аналізувати всю доступну інформацію;
- уміння порівнювати альтернативи на основі їх вигід та витрат;
- несуперечливі уподобання (наприклад, вона мислить так: якщо мармелад кращий за шоколад, а шоколад кращий за карамель, то мармелад кращий за карамель).

Індивіди прагнуть максимізувати бажаний результат за існуючих можливостей.

Економіка у фокусі

У супермаркету та покупців різні цілі максимізації: супермаркет прагне максимізувати прибуток, покупці — корисність.

1. Як покупці можуть максимізувати корисність?
2. Як узгоджуються різні цілі максимізації?

За умов ризику та невизначеності кожен має певні очікування, прогнозує ймовірність тих чи тих подій, учиться на своїх помилках і намагається більше їх не припускатися, що означає можливість застосування інструментарію теорії ймовірності.

Раціональність індивідів означає, що вони цілком усвідомлюють рушійні мотиви своєї діяльності. Проте все не так просто. Непередбачуваність — одна з важливих та поширених якостей нашої дійсності. Джерела непередбачуваності всюди — доквілля, суспільство, обставини, сама людина. Перед кожним індивідом постійно виникають непередбачені проблеми, які потребують негайного вирішення, миттєвого реагування. Отже, модель «економічної людини», яка завжди діє раціонально, має тільки аналітичне підґрунтя й заснована на ідеалізації людини як економічного агента.

Нобелівський лауреат Д. Канеман запропонував поділити мислення на дві системи (рис. 1.4): система 1 — автоматичне, безвитратне прийняття рішень; система 2 — свідомі розумові зусилля, які потребують витрат енергії, пов'язані з вибором, концентрацією, діяльністю.

	Інтуїція СИСТЕМА 1	Роздуми СИСТЕМА 2
Процес	Швидкий. Паралельний. Автоматичний. Не вимагає зусиль. Асоціативний. Повільно адаптується	Повільний. Послідовний. Контролюється. Вимагає зусиль. Підпорядковується правилам. Гнучкий
Зміст	Сприйняття. Поточна інформація. Обмежено стимулами	Концептуальне уявлення. Минуле. Нинішнє. Майбутнє. Може бути виражено за допомогою мови

Рис. 1.4.
Система мислення за Д. Канеманом

Поведінкова економіка досліджує вплив нерациональностей та поведінкових чинників на прийняття економічних рішень.

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. У чому полягає особливість економічних законів та як вони впливають на економіку й бізнес?
2. Чому, незважаючи на всі технологічні революції, високий рівень життя, людство досі не вирішило ключову економічну проблему?
3. Охарактеризуйте зміст та основні характеристики межі виробничих можливостей.
4. Домогосподарство, підприємство, держава — як вони пов'язані між собою в економіці?
5. Назвіть основні економічні цілі: універсальні та ті, що притаманні лише Україні.
6. Як впливає ірраціональна поведінка на прийняття економічних рішень?

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. Дайте визначення економіки.
2. Назвіть суб'єкти та об'єкти економіки.
3. Зазначте передумови виникнення ринку.
4. Укажіть функції ринку.
5. Назвіть ключові характеристики ринку.

КЕЙС

ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО СВІТУ¹

У сучасній Японії 29 % населення старші за 65 років (в Україні — 17 %). Японія за середнім віком — найстаріша країна світу через високу тривалість життя, закриту міграційну політику та зниження показника народжуваності. На тлі старіння населення в Японії поступово зменшуються розміри пенсій. Середня пенсія там становить приблиз-

¹ Кейс побудований на основі статті «Населення Землі швидко старіє, не вистачає працівників. Чи готова до цього світова економіка і що чекає на Україну?» (Економічна правда, 26/01/2022; <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/01/26/681778/>).

но 60 % від зарплати, а через 30 років може скоротитися до 40 %. Уряду доведеться так реформувати пенсійну систему, щоб це не призвело до фінансової катастрофи і втрати популярності. Просто збільшити пенсійний вік — не вихід. Слід змінити систему накопичень, підвищити фінансову грамотність та зробити прозорими державні фінанси.

Японський уряд розширює коло людей, які сплачують пенсійні внески, стимулює пенсіонерів працювати, пізніше виходити на пенсію в обмін на суттєвіші виплати. Крім того, влада країни запроваджує більш відкриту імміграційну політику та значну увагу приділяє обслуговуванню людей похилого віку.

Для країн з великою часткою пенсіонерів ціна помилки в реформуванні може бути величезною, адже стабільність фінансової системи дедалі більше залежатиме від ефективності пенсійної реформи.

Старіння населення призводить до дефіциту робочої сили. Підприємства легкої промисловості можна перенести до країн «третього світу», де народжуваність досі на високому рівні, але знайти кваліфікованих працівників/працівниць на робочі спеціальності в Європейському Союзі та Північній Америці — уже проблема.

Дослідження міжнародної кадрової корпорації ManPowerGroup довело, що на хвилі відновлення світової економіки компанії із 15 країн Євросоюзу та Північної Америки мають найбільшу кількість вакантних робочих місць з 1962 р., а сім із десяти компаній зіткнулися з труднощами при пошуку працівників/працівниць.

Яскравий приклад — дефіцит водіїв, який ударив по ланцюгах постачань. Логістична галузь виявилася неготовою до відновлення світової торгівлі. За даними дослідницької компанії Transport Intelligence, у 2020 р. лише в ЄС бракувало 400 тис. водіїв. З аналогічною проблемою зіткнулися і США. Через це у світі затримувалося постачання товарів та сировини, а ціни на перевезення в ЄС і США за рік зросли на 20 % та 26 % відповідно.

Хоча тригером для європейського дефіциту водіїв вантажівок стало закриття кордонів для мігрантів через карантин, неспроможність галузі швидко адаптуватися є наслідком глибшої проблеми — старіння та важких умов праці. Середній вік водія вантажівки в ЄС 47 років. Невдовзі лєвова частка далекобійників піде на пенсію, а нове покоління на зміну їм не приходить. Пов'язана з ризиками для здоров'я професія далекобійника втратила престиж, тому під час планування кар'єри молодь розглядає її чи не в останню чергу.

За умов дефіциту на ринку праці західним країнам доводиться залучати мігрантів з бідніших країн. Однак політичні зміни можуть ускладнити працевлаштування мігрантів.

Через дефіцит робочої сили під питанням опинилася реалізація інфраструктурного плану Джо Байдена на трильйон доларів. Американські чиновники побоюються, що через нестачу будівельників підрядники не зможуть упоратися з масштабними запланованими проектами. Причиною називають старіння робітників покоління «бебі-буму». Середній вік будівельників у США становить 53 роки. Водночас кількість вакансій на об'єктах зросла порівняно з показниками, які спостерігалися до пандемії, на 12 %.

Пандемія коронавірусу внесла свої корективи в ринок праці. Зміна споживчих звичок та умов праці, завчасні виходи на пенсію та високі видатки безробітним посилили хаос.

За умов дефіциту працівників/працівниць у компаній є три шляхи: оптимізувати роботу за допомогою інновацій, пропонувати кращі умови праці, залучати мігрантів.

Варіантів інновацій чимало: від систем автоматизації до оригінальних підходів у підготовці кадрів. Яскравий приклад — виробництво зернових культур та хліба. «Якщо десять років тому для роботи на великих елеваторах потрібно було понад 30 людей, то зараз, на сучасних спорудах, десять. Дедалі активніше використовуються дрони та безпілотна важка техніка, яка замінює робочі руки», — зауважив директор консалтингової компанії Varva Invest Юрій Гаврилюк.

Однак технологічні інновації не встигають за тенденціями на ринку праці. Так, безпілотні вантажівки лише проходять тестування. Мине багато років, перш ніж ринок праці відчусь від них результат, адже впровадження таких технологій потребує безлічі перевірок з безпеки.

Будівельників частково замінять 3D-принтери, які вже зводять бюджетне житло та офіси. Проте ця технологія ще надто дорога і недосконала, щоб використовувати її для побудови багатопверхівок за сучасними стандартами.

Так само робот, здатний збирати спаржу, нескоро замінить сезонних працівників/працівниць на полях, адже такі машини дороговартісні й можуть зашкодити якості врожаю.

Залучення мігрантів — не надто надійне рішення за умов політичної нестабільності. Це може стати неприємним фактором для роботодавців. Британія через Brexit за рік втратила близько сотні тисяч працівників/працівниць із Європейського Союзу і потерпає від дефіциту робочої сили. Із самого ЄС через закриті кордони під час пандемії теж поїхали емігранти, через що компанії недорахувалися сотень тисяч працівників/працівниць.

Однак частка мігрантів вимушено зростатиме. У Німеччині через старіння населення до 2030 р. звільняться 3,9 млн робочих місць.

Гастрономія, логістика і транспорт у цій країні вже залежні від мігрантів на 20—30 %.

Підвищення зарплати та покращення умов праці допоможе заохотити робітників. На прикладі з далекобійниками видно, що це може спрацювати.

Американські та європейські компанії пропонують водіям бонуси за працевлаштування і обіцяють підвищення зарплати. У ЄС починають працювати нові правила облаштування інфраструктури для далекобійників, які зроблять їхню роботу не такою важкою та шкідливою для здоров'я. З іншого боку, такі заходи спричинять зростання цін на продукцію.

В Організації економічної співпраці та розвитку не перший рік борються з демографічною проблемою. Ідеться не так про підвищення показника народжуваності, як про мобілізацію трудових ресурсів — залучення жінок та пенсіонерів.

В Україні демографічні проблеми проявляються в низькій народжуваності, високій смертності та міграції. У 2020 р. населення країни скоротилося на 314 тис., що можна порівняти з населенням Вінниці.

Усе це впливає на ринок праці. За даними Work.ua, найбільше потерпають від браку працівників/працівниць виробництво, сфера обслуговування, торгівля та логістика. За інформацією Jooble, кількість вакансій у гуртовій та роздрібній торгівлі порівняно з докризовим 2019 роком зросла із 45 тис. до 75 тис., на виробництві — із 40 тис. до 55 тис., на транспорті та в логістиці — з 35 тис. до 40 тис.

В «АТБ-маркеті» розповіли, що компанія вимушена працювати в умовах постійного дефіциту вантажників та охоронців, частка яких становить 30 %. «Щомісяця кілька десятків працівників магазинів звільняються через виїзд на роботу за кордон. Така тенденція в усіх регіонах України, але найбільше вона виражена в невеликих містах», — зазначило керівництво ритейлера.

Боротьба за працівників вигідна для українців, адже роботодавці змушені пропонувати більш конкурентні зарплати, умови праці та полювати за кадрами. Наприклад, компанія ДТЕК використовує практику «дуальної освіти»: студент опановує матеріал на виробництві, отримуючи за це повну зарплату з перспективою влаштуватися на роботу одразу після завершення навчання. У «Новій пошті» роблять ставку на навчання кадрового резерву. Для цього створили корпоративний університет із безкоштовним навчанням.

Дефіцит працівників позначається на якості робочої сили та наданих послуг. Наприклад, через нестачу водіїв перевізники не можуть карати порушників, адже вони швидко знаходять собі місця на інших маршрутах.

Крім того, діють чинники старіння населення і високої смертності. Професор Інституту демографії та соціальних досліджень НАН Ірина Курило зазначила, що Україна входить до 30 найстаріших країн світу. Це пов'язано з низькою народжуваністю і передчасною смертністю людей працездатного віку. «На показник смертності впливає не лише стан системи охорони здоров'я. Україні потрібно вирішувати проблеми алкоголізму, шкідливих звичок, поганих умов праці, ризикової поведінки та низького рівня життя. Старіння та скорочення населення — це світовий тренд, до якого ми можемо лише адаптуватися. Знизити передчасну смертність допоможуть реформа медицини, контроль умов праці, продажу алкоголю й тютюну», — зазначила вона.

Для підтримки народжуваності необхідно забезпечити економічну та політичну стабільність, гендерну рівність, підтримувати сім'ї та допомагати їм вирішувати житлове питання. Утім, як засвідчує практика, збільшити народжуваність до рівня відтворення населення не можуть навіть розвинуті західні країни.

Запитання і завдання до кейса

1. Окресліть основні демографічні проблеми сучасного ринку в Україні.
2. Як можна вирішити проблему старіння населення і, відповідно, робочої сили?
3. Уявіть, що ви футурист/футуристка. Які демографічні проблеми майбутнього світу ви б спрогнозували?

2 Конкурентні ринки

2.1. Попит

Характеризуючи ринок як упорядковану структуру, що забезпечує взаємодію покупців і продавців товару, треба знайти відповіді на запитання, як працює ринковий механізм і як встановлюється ринкова ціна на товар.

Ключові моделі та теорії

Адам Сміт (1723—1790), відомий шотландський економіст, засновник класичного напрямку сучасної економічної теорії, характеризуючи ринковий механізм, використав поняття «невидима рука ринку». Він писав, що людина економічна швидше досягне своєї мети, якщо звернеться до егоїзму своїх ближніх і зуміє показати, що їм вигідно зробити для неї те, що вона вимагає від них. «Дай мені те, що мені потрібно, і ти отримаєш те, що потрібно тобі, — така суть будь-якої подібної пропозиції. Не від добродійства м'ясника, пивовара або пекаря очікуємо ми отримати свій обід, а від дотримання ними своїх власних інтересів. Ми звертаємося не до їх людяності, а до їх егоїзму, і ніколи не говоримо їм про нашу потребу, а про їхню користь»¹. А. Сміт був упевнений, що людина має на увазі лише власні інтереси, але в цьому разі, як і в багатьох інших, вона невидимою рукою спрямовується до мети,

¹ Сміт А. Дослідження про природу та причини добробуту націй / А. Сміт. — Київ : Наш формат, 2018. — 722 с.

яка зовсім не входила до її намірів. Дбаючи про свої власні інтереси, людина часто більш суттєво служить інтересам суспільства, ніж тоді, коли свідомо намагається робити це.

Елементами ринкового механізму є попит, пропозиція, ринкова ціна і конкуренція. Розглянемо кожний з них детальніше.

Ми всі маємо певні потреби і, відповідно, бажання їх задовольнити. Як можна зробити це найпростішим способом? Відповідь очевидна — придбати товар, який нам потрібен. Якщо, наприклад, ми зголодніли, то будемо мати бажання купити їжу (наприклад, печиво), яка б задовольнила цю потребу. Але одного бажання замало, потрібно ще й грошове забезпечення, щоб придбати товар.

Ключові поняття

Попит (англ. *demand*) — потреба в певному товарі, яка забезпечена грошима, що виражається в кількості товару, яку спроможні придбати покупці за певний період часу за усіх можливих цін на цей товар.

Обсяг попиту (*QD*) — конкретна кількість товару, яку покупці бажають та в змозі придбати в певний момент часу за певною ціною.

Розрізняють індивідуальний та сукупний (ринковий) попит.

Індивідуальний попит відображає потреби споживача, які виражені у грошовій формі. *Сукупний (ринковий) попит* характеризує платоспроможні потреби суспільства загалом, тобто потреби всіх суб'єктів ринкової економіки, і складається з індивідуальних попитів¹.

Для того щоб зрозуміти, як формується індивідуальний попит, розглянемо конкретний приклад. Уявіть, що ви зголодніли і маєте намір задовольнити цю свою потребу печивом. Оскільки, як і будь-який інший споживач, ви маєте обмежений бюджет, цілком очевидно, що зможете придбати більшу кількість печива, коли ціна за одиницю цього продукту буде меншою. Спробуємо встановити закономірність на основі аналізу взаємозв'язку між ціною P (англ. *price*) та кількістю товару Q (англ. *quantity*).

¹ Політична економія : навч. посіб. / К. Т. Кривенко, В. С. Савчук, О. О. Беляєв та ін. ; за ред. К. Т. Кривенка. — 2-ге вид., без змін. — Київ : КНЕУ, 2008. — 512 с.

Робота з даними

	Ціна печива, P	Кількість (шт.), Q
A	2	12
B	4	6
C	8	3

1. За даними з таблиці побудуйте графік, на якому кількість печива (Q) відображайте по осі абсцис (OX), а ціну (P) — по осі ординат (OY).
2. Проаналізуйте графік. Яку закономірність ви виявили?

Виконуючи завдання, ви самостійно побудували графік попиту та встановили функціональну залежність між ціною і обсягом товару.

Ключові поняття

Закон попиту відображає обернену залежність між ціною товару і обсягом попиту на нього.

Математичним виразом закону попиту є функція попиту:

$$Q_D = f(P),$$

де Q_D — обсяг попиту на товар, P — ціна товару.

Лінійну функцію попиту описують рівнянням: $Q_d = a - bP$.

Закон попиту можна зобразити графічно у вигляді кривої попиту (*Demand curve*) як функцію залежності між ціною (P) та кількістю товарів і послуг (Q), яку покупці бажають та спроможні придбати на ринку за певний час за інших однакових умов, аналітично — у вигляді функції попиту та в табличному вигляді (рис. 2.1 на стор. 29).

2.2. Ціна, дохід і перехресна еластичність попиту

Повернемося до прикладу про печиво і спробуємо знайти відповідь на питання: якщо б ви дізналися, що у складі вашого улюб-



Рис. 2.1.
Форми візуалізації попиту

леного печива міститься значний відсоток цукру, надмірне споживання якого призводить до виникнення проблем зі здоров'ям, чи стали б ви споживати його менше? Можливо, ви б узагалі відмовилися від його споживання? Чи замінили б на інший, більш корисний продукт? Чи вплинуло б ваше рішення на попит? Найімовірніше, ваша відповідь буде ствердною. Отже, як ми побачили на цьому прикладі, на попит, крім ціни, впливають також інші чинники, які поділяють на цінові та нецінові (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Чинники, що впливають на попит

Цінові чинники	Нецінові чинники
Ціна товару	Кількість споживачів
	Зміна смаків та вподобань споживачів
	Зміна грошових доходів споживачів
	Очікування споживачів щодо зміни цін та доходів
	Зміна цін на взаємопов'язані товари (субститути та комплементарні блага)

При цьому на обсяг попиту має вплив лише зміна ціни товару. Відповідно, графічно рух кривою попиту від однієї точки до іншої відображає зміни обсягу попиту внаслідок зміни ціни¹.

На рис. 2.2 (графік 1) зображено, як збільшується обсяг попиту зі зниженням ціни: рух кривою від точки A з координатами $(Q_1; P_1)$ до точки B з координатами $(Q_2; P_2)$. Очевидно, що зниження ціни стимулює споживачів до придбання додаткових одиниць товару, що призводить до зростання попиту.

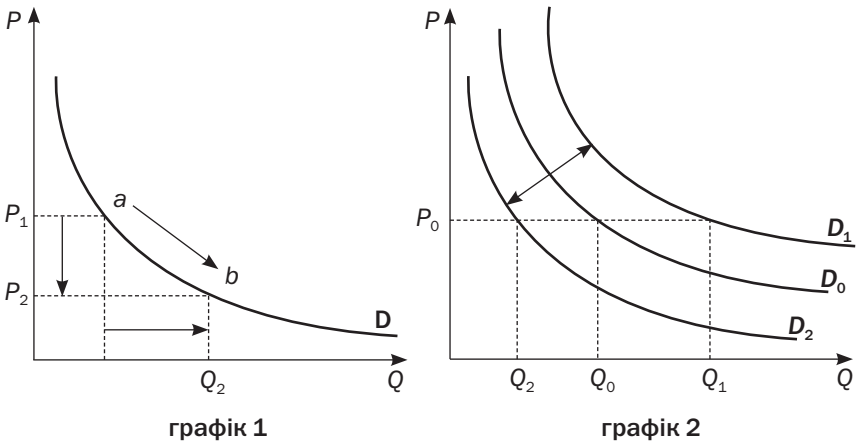


Рис. 2.2.

**Зміни у попиті під впливом ціни (графік 1)
та нецінових чинників (графік 2)**

Під впливом будь-якого з нецінових чинників відбуваються зміни в попиті споживача (рис. 2.2, графік 2).

З урахуванням нецінових чинників функція попиту може бути представлена формулою: $Q_d = f(P, N_d)$, де N_d — нецінові чинники.

Крива попиту під впливом нецінових чинників зміщується праворуч-вгору, якщо попит зростає, і ліворуч-вниз, якщо попит скорочується. Так, наприклад, зі збільшенням кількості споживачів на ринку за інших незмінних умов попит зростає, відповідно крива попиту зміститься праворуч, зі зменшенням — ліворуч. Аналогічні зміни в обох напрямках відбу-

¹ Основи економічної теорії: Політекономічний аспект : підручник / відп. ред. Г. Н. Климко. — 4-те вид., перероб. і доп. — Київ : Знання-Прес, 2004. — 615 с.

ватимуться під впливом смаків та вподобань споживачів, змін у доходах, очікувань тощо.

Ціни взаємопов'язаних (сполучених) товарів чинять взаємний вплив щодо попиту залежно від виду цих товарів. Розрізняють два види сполучених товарів:

- 1) товари-субститути (взаємозамінні товари) — це пари товарів, для яких зростання ціни одного викликає зростання попиту на інший товар і навпаки. Наприклад, кава натуральна і розчинна: з підвищенням ціни на натуральну каву попит на розчинну каву зросте, оскільки споживачі віддаватимуть перевагу цьому дешевшому замінику;
- 2) товари-комплементи (взаємодоповнювальні товари) — це пари товарів, для яких зростання ціни одного призводить до зменшення попиту на інший товар і навпаки. Ці товари споживають одночасно, наприклад пальне й автомобілі. З підвищенням ціни пального попит на автомобілі скоротиться, оскільки вигідніше буде їздити громадським транспортом. Графічно скороченню попиту на автомобілі внаслідок підвищення ціни пального відповідає зміщення кривої попиту ліворуч.

Економіка у фокусі

Змоделюйте ситуацію, коли споживачі очікують одночасно підвищення цін і зниження доходів.

1. Як це впливатиме на попит?
2. Які зміни відбуватимуться в структурі споживання?

Для різних товарів форма та нахил кривих попиту можуть значно різнитися. Наприклад, за незначної зміни ціни попит може стрімко змінюватися, а може навпаки — майже не реагувати на зміну ціни. У першому випадку попит виявляється дуже чутливим, тому його називають еластичним, у другому — нечутливим, тобто нееластичним.

Ключові поняття

Еластичність — міра чутливості функціонально пов'язаних величин.

Еластичність попиту за ціною — відсоткова зміна обсягу попиту, викликана одновідсотковою зміною ціни.

Еластичність попиту за доходом — відсоткова зміна обсягу попиту, викликана одновідсотковою зміною доходу.

Перехресна еластичність — відсоткова зміна обсягу попиту на один товар за умови зміни на 1 % ціни іншого товару.

В узагальненому вигляді еластичність вимірює чутливість до змін. Тобто, якщо дві величини можна виміряти і зміна однієї (причина) призводить до зміни іншої (наслідок), то еластичність демонструє, наскільки сильно причина впливає на наслідок. Для виміру еластичності використовують коефіцієнти еластичності попиту: за ціною, за доходом та перехресну.

Сутність *цінової еластичності попиту* визначають коефіцієнтом еластичності, який розраховують за формулою:

$$E_d = \frac{\Delta Q(\%)}{\Delta P(\%)}$$

E_d показує, наскільки змінюється обсяг попиту за зміни ціни на 1 %.

Величина цінової еластичності попиту зазвичай виражається від'ємним числом, тому що відображає різноспрямовані зміни: коли ціна зростає, обсяг попиту зменшується, і навпаки. В економічному аналізі порівнюють лише абсолютні значення показника, тобто аналізують значення за модулем. Попит буде еластичним, якщо $E_d > 1$; нееластичним, якщо $E_d < 1$; з одиничною еластичністю, якщо $E_d = 1$. Також визначають варіанти абсолютно еластичного та абсолютно нееластичного попиту.

Еластичність попиту за доходом виражають коефіцієнтом еластичності, який розраховують за формулою:

$$E_I = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta I} \quad \text{або} \quad E_I = \frac{\Delta Q}{\Delta I} \times \frac{I_1}{Q_1}$$

Еластичність попиту за доходом як відсоткова зміна обсягу попиту, викликана одновідсотковою зміною доходу для нормальних благ, є додатною, для нижчих — від'ємною, для нейтральних — нульовою. Предмети розкоші мають еластичність попиту за доходом більшу за одиницю, предмети першої необхідності — меншу за одиницю.

Перехресну еластичність попиту визначають як відсоткову зміну обсягу попиту на один товар за умови зміни на 1 %

ціни іншого товару за формулою коефіцієнта перехресної еластичності:

$$E_{XY} = \frac{\% \Delta Q_X}{\% \Delta P_Y} \quad \text{або} \quad E_{XY} = \frac{Q_X}{P_Y} \times \frac{P_{Y_1}}{Q_{X_1}}$$

Для товарів-субститутів перехресна еластичність попиту додатна, тому що за підвищення ціни одного товару обсяг його продажу зменшується, а попит на товар-замінник зростає. Для товарів-комплементів перехресна еластичність попиту від’ємна, оскільки зростання ціни одного товару призводить до зменшення обсягу попиту і на цей товар, і на товар-доповнювач. Для незалежних товарів перехресна еластичність дорівнює нулю.

Практичне значення розрахунку E_d полягає в тому, що характеризує не лише поведінку споживачів, а й визначає ринкову поведінку виробників товарів (рис. 2.3). Наприклад, якщо попит еластичний, то зростання ціни призведе до зменшення доходу (валової виручки) виробника, а за нееластичного попиту зростання ціни, навпаки, призведе до його збільшення.

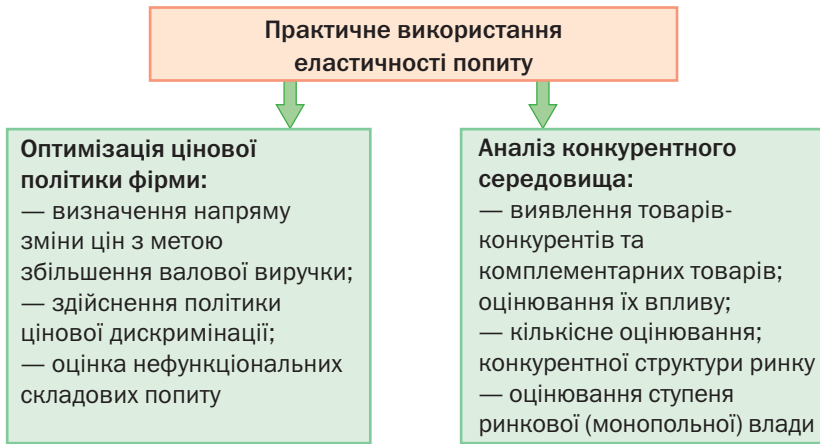


Рис. 2.3. Практичне використання еластичності попиту

2.3. Пропозиція

Важливим елементом ринкового механізму є пропозиція. Як і попит, пропозицію поділяють на індивідуальну та сукупну.

Ключові поняття

Пропозиція (англ. supply) — кількість товару, яку продавці спроможні запропонувати на ринку для продажу упродовж певного періоду часу за усіх можливих цін на цей товар.

Обсяг пропозиції (Q_s) — конкретна кількість товару, яку продавці спроможні доставити на ринок у певний момент часу за певною ціною.

Для того щоб зрозуміти, як формується індивідуальна пропозиція, розглянемо конкретний приклад. Уявіть, що ви є продавцем/продавчиною печива. Керуючись своїми економічними інтересами, ви насамперед будете звертати увагу на рівень цін на ринку. Якщо ціна буде високою, очевидно, це спонукатиме вас до продажу продукту в більшій кількості. Спробуємо встановити закономірність на основі аналізу взаємозв'язку між ціною P (англ. *price*) та кількістю товару Q (англ. *quantity*).

Робота з даними

	Ціна печива, P	Кількість (шт.), Q
<i>B</i>	1	0
<i>F</i>	2	3
<i>K</i>	4	6
<i>L</i>	6	9

1. За даними з таблиці побудуйте графік, на якому кількість печива (Q) відображайте по осі абсцис (OX), а ціну (P) — по осі ординат (OY).
2. Проаналізуйте графік. Яку закономірність ви виявили?

Виконуючи завдання, ви самостійно побудували графік пропозиції та встановили функціональну залежність між ціною і обсягом товару.

Ключові поняття

Закон пропозиції відображає пряму залежність між ціною товару і обсягом попиту на нього.

Математичним виразом закону попиту є функція попиту:

$$Q_s = f(P),$$

де Q_s — обсяг попиту на товар, P — ціна товару.

Закон пропозиції можна зобразити графічно у вигляді кривої пропозиції (*Supply curve*) як функцію залежності між ціною (P) та кількістю товарів і послуг (Q), яку виробники (продавці) бажають та спроможні запропонувати на ринку протягом певного часу за інших однакових умов, аналітично — у вигляді функції пропозиції та у табличному вигляді (рис. 2.4).

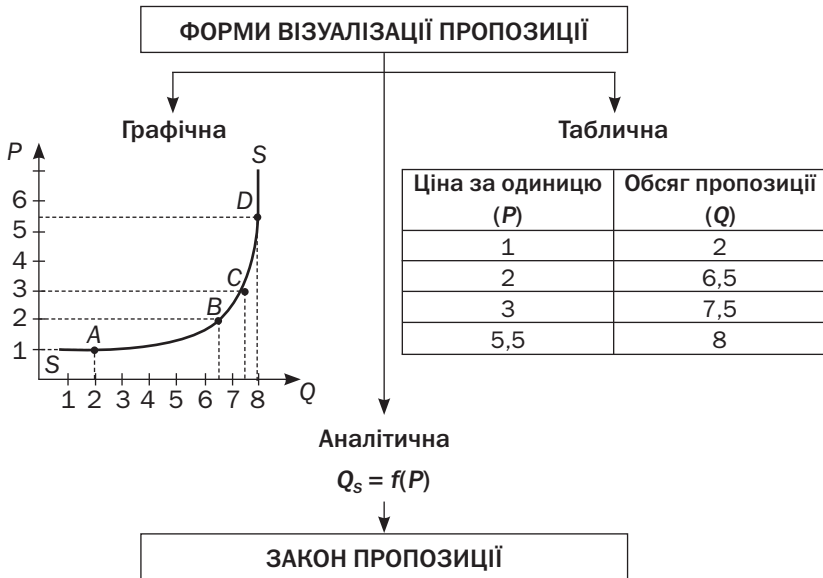


Рис. 2.4.

Форми візуалізації пропозиції

Лінійну функцію пропозиції можна описати рівнянням:
 $Q_s = c - dP$.

2.4. Цінова еластичність пропозиції

Пропозиція, як і попит, залежить від впливу певних чинників (табл. 2.2).

Чинники, що впливають на пропозицію

Цінові чинники	Нецінові чинники
Ціна товару	Рівень конкуренції (кількість виробників)
	Зміна цін виробничих ресурсів
	Зміна технологій виробництва
	Державна політика у сфері оподаткування й субсидування
	Зміна цін на взаємозалежні товари
	Очікування зміни цін
	Війни, природні та техногенні катастрофи, політичні ситуації

На обсяг пропозиції має вплив лише зміна ціни товару. Відповідно графічно рух по кривій пропозиції від однієї точки до іншої відображає зміни обсягу пропозиції внаслідок зміни ціни.

На рис. 2.5 (графік 1) зображено, як збільшується обсяг пропозиції зі зростанням ціни: рух по кривій від точки A з координатами $(Q_1; P_1)$ до точки B з координатами $(Q_2; P_2)$. Очевидно, що зростання ціни стимулює товаровиробників до виготовлення (продавців — до продажу) додаткових одиниць товару, що призводить до зростання пропозиції.

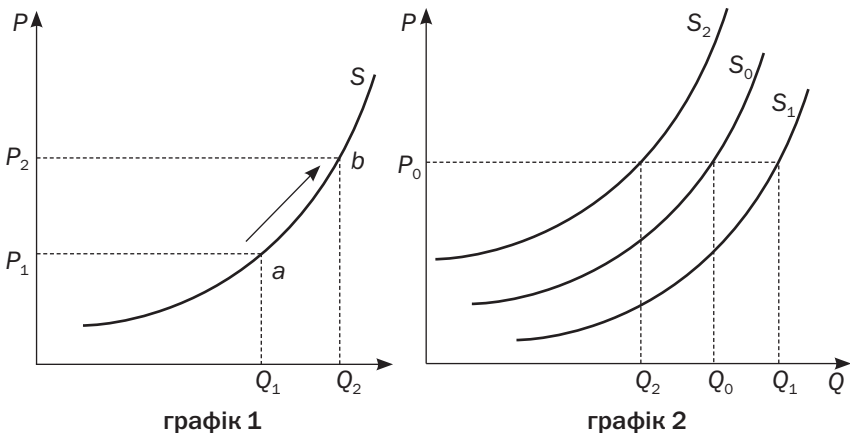


Рис. 2.5.

Зміни пропозиції внаслідок зміни ціни товару (графік 1)
та під впливом нецінових чинників (графік 2)

Під впливом будь-якого з нецінових чинників відбуваються зміни у пропозиції продавця (рис. 2.5, графік 2).

З урахуванням нецінових чинників функція пропозиції може бути представлена формулою: $Q_s = f(P, N_s)$, де N_s — нецінові чинники.

Крива пропозиції під впливом нецінових чинників зміщується праворуч-униз, якщо пропозиція зростає, і ліворуч-уго-ру, якщо пропозиція скорочується. Наприклад, зі збільшенням кількості продавців на ринку за інших незмінних умов пропозиція зростатиме, відповідно крива пропозиції зміститься праворуч, зі зменшенням — ліворуч. Аналогічні зміни відбуваються під впливом інших чинників. Однак в очікуванні зміни цін поведінка продавців є прямо протилежною поведінці споживачів. Якщо виробники очікують зростання цін у майбутньому, вони вже сьогодні скоротять обсяг пропозиції, розраховуючи продати свій товар згодом дорожче.

Економіка у фокусі

Припустимо, що фермер вирощує два види сільськогосподарської продукції — картоплю та моркву. Проаналізуйте ситуації.

1. Якщо ціна моркви зростає, як зміниться структура виробництва фермера? Як ці зміни відобразяться на графіку пропозиції?
2. Якщо за прогнозами ціни картоплі та моркви будуть зростати, як це вплине на пропозицію фермера?

Для різних товарів форма та нахил кривих пропозиції можуть значно різнитися, що пов'язано з еластичністю. Оскільки крива пропозиції має позитивний нахил, то значення коефіцієнта еластичності пропозиції завжди є додатним: зміни цін і обсягів пропозиції відбуваються в одному напрямку.

Ключові поняття

Цінова еластичність пропозиції — відсоткова зміна обсягу пропозиції, зумовлена одновідсотковою зміною ціни товару.

Коефіцієнт еластичності пропозиції розраховують за формулою:

$$E_s = \frac{\% \Delta Q_s}{\% \Delta P} = \frac{\Delta Q_s}{\Delta P} \times \frac{P}{Q_s}.$$

Серед чинників, що впливають на еластичність пропозиції, найважливішим є кількість часу, тобто ринковий період, який є у розпорядженні виробників, щоб відреагувати зміною обсягу пропозиції на зміну ціни продукту (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Варіанти цінової
еластичності пропозиції**

Варіанти	Періоди зміни еластичності пропозиції залежно від часу
$E_s = 0$	Миттєвий період — абсолютно нееластична пропозиція (виробники не можуть впливати на обсяг пропозиції)
$0 < E_s < 1$	Короткостроковий (короткий) період — низько еластична пропозиція (виробники можуть слабо впливати на обсяг пропозиції, використовуючи лише незмінні ресурси)
$E_s > 1$	Довгостроковий (довгий) період — еластична пропозиція (виробники мають змогу впливати на обсяг пропозиції, використовуючи нові виробничі потужності)

З'ясування впливу чинників попиту і пропозиції дає змогу розглянути, як ці дві сили врівноважуються між собою і як формується ринкова ціна.

2.5. Ринкова рівновага

Щоб зрозуміти, як взаємодіють попит і пропозиція і як встановлюється ринкова рівновага, повернемося до конкретних прикладів з печивом, які ми розглядали в параграфах 2.1 та 2.4 цього розділу, коли з'ясовували, як формуються індивідуальний попит і пропозиція.

Робота з даними

Розмістіть побудовані вами криві попиту і пропозиції в одній системі координат, де кількість печива (Q) відображена по осі абсцис (OX), а ціна (P) — по осі ординат (OY).

1. Знайдіть точку, в якій перетинаються крива попиту і крива пропозиції. Якими є ціна, обсяги попиту і пропозиції в точці перетину?
2. Змодельуйте ситуацію, що посуха призвела до зменшення обсягу виробництва зерна, з якого виготовляють борошно для печива, та відобразіть можливі зміни графічно. Як змінився графік?

Якщо побудувати криві попиту і пропозиції в одній системі координат, ми зможемо візуалізувати рівноважний стан. Точка перетину кривої попиту D і кривої пропозиції S є точкою перетину інтересів покупців та продавців на певному ринку товарів ($Q_S = Q_D$), яка визначає рівноважну ціну товару (P_E). Рівновагу окремого ринку певного товару називають *частковою рівновагою* (рис. 2.6).

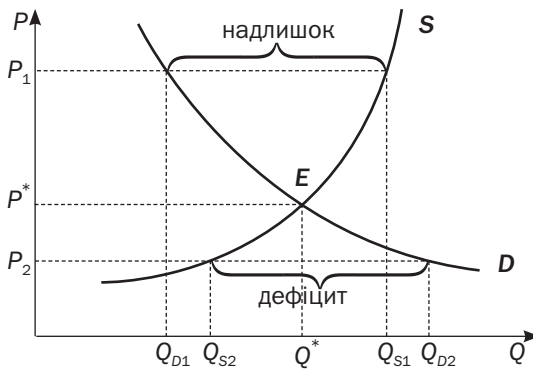


Рис. 2.6.
Ринкова рівновага

Якщо ціна відхиляється вгору від рівноважної, з'являється надлишок товарів у продавців, графічно — це та частина, де $Q_S > Q_D$, що лежить вище точки перетину ліній попиту і пропозиції. Загострення конкуренції змушує їх знижувати рівень ціни до рівноважного. Якщо ціна опустилася нижче за рівноважну, то виникає дефіцит товарів, графічно — це та частина, де $Q_S < Q_D$, що розташована нижче точки перетину ліній попиту і пропозиції. Конкуренція серед покупців дає змогу продавцям піднімати ціни. Ці дві ситуації на ринку, які також зображені на рис. 2.6, розглядають як відхилення від рівноважного стану.

Ключові поняття

Ринкова рівновага — ситуація на ринку, коли обсяг попиту дорівнює обсягу пропозиції.

Рівноважна ціна (англ. *Equilibrium price*) — ціна, яка встановлюється за умови урівноваження попиту і пропозиції, що задовольняє і покупців, і продавців.

Рівноважний обсяг — обсяг продукції, який було реалізовано на ринку за рівноважною ціною.

Точка рівноваги є стійкою, а коливання ціни відіграє роль механізму саморегулювання ринкової системи. Рівновага може змінитися під впливом будь-якого з нецінових чинників. Точка рівноваги переміщується в нове положення і не повертається назад, ринкова система набуває нової рівноваги з іншими параметрами рівноважних цін і обсягу (рис. 2.7).

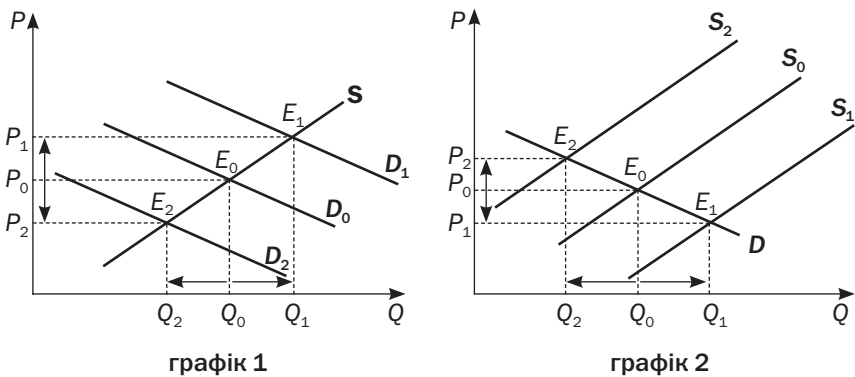


Рис. 2.7.

Зміна параметрів ринкової рівноваги під впливом зміни попиту (графік 1) і пропозиції (графік 2)

Якщо на ринку за інших рівних умов зростає або скорочується лише попит, то рівноважна ціна і рівноважний обсяг продукції відповідно зростуть або скоротяться; якщо зростає або скорочується лише пропозиція, то рівноважна ціна відповідно зменшиться або збільшиться, а рівноважний обсяг зросте або скоротиться.

Якщо одночасно зростають або скорочуються і попит, і пропозиція, то рівноважний обсяг продукції відповідно зросте або

скоротиться, але вплив на рівноважну ціну є невизначеним, він залежить від ступеня взаємних змін попиту та пропозиції. Рівноважна ціна зменшиться, якщо попит зросте меншою мірою, ніж пропозиція, і зросте, якщо попит зросте більшою мірою, ніж пропозиція.

2.6. Ціна і розподіл ресурсів

Ринкова економіка, яка працює за умов обмежених ресурсів, має їх так розподілити, щоб максимізувати задоволення суспільних потреб. Цьому сприяє краще використання ресурсів на кожному підприємстві та в кожній галузі. У цьому разі суспільне виробництво ефективне. Отже, в мікроекономічному аналізі поняття «ефективність» поділяють на дві складові частини — «ефективність виробництва» та «ефективність розподілу ресурсів». Вони взаємопов'язані і взаємозумовлені.

Як ви вважаєте?

Для досягнення ефективності виробництва необхідно, щоб кожен товар виробляли з найменшими витратами праці та матеріалів. Крім того, слід виробляти не всі можливі товари, а тільки ті, які потрібні суспільству, споживачеві. А це вимагає певного розподілу ресурсів, які можуть бути використані для вироблення різних продуктів, тому передавання ресурсів для виробництва товарів одного виду завжди означає відмову від виробництва іншого.

Чи погоджуєтесь ви із цим твердженням? Наведіть приклади.

2.7. Надлишок споживача і виробника

Надлишок споживача — це різниця між рівноважною ціною та максимально можливою (відправною) ціною, яку може сплатити покупець. Фактично — це сума грошей, яку економіть споживач. *Надлишок виробника* — це різниця між рівноважною ціною та мінімально можливою ціною, за якою продавець може реалізувати свій товар.

Саме за показниками надлишків споживача і виробника оцінюють ефективність організування та регулювання ринку.

2.8. Субсидії та податки

Зміни параметрів ринкової рівноваги відбуваються внаслідок втручання держави, коли вона встановлює податок на виробників або надає їм субсидію. Податки скорочують пропозицію, якщо виробники розглядають їх як збільшення витрат виробництва. Субсидії, навпаки, покривають частину витрат виробника, внаслідок чого пропозиція зростає. Відповідно податки зрушують криву пропозиції ліворуч, дотації — праворуч. Зміщення кривої пропозиції залежить не лише від величини податку, а й від способу його стягнення. Податок можуть стягувати як певну суму з одиниці товару або як відсоток до ціни товару. У разі встановлення податку з одиниці товару на виробників крива пропозиції зміщується паралельно до початкової на величину податку T по вертикалі, точка рівноваги зміщується з E_1 до E_0 (рис. 2.8, графік 1).

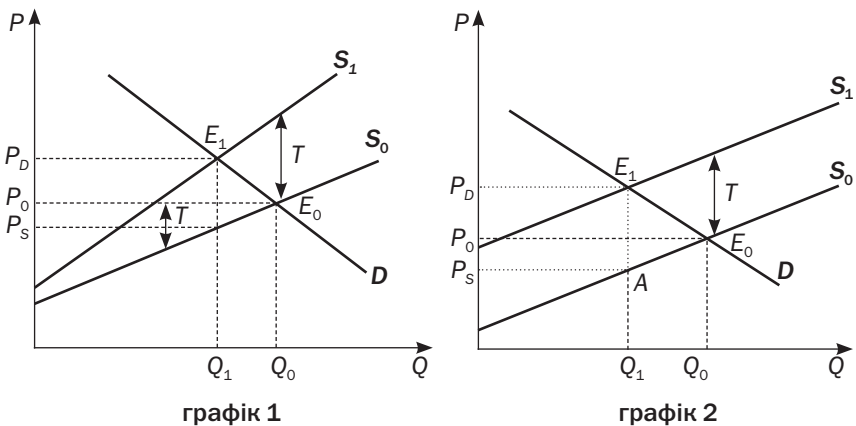


Рис. 2.8.

Вплив податку з одиниці товару (графік 1)
та відсоткового податку (графік 2) на ринкову рівновагу

У точці нової рівноваги ціна пропозиції P_S , яка визначає виторг продавців, відрізняється від рівноважної — ціни попиту, за якою купують товар покупці, на величину податку: $P_D = P_S + T$.

З урахуванням запровадження податку рівняння пропозиції має вигляд:

$$Q_S^T = -c + d(P - T).$$

Зі встановленням відсоткового податку крива пропозиції також зміщується ліворуч, але не паралельно до попередньої. У цьому разі змінюються і точка перетину кривої пропозиції з відповідною віссю, і кут її нахилу, оскільки відбувається непропорційне зростання рівнів цін для різних обсягів пропозиції (рис. 2.8, графік 2).

Ціна пропозиції P_S відрізняється від ціни попиту P_D , і співвідношення між ними таке:

$$P_D = (1 + t) \times P_S,$$

де t — ставка податку.

З урахуванням ставки податку рівняння кривої пропозиції має вигляд:

$$Q_S^t = -c + d(1 - T) \times P.$$

Економіка у фокусі

Припустимо, що попит на ринку описує рівняння: $Q_D = 100 - 4p$. Пропозиція: $Q_S = -40 + 5p$. Держава запровадила податок у розмірі 5 грн на одиницю продукції.

1. Спробуйте визначити параметри ринкової рівноваги до і після введення податку.
2. Як розподілиться податок між виробником і споживачем?

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. Що таке цінові та нецінові чинники попиту? Охарактеризуйте їх вплив.
2. Що таке цінові та нецінові чинники пропозиції? Опишіть цінові та нецінові чинники пропозиції.
3. Як змінюється еластичність пропозиції залежно від часу? Чому?
4. Чим різняться надлишок продавця і надлишок споживача? Обґрунтуйте відповідь.
5. Який зв'язок між розподілом ресурсів і економічною ефективністю? Поясніть свою думку.
6. Як субсидії та податки впливають на ціну? Чому?

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. Дайте визначення попиту.
2. Що таке пропозиція?
3. Дайте визначення ринковій рівновазі.
4. Еластичність — це...

КЕЙС**ПОПИТ І ПРОПОЗИЦІЯ НАФТИ¹**

У січні 2016 року котирування нафти еталонних сортів Brent і WTI впали нижче позначки 33 долари за барель (до рівня 2004 р.). Це падіння почалось із червня 2014 року: дисбаланс попиту та пропозиції, який формувався протягом років і який можна було спрогнозувати заздалегідь, зменшення попиту на нафту після фінансової кризи 2008 року, сповільнення зростання економіки Китаю і вихід на цей ринок США з удосконаленою технологією видобування сланцевої нафти тощо. Це відбувалося тоді, коли світове виробництво нафти перебувало ледь не на рекордних максимумах. Незважаючи на падіння ціни до семирічного мінімуму, ОПЕК вирішила залишити видобуток на максимумі. Такий крок мав утримати ціни на нафту на низьких рівнях до того часу, поки не з'явиться попит або не знизиться видобуток інших великих гравців на ринку.

За однією з версій, Саудівська Аравія цілеспрямовано не знижує видобуток нафти, щоб зберегти вплив на ціни та знизити попит на повсюдні джерела енергії. Як зазначив принц саудівської королівської родини Аль-Валід бін Талаль, «рішення не знижувати виробництво було обачним, розумним та прагматичним». Він також підкреслив, що Саудівська Аравія та ОПЕК не планували зниження цін на нафту. За його словами, світ уже ніколи не побачить нафту по 100 доларів за барель.

Собівартість видобутку бареля нафти у країнах ОПЕК є однією з найнижчих у світі. Саудівська Аравія і Кувейт, наприклад, можуть видобувати барель нафти менш ніж за 10 доларів за барель, Ірак — за 10,7 долара за барель.

Водночас Саудівська Аравія знизилася ціни на нафту, яку експортує в Азію та США. Це відбулося на тлі конкуренції серед постачальників та в

¹ Кейс побудований на основі статей «Ціна нафти впала нижче 33 доларів», Європейська правда, 07/01/2016, <https://www.euointegration.com.ua/news/2016/01/7/7043087/>; «Технології демпінгу, або Чому нафта не дорожчатиме», Економічна правда, 07/01/2016, <https://www.epravda.com.ua/publications/2016/01/7/575303/>

час, коли Ірак й інші країни Близького Сходу пропонують дедалі більші знижки.

За словами директора компанії Iranian Central Oil Fields Company Салбалі Карімі, найдешевша нафта з точки зору витрат видобувається у центральних районах Ірану, де виробництво може коштувати 1—1,5 долара за барель.

Очевидно, що країни ОПЕК можуть собі дозволити тиснути на конкурентів та виробників сланцевої нафти у США, собівартість видобутку якої значно вища. Сподіватися, що ОПЕК першою знизить видобуток, не доводиться. Проте навіть для країн організації той рівень цін на нафту далекий від комфортного.

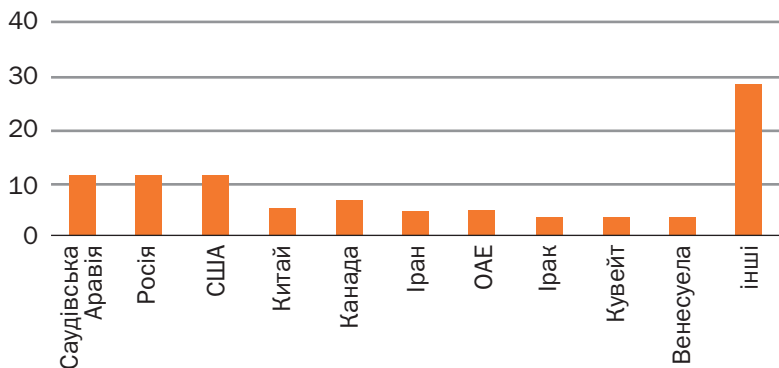
Однак видавлювання конкурентів з ринку може виявитися непростим завданням. Бум виробництва нафти у США й удосконалення технологій сприятимуть зниженню впливу країн ОПЕК і, швидше за все, утримуватимуть ціни на нафту на низькому рівні, вважає економіст з університету Стенфорда Френк Волак.

Справді, завдяки сланцевій енергетичній революції американське виробництво нафти зросло з 5 млн барелів на день у 2008 році до 9,3 млн барелів у 2015 році. Водночас, незважаючи на різке падіння цін, бум виробництва в країні зберігається.

Отже, протягом останніх шести років внутрішнє виробництво нафти у США майже подвоїлося, істотно збільшивши кількість сировини на світовому ринку.

Дії США можна назвати однією з головних причин перерозподілу ринку. Нафта із Саудівської Аравії, Нігерії та Алжиру, яка ще недавно продавалася у Штатах, почала конкурувати за азійські ринки, а її виробники змушені знижувати ціни.

**Частка глобального виробництва нафти
топ-10 виробників (у %), 2016 р.**



Головний економіст British Petroleum Спенсер Дейл вважає, що гра кардинально змінилася, бо видобуток сланцевої нафти гнучкий: його легко зупиняти і відновлювати. Це настільки просто, каже аналітик, наскільки традиційному виробництву і не снилося.

Хоча небагато країн-виробників зможуть вижити із ціною на нафту 40 доларів за барель, часи, коли нафта коштувала 100 доларів або дорожче, закінчилися, впевнений Дейл. На його думку, коли ціна перевищує позначку 50 доларів за барель, сланцева нафта стає прибутковою. Відтак пропозиція одразу збільшуватиметься, а це заважатиме зростанню ціни на нафту в довгостроковій перспективі.

Американські депутати нещодавно навіть скасували 40-річну заборону на експорт сирової нафти. Тепер американські виробники «чорного золота» мають змогу продавати його на перенасиченому міжнародному ринку.

Джордж Бейкер, голова організації Producers for American Crude Oil Exports, яка боролася за дозвіл на експорт нафти із США, сказав: «Тепер, коли ми вирівняли ігрове поле, Сполучені Штати нарешті зможуть конкурувати та реалізовувати весь потенціал нашої країни як глобальної енергетичної наддержави». Це схоже на непоганий сценарій для ери дешевої нафти, яка тільки починається.

Економіки країн ЄС та держав з перехідною економікою залишаються слабкими. США вже не тільки не імпортують нафту, а й почали її експортувати. Китай, один з найбільших споживачів нафти, поволі вгамовує свої апетити. Уповільнення його економіки суттєво впливає на світові сировинні ринки.

У дослідженні Міжнародного енергетичного агентства (МЕА) зазначено, що перетворення Китаю на менш енергоємну націю сильно впливає на ціни на нафту.

Протягом тривалого часу Китай був одним з найбільших імпортерів нафти, проте в останні кілька місяців імпорт «чорного золота» в країну знижується.

«Китайський попит зростатиме на 2,6 % на рік до 2020 року, що становить тільки половину зростання споживання за попередні шість років», — вважають у МЕА. На думку експертів, це скорочення є однією з ключових змін, які спричинили глобальне уповільнення зростання попиту на нафту в останні роки.

З 2009 до 2014 року на КНР припадало 35 % світового зростання попиту на нафту. Згідно з прогнозами організації, цей показник упаде до 25 %. Водночас, як наголошують в організації, не йдеться про сповільнення економіки Китаю. Це лише означає, що країна переходить до моделі енергоефективного споживання.

Попит на енергію в Китаї залежатиме від руху в бік внутрішнього споживання та амбітних цілей із збільшення енергоефективності та розвитку чистої енергії. «2013—2014 роки показали помітне збільшення ефективності в Китаї», — вважають в МЕА.

Запитання і завдання до кейса

1. Що таке попит на нафту? Проаналізуйте взаємозв'язок між попитом та пропозицією цін на нафту.
2. Які товари-субститути та комплементарні товари впливають на попит і пропозицію нафти на світовому ринку? Наведіть приклади.
3. Як державна та міжнародна політика впливає на ринок нафти? Обґрунтуйте свою відповідь.
4. Проаналізуйте зміни часток глобального виробництва нафти ТОП-10 виробників з 2016 року і до нинішнього часу. Визначте нецінові чинники, які зумовили виявлені зміни.

3 Ринкові структури

3.1. Досконала конкуренція

Слово «конкуренція» означає «зіткнення» (лат. *concurrere* — зіштовхуватись, змагатись). Справді, в системі вільної ринкової економіки відбуваються постійне зіткнення і взаємодія інтересів різних економічних суб'єктів, що і створює те, що ми називаємо ринком.

Ключові поняття

Конкуренція — форма економічних відносин між суб'єктами ринкового господарства, в яких виражається суперництво за найвигідніші умови господарювання, продажу й купівлі товару, за отримання найбільшого прибутку.

Досконала (вільна, чиста) конкуренція — стан ринкового середовища, для якого характерні велика кількість конкурентів-виробників і конкурентів-споживачів, вільний доступ товаровиробників до будь-якого виду діяльності та споживачів до будь-якого товару чи послуги.

Ринок досконалої конкуренції має певні ознаки.

1. Багато покупців і продавців, які на рівних умовах конкурують між собою. Поняття «дуже багато» не має кількісного вираження, їх можуть бути тисячі, десятки або навіть сотні тисяч. Головне, аби частка кожного з них на ринку була настільки малою, що збільшення чи зменшення обсягів продажів кимось із них ніяк не позначалося на ринковій ситуації взагалі.

2. Кожна компанія пропонує стандартний (гомогенний) вид продукції. Це означає, що споживач не відрізняє товар одного продавця від товару іншого, навіть якщо вони мають відмінності. Тому йому однаково, у якого з продавців придбати товар.
3. Доступ на ринок нових учасників і вихід з нього відбуваються без ускладнень. Ринок буде конкурентним лише тоді, коли не існуватиме ніяких законодавчих, технологічних, фінансових чи інших перепон, що могли б завдати появи чи зникненню нових фірм, які виробляють певний продукт. На цій особливості досконалої конкуренції слід наголосити, оскільки саме на ній ґрунтується пояснення механізму пристосування галузі до вимог ринку в довготерміновому періоді.
4. Покупці і продавці мають доступ до усієї інформації, і, як наслідок, окремий продавець не може впливати на ринкову ціну.
5. Угоди на ринку здійснюються без операційних витрат.

Порівняння перелічених ознак з конкурентним середовищем у реальній економіці свідчить, що чиста конкуренція — явище унікальне. Нині майже немає сфер, де можна було б виявити ці ознаки. Однак це не означає, що досконала конкуренція не потребує спеціального аналізу. Чому?

Насамперед має значення те, що існує кілька сфер (галузевих ринків), де ситуація більше схожа на чисту конкуренцію, ніж на будь-яку іншу модель ринку. Важливо і те, що, для пізнання складніших ринкових ситуацій треба починати аналіз із найпростіших варіантів, до яких належить ринок досконалої конкуренції.

За умов чистої конкуренції фірма не може проводити власної цінової політики, тому вимушена пристосовуватися до тих цін, які на цей час сформувалися на ринку. Можна зробити дуже важливий висновок: скільки продукції для продажу не запропонувала б конкурентна фірма, це ніяк не вплине на ринкову ціну. Тобто на відміну від ринкового попиту крива попиту, з якою стикається окремий конкурентний виробник, абсолютно еластична (рис. 3.1 на стор. 50).

Отже, за умов досконалої конкуренції економіка функціонує на засадах «невидимої руки», її регулює механізм цін. Безперечно, що досконала конкуренція має як переваги, так і недоліки, але у реальному житті вона практично відсутня.

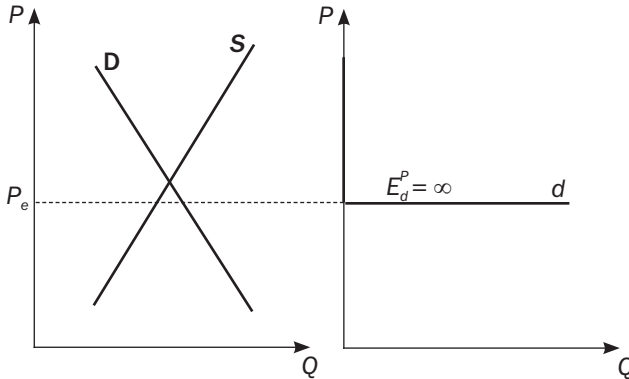


Рис. 3.1.

Криві попиту та пропозиції
на ринку досконалої конкуренції

Більшість ринків мають ознаки *недосконалої конкуренції* — це стан ринкового середовища, за якого порушується хоча б одна з характерних ознак досконалої конкуренції.

3.2. Бар'єри для входу на ринок

Найчастіше бар'єри входу на ринок і виходу з нього розглядають як суми витрат, які несе фірма, що входить на ринок або покидає його.

У фірми, яка вже діє на ринку, не виникає витрат, пов'язаних з придбанням прав (патентів, ліцензій тощо) на об'єкти інтелектуальної власності, без яких не можна здійснювати деякі види діяльності, виробляти товари та надавати послуги. Фірма, що вже відома покупцям, не має необхідності витратити великі бюджети на ознайомлювальну рекламу, збирання інформації про ринок — це витрати, пов'язані з входженням на новий ринок.

У разі виходу з ринку виникають витрати, які в подальшому не будуть покриті за рахунок амортизаційних відрахувань, вони залишаються збитком підприємства (витрати, пов'язані з утилізацією спеціального обладнання і матеріалів, придбанням спеціальних знань і навичок тощо). Бар'єри виходу з ринку впливають на рішення про вхід на ринок, адже якщо в разі невдачі не можна піти з ринку без істотної втрати вкладених коштів, то чи варто на нього входити?

3.3. Монополії

Протилежністю досконалій конкуренції є чиста монополія. За умов чистої монополії галузь складається з однієї фірми, тобто поняття «фірма» і «галузь» збігаються. На перший погляд, така ситуація майже нереальна і справді в масштабах країни трапляється дуже рідко. Однак у скромному масштабі, наприклад у маленькому місті, існування чистої монополії досить типове. У такому місті існує одна електростанція, одна залізниця, єдиний аеропорт, один банк, одне велике підприємство, один книжковий магазин тощо. У США 5 % ВВП створюють в умовах, наближених до чистої монополії.

Ключові поняття

Монополія (грец. *monos* — один; *poleo* — продаю) — захоплення економічними суб'єктами частини або всього ринкового простору для певного товару і встановлення свого панування у вигляді монопольної ціни.

Ринок монополії має характерні ознаки:

- товар на ринок постачає один продавець, так він фактично персоніфікує галузь;
- продукція може бути як стандартизована, так і диференційована, але за відсутності близьких замінників товар стає унікальним;
- існують високі та різноманітні бар'єри для вступу нових фірм у галузь;
- монопольна влада дає змогу монополістові встановлювати і підвищувати ціну, а також збільшувати прибуток шляхом обмеження обсягу випуску і збуту продукції;
- нецінова конкуренція відсутня.

Однак силу монопольної влади окремої фірми не варто перебільшувати. Навіть чиста монополія змушена зважати на потенційну конкуренцію. Ця конкуренція може загостритися у зв'язку з нововведеннями, можливою появою товарів-замінників, конкуренцією імпортних товарів, а також «боротьбою за кошти споживача» з боку інших фірм, кожна з яких прагне збільшити частку своїх товарів у його бюджеті.

Монополія виникає, коли є великі бар'єри для вступу в галузь. Це може бути пов'язано з економією від масштабу (як в автомобільній і сталеливарній промисловості), з природною

монополією (коли будь-які компанії — у сфері пошти, зв'язку, газо- і водопостачання — закріплюють своє монополльне становище, отримуючи привілеї від уряду).

Держава створює офіційні бар'єри, видаючи патенти і ліцензії.

Економіка у фокусі

Згідно з патентним правом США, винахідник має виключне право контролю над своїм винаходом протягом 17 років. Патенти відіграли величезну роль у розвитку таких компаній, як «Ксерокс», «Істман Кодак», «Інтернешнл Бізнес Машин» (ІВМ), «Соні» та ін. Монополльне становище, закріплене патентом, слугує стимулом капіталовкладень в НДДКР і, як наслідок, чинником посилення монополльної влади.

Вступ у галузь може бути істотно обмежений і шляхом надання ліцензій. У США підлягають ліцензуванню понад 500 професій (лікарі, таксисти та багато інших). Ліцензії надають приватним фірмам і державним організаціям. Монополія може ґрунтуватися на виключному праві на певний ресурс (наприклад, компанія «Де Бірс» має ліцензію на природні).

Свобода споживачів на монополльному ринку суттєво обмежена: вони змушені або погодитися із встановленою монополістом ціною, або відмовитися від придбання товару чи послуги взагалі.

Для контролю над владою монополістів уряди багатьох країн використовують антимонопольні заходи. Крім того, антимонопольне законодавство обмежує утворення монополій на потенційно конкурентних ринках.

3.4. Цінова дискримінація

У сучасних умовах розвинутого ринку виробники використовують різні методи конкурентної боротьби, в тому числі й цінові війни.

Ключові поняття

Цінова дискримінація — встановлення різних цін на різні одиниці одного і того ж товару для одного або різних покупців. Цінову дискримінацію можуть здійснювати тільки монополії, бо вони встановлюють і контролюють ціни.

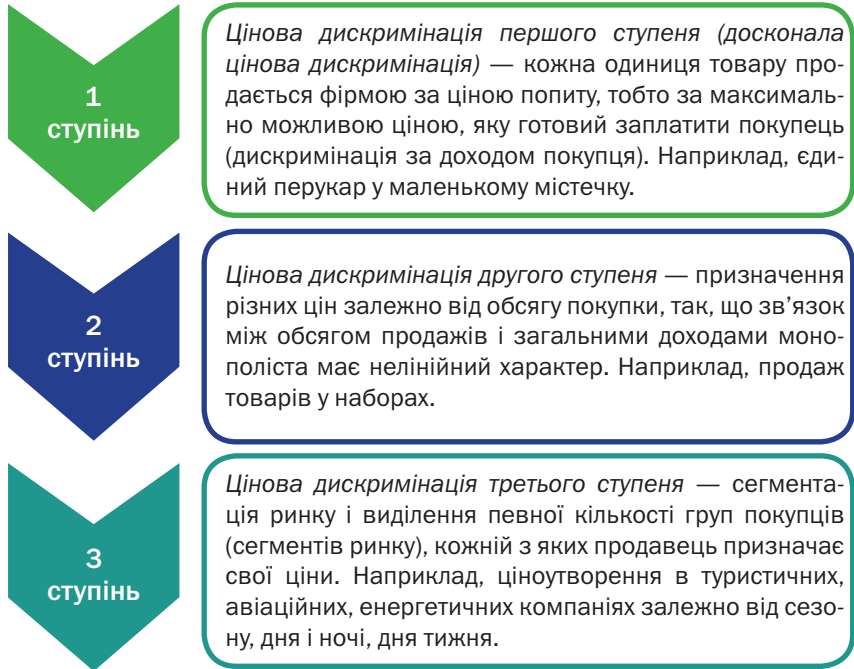


Рис. 3.2.

Види цінової дискримінації

Як ви вважаєте?

Чи може цінова дискримінація мати позитивні наслідки?

3.5. Олігополії

У разі синтезу конкуренції і монополії, в якій центр боротьби переміщується із сфери обігу у сферу виробництва, з галузевого на міжгалузевий, з національного на інтернаціональний рівні виникають олігополії.

Ключові поняття

Олігополія (грец. oligos — небагато; poleo — продаю) — тип ринкової структури з недосконалою конкуренцією, за якої обмежена кількість підприємств (до 10) монополізують виробництво основної маси товарів.

Ринок олігополії має певні ознаки:

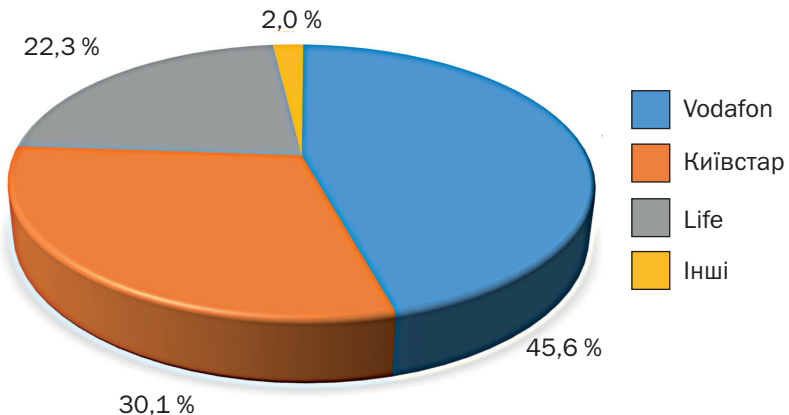
- діє відносно небагато великих компаній;
- обсяг продукції, випущеної кожним виробником, досить великий щодо всього ринку. Продукція стандартизована або диференційована;
- існують високі бар'єри для вступу нових фірм у галузь;
- контроль над цінами обмежений загальною взаємозалежністю фірм;
- переважне використання нецінової конкуренції, особливо під час диференціації продукту.

Основні причини формування олігополістичних ринків такі: ефект масштабу (ефект зниження витрат на одиницю виробленої продукції), великі бар'єри входу на ринок, переваги та вигоди злиттів і поглинань.

Суб'єктами олігополістичної конкуренції є великі та надвеликі за розмірами фірми, про що свідчать рівні концентрації їхньої продукції, яка є або стандартизованою, або диференційованою. Залежно від цього олігополістичну конкуренцію поділяють на чисту (виробництво однорідної продукції: алюмінію, цементу та ін.) і диференційовану (виробництво неоднорідної, але одного функціонального призначення продукції: автомобілів, шин, камер, електропобутової техніки, сигарет тощо).

Робота з даними

Розподіл часток ринку
між операторами мобільного зв'язку, 2014 р.



1. Проаналізуйте діаграму. До якого ринку належить ринок мобільного зв'язку в Україні?
2. Як ви думаєте, чому саме так розподілилися частки?
3. Знайдіть аналогічну статистичну інформацію за останні 1—2 роки. Порівняйте дані. Поясніть динаміку.

В олігополістичній конкуренції суперники широко використовують нецінові методи боротьби: суперництво на основі технічних переваг, високої якості та надійності виробів, ефективніших реклами, методів збуту, розширення видів послуг і гарантій покупцям, умов сплати та ін.

3.6. Незалежність на олігополістичних ринках

Олігополія — це не тільки характеристика кількості фірм у галузі, а й особливий стан ринку, коли поведінка фірм є стратегічною, тобто при виборі варіанта діяльності (ціни, кількості і якості товару) фірма бере до уваги можливі відповідні дії конкурентів.

Ключові моделі та теорії

Стратегічна поведінка властива тільки ринку олігополії, оскільки за умов вільної конкуренції обсяг випуску фірми не залежить і не впливає на обсяги випуску інших фірм, адже фірм занадто багато, щоб такий вплив можна було ефективно здійснювати.

Першим звернув на це увагу у 30-ті роки ХХ ст. французький економіст Анрі Курно (1801—1877), який вважав, що кожен підприємець прагне продавати таку кількість продукції, яка максимізує його доходи, що в будь-якій галузі існує певна стабільна рівновага між обсягом продажу та ціною товару, а ціна рівноваги залежить від кількості продавців.

Стратегічна поведінка олігополістичної фірми реалізується в таких формах:

- некооперативна взаємодія фірм: фірми конкурують одна з одною і більшою мірою реалізують самостійну політику на ринку;

- кооперативна взаємодія фірм: фірми попередньо домовляються про спільні дії і діють на ринку переважно «єдиним фронтом».

Для вивчення стратегій поведінки фірм в умовах олігополії існує достатня кількість моделей, але жодна з них не є універсальною. Можна досліджувати кілька варіантів стратегічної поведінки фірм залежно від послідовності прийняття рішення (приймаються рішення одночасно всіма фірмами чи послідовно: спочатку свої умови призначає лідер ринку, а потім починають діяти фірми-послідовники) і залежно від вибору фірмами стратегічної змінної (обсяг випуску або ціна) (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Класифікація стратегій фірм-олігополістів

Послідовність прийняття рішень	Стратегічна змінна	
	обсяг продажів	ціна
Одночасно	Модель Курно	Модель Бертрана
Послідовно	Модель Штакельберга	Модель Форхаймера

Модель Курно визначає основною передумовою максимізацію прибутку фірмою-олігополістом, оскільки передбачається, що ціна продукції та обсяг її виробництва конкурентом незмінні. Стратегічна поведінка фірм-конкурентів полягає у зміні обсягу виробництва продукції у відповідь на зміну випуску іншої фірми доти, поки в результаті таких змін зростає прибуток.

Модель Штакельберга — це «кількісна модель без змови». Фірми встановлюють обсяг виробництва товару, а ціну на нього визначають з огляду на попит. Головна відмінність моделі в тому, що є фірма-лідер, яка першою встановлює обсяг випуску, а решта орієнтується в своїх розрахунках на неї.

Модель Бертрана передбачає наявність цінової взаємодії фірм. На ринку діють дві фірми, продукт виробляють однорідний, мета кожної — максимізація прибутку, відсутні взаємні угоди. Стратегічна поведінка фірм у цій моделі визначається ціновими війнами — це цикл змагань щодо послідовного зменшення ціни на ринку (попит на продукцію одного гравця формується залежно від співвідношення цін обох гравців).

Модель Форхаймера — модель цінового лідерства. В умовах цінового лідерства одна з фірм галузі отримує визнаний

іншими статус цінového лідера, який регулює ціну продукції, підвищуючи або знижуючи її (усі інші фірми утворюють конкурентне середовище), будучи по суті ціноотримувачем (ціну, на відміну від ринку досконалої конкуренції, задає не ринок, а фірма-лідер).

Отже, якщо ринок має олігополістичну структуру, то необхідно зазначити, що кожен великий виробник справляє помітний вплив на дії конкурентів і на стан усєї галузі.

3.7. Монополістична конкуренція

Однією з найпоширеніших моделей конкурентних ринків є монополістична конкуренція.

Ключові поняття

Диференційована (монополістична) конкуренція — органічний синтез монополізму і конкуренції, що базується на диференціації продукції, відповідно до якої певні види товарів і послуг поділяють на їх підвиди, виробництвом і реалізацією яких займаються різні компанії, використовуючи патенти, торгові та фірмові знаки, захищаючись від конкурентів.

Ринку монополістичної конкуренції властиві певні ознаки:

- на ринку взаємодіє велика кількість покупців, які можуть легко замінити товар одного виробника на інший, та відносно велика кількість продавців, кожен з яких задовольняє невеличку частку ринкового попиту;
- наявний диференційований продукт — продукт кожної фірми є недосконалим замінником товарів інших фірм;
- доступ на ринок нових учасників та вихід з нього старих реалізується без перешкод. Можливі фінансові бар'єри пов'язані з необхідністю виробництва продукту, який відрізняється від продуктів конкурента та рекламою;
- продавці на ринку приймають рішення незалежно один від одного;
- економічне суперництво концентрується не лише на ціні, а й на нецінових чинниках. Використання нецінової конкуренції зумовлене незначним контролем над цінами, значною їх залежністю від споживача.

На ринку монополістичної конкуренції остаточний попит на товар фірми відображає наявність у неї ринкової влади. Чим ближче становище фірми до монопольного, тим сильніша її ринкова влада. Конкуренція полягає у наявності на ринку, на якому продають велику кількість однорідних товарів, багатьох конкурентів, які для залучення покупців змушені диференціювати товари і послуги шляхом надання їм певних особливостей (за якістю, формою, кольором, упаковкою, умовами продажу). Окремий товар має багато заміників, тому рекламують його якість, особливості дизайну та ін. У такому разі йдеться вже про специфічний продукт із товарною маркою фірми. Крім того, фірми різняться за витратами виробництва і реалізації товарів, тому замість єдиної ринкової ціни існує широкий їх діапазон.

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. За якими ознаками порівнюють ринкові структури? Дайте загальну характеристику.
2. Навіщо вивчати ринок досконалої конкуренції, якщо в реальному житті він практично не трапляється? Обґрунтуйте свою відповідь.
3. У чому особливість ціноутворення на ринку досконалої конкуренції?
4. Що таке ринкові бар'єри? Поясніть, чим зумовлено їх встановлення?
5. У чому сила монопольної влади? Поясніть на прикладах.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. Що таке досконала конкуренція?
2. Назвіть ознаки ринку монополії.
3. Цінова дискримінація — це...
4. Що таке олігополія?
5. Цінова війна — це...

КЕЙС

ЦІНОВІ ВІЙНИ: ХТО ВИГРАЄ?

Одного зимового дня у двох київських гіпермаркетах на Почаївці — в «Ашані» і Fozzy Cash & Carry — від відвідувачів не було відбою. Нещодавно відкритий Fozzy оголосив небувалі ціни на соціально зна-

чущі товари, а «Ашан» відповів. За один день Ашан продав 350 000 яєць, а Fozzy C & C — 150 000, що в 30 разів більше, ніж у середньостатистичний будній день.

Зовсім недавно на Почаївці в ТЦ «Городок» відкрився гіпермаркет Fozzy Cash & Carry. На честь відкриття компанія запустила акцію — понад 300 000 киян отримали персональні запрошення на відкриття і купони зі знижкою в розмірі 50 грн. Почаївський «Ашан» відповів: розіслав СМС, що з грудня яйця коштуватимуть менше 1 грн за штуку, а цукор — менше 10 грн за кілограм. Активність спрацювала, люди йшли і йшли... У гіпермаркеті утворилася тиснява. Люди стояли в чергах по кілька годин, штовхалися і сварилися.

В «Ашані» ввели обмеження: не видавати в одні руки більше 30 штук яєць. «Ми хотіли, щоб товар дістався не перекупникам, а звичайним покупцям. Команди продавців послали, взяли додатково 300 осіб», — розповів директор супермаркету Бенуа Добер.

В «Ашані» протягом усього грудня збирались робити знижки на деякі групи товарів.

Як повідомив директор Української асоціації постачальників торговельних мереж Олексій Дорошенко, «Ашан» подібну акцію проводить тільки на Почаївці і не був ініціатором цієї цінової війни. Там лише відреагували на активність Fozzy.

За рахунок чого ритейлери занижують вартість товарів? За словами Олексія Дорошенка, зниження ціни на яйця відбувається за рахунок прибутку магазину.

Держава контролює максимальний рівень ціни на соціально значущі товари. Мінімальний не контролює ніхто. Ритейлери можуть виставити товар за будь-якою низькою ціною, за винятком міжнародних компаній, таких як Coca-Cola, за спробу продати яку нижче рекомендованої ціни партнер позбавляється можливості поставок у подальшому, і частини українських, які все-таки встановлюють мінімальну ціну.

Запитання і завдання до кейса

1. Що таке цінові війни? Поясніть, чому в наведеному кейсі йдеться саме про цінову війну.
2. Хто в цьому разі є ініціатором цінової війни? Аргументуйте.
3. Як розподілиться виграш, на вашу думку? Поясніть свою відповідь.
4. Хто виграє, а хто програє в цінових війнах? Наведіть приклади з інших ринків.
5. Як визначити переможця в ціновій війні? Обґрунтуйте свою думку.

2 Підприємство та підприємництво

ЧАСТИНА

4 Економіка фірми

4.1. Виробництво і продуктивність

Уявімо, що ви вирішили відкрити власну фірму. З чого розпочнете? Можливо, спочатку замислитеся над тим, які потреби споживача зможе задовольнити ваша фірма, щоб зрозуміти, яку продукцію виробляти. Наприклад, проаналізувавши ринок, ви вирішили, що це буде печиво. Яким буде наступне запитання? Може, цих запитань буде кілька: як його виготовити, тобто як організувати і забезпечити виробничий процес; які ресурси слід залучити і як оптимально їх поєднати, яку технологію використати; який оптимальний обсяг виробити, щоб максимізувати прибуток; на яку категорію споживачів треба орієнтуватися тощо.

Але так розмірковуючи, ви фактично не знайдете відповіді на ключові питання економіки (Що? Як? Для кого?), не менш актуальні й на рівні окремого підприємства. Адже кожна фірма є економічною мікросистемою, яка має певну мету, обмеження і принципи діяльності. Мета — одержання максимального прибутку за певний період, обмеження — ціна ресурсів, попит на продукцію, продуктивність виробництва, а принципи діяльності — самостійність, самоокупність, економічна відповідальність. Ринкова структура, у кінцевому підсумку, визначає рішення щодо обсягу випуску продукції.

Ключові поняття

Фірма (підприємство) — ринково-виробнича система, яка здійснює виробництво товарів і послуг з метою отримання прибутку.

Виробництво — діяльність з використання виробничих ресурсів (факторів виробництва) з метою створення матеріальних і нематеріальних благ.

Фактори виробництва — виробничі ресурси, що використовуються у процесі виробництва для створення споживчих благ.

Оскільки фірма є економічною мікросистемою, її поведінку на ринку можна змоделювати за загальними правилами мікроекономічного моделювання. В основі — припущення про раціональність поведінки фірми.

У технологічній моделі виробництво розглядають як процес перетворення факторів виробництва (на вході) на готову продукцію (на виході).

З урахуванням принципів діяльності та існуючих обмежень можна визначити критерії формування виробництва:

- а) максимізація випуску — така комбінація ресурсів, що забезпечить максимально можливий випуск за даного рівня витрат;
- б) мінімізація витрат — така комбінація ресурсів, що забезпечить мінімальний рівень витрат для досягнення заданого рівня випуску;
- в) максимізація ефекту — така комбінація ресурсів, що забезпечує максимальну ефективність виробництва, тобто різницю між витратами та прибутком.

Виробництво — це будь-яка діяльність з використання виробничих ресурсів (факторів виробництва) з метою створення матеріальних і нематеріальних благ. Фактори виробництва (праця, земля, капітал, підприємливість, час та технологія), в такому контексті, розглядатимуться як блага, які фірма має придбати, щоб забезпечити виробництво товарів та послуг.

Аналізуючи фактори виробництва, варто зазначити:

- 1) якщо хоч один із ключових ресурсів відсутній, виробництво неможливе;
- 2) що зростання обсягу виробництва можливе за умов додаткового використання одного з факторів;
- 3) що є певна взаємозамінність факторів. Із цією властивістю пов'язана проблема вибору технології для кожної фірми.

На основі взаємозамінності факторів підприємець може виробляти однаковий обсяг продукції за певну кількість часу в різ-

ний спосіб: багато ручної праці, велика кількість працівників або автоматизована та роботизована праця, невелика кількість висококваліфікованих фахівців. Фірма обирає технологію, спосіб виробництва в результаті порівняння витрат на ресурси, продуктивності, технологічної та економічної ефективності.

Технологічно ефективне виробництво — це такий спосіб виробництва, за якого виробляється максимально можливий обсяг товарів або послуг та використовується точно визначений обсяг ресурсів.

Економічно ефективне виробництво — це спосіб виробництва з найменшими витратами (всі альтернативні способи виробництва є дорожчими). Ключовим фактором визначення економічної ефективності є ринкова ціна всіх задіяних у виробництві ресурсів.

Тобто технологічно ефективних способів виробництва може бути багато, але економічно ефективним є лише один спосіб — найдешевший, що відповідає вимогам мінімальних витрат на ресурси.

Робота з даними

Припустимо, що фірма виготовляє 250 кг печива щодня. Упродовж 10 років на фірмі використовували технологічний процес, який передбачає використання 5 одиниць праці (працівників) та 7 одиниць капіталу (засобів виробництва): ціна одиниці праці становить 60 грн, одиниці капіталу — 40 грн.

Керівництву фірми запропонували нову технологію, за якої використовують 4 одиниці праці та 10 одиниць капіталу за ціною 50 і 55 грн відповідно.

Як ви думаєте, чи погодиться керівництво на заміну технології виробництва за умови, що обсяг і якість продукції залишаться незмінними? Поясніть свою думку.

4.2. Спеціалізація

Поділом праці називають процес відокремлення різних видів виробничої діяльності. Спеціалізація виникає на основі поділу праці та є однією з основних причин появи товарного виробництва. Спеціалізація зумовлює те, що виробник, як

правило, виробляє продукцію не для власного споживання, не для себе, а для людей, а отже, спеціалізація зумовлює необхідність товарного обміну в суспільстві.

Такий обмін є рушійною силою удосконалення і модернізації виробництва.

Головною ознакою спеціалізації є виробництво певного продукту чи його частини. Наприклад, при виробництві авіалайнера «Боїнг-747» використовують майже 4,5 млн деталей і вузлів, у виготовленні яких беруть участь 1500 компаній з різних країн світу.

Як ви вважаєте?

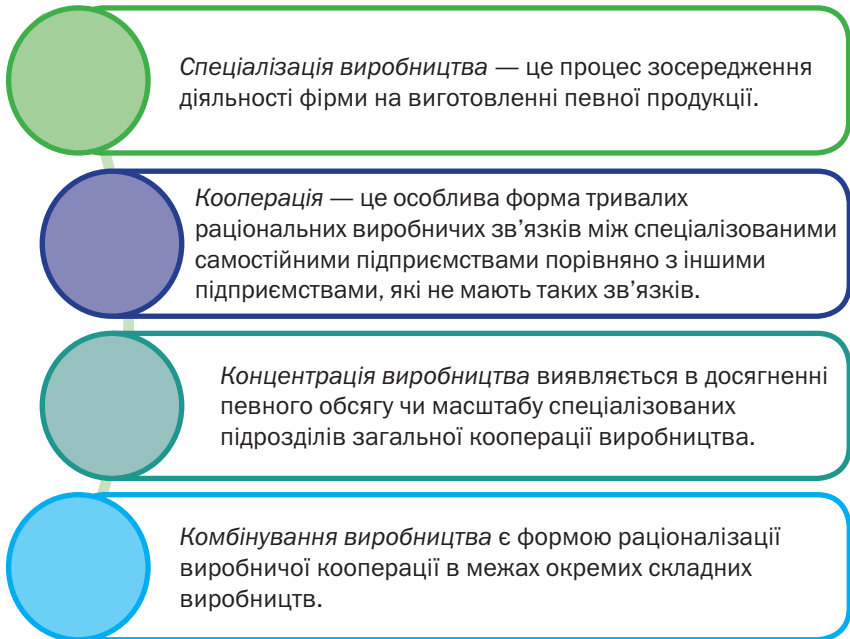
Р. Макконелл та С. Брю у відомій книзі «Економікс» зазначають, що «людина, яка береться за все, може бути досить яскравою особистістю, але продуктивністю праці вона явно не відзначається».

Чи погоджуєтесь ви з цим висловлюванням? Поясніть свою думку.

Спеціалізація виробництва забезпечує низку переваг:

- зростає продуктивність праці. Оскільки завдяки спеціалізації є умови для безперервного виробництва, застосування більш сучасних засобів праці, упровадження автоматизації та роботизації виробництва, то технологічна досконалість та продуктивність праці, як результат, зростають;
- підвищується кваліфікація працівників. Оскільки спеціалізація вимагає активної участі людини, як головної продуктивної сили, врахування її індивідуальних відмінностей і здібностей, то, як результат, спостерігається постійне зростання якості робочої сили (кваліфікації працівника);
- забезпечується економія часу. Оскільки спеціалізація забезпечує вищу продуктивність, то, як результат, призводить до економії часу (та ж сама кількість продукції за меншу кількість годин) і, відповідно, позбавляє виробництво від зайвих витрат.

Спеціалізація тісно пов'язана з такими формами організації виробництва, як кооперація, концентрація і комбінування (рис. 4.1).

**Рис. 4.1.****Сучасні форми організації виробництва**

Проте спеціалізація спричиняє і деякі негативні наслідки. Іноді внаслідок спеціалізації в промисловості працівники змушені виконувати монотонну та нудну роботу. З точки зору макроекономічних проблем поділ праці доволі складно виміряти, тому можливі різні диспропорції між ланками різних спеціалізованих виробництв. Однак спеціалізація генерує більше вигравів та переваг, ніж негативних наслідків та недоліків. Саме тому спеціалізація у світі поширюється.

Ключові моделі та теорії

Теорія абсолютних та порівняльних переваг пояснює виникнення міжнародного поділу праці та спеціалізації різних країн на виробництві певних товарів і послуг.

Теорія абсолютних переваг Адама Сміта: якщо одна країна може виробляти певний товар з меншими витратами, тобто використовуючи меншу кількість ресурсів, ніж інші країни, це стає основою спеціалізації та міжнародного поділу праці.

Теорія відносних переваг Давіда Рікардо: якщо країни спеціалізуються на виробництві тих товарів, які вони можуть виробляти з відносно нижчими витратами порівняно з іншими країнами, то торгівля буде взаємовигідною для обох країн незалежно від того, чи має країна абсолютно ефективніше виробництво, ніж інша.

Розвиток спеціалізації поглиблює товарний обмін, є важливим чинником підвищення продуктивності праці. Очевидно, що відсутність спеціалізації, так звана самозабезпеченість у господарстві, породжує неефективність виробництва.

4.3. Витрати фірми

Будь-який підприємець колись має відповісти на запитання, скільки товару слід виробляти, скільки продавати залежно від ціни і витрат на його виробництво, аби досягти мети діяльності фірми, тобто максимізації прибутку.

Ключові поняття

Виробничі витрати — фактичні витрати виробника (фірми) на придбання й використання всіх необхідних умов виробництва, які забезпечують досягнення кінцевого результату господарської діяльності.

До виробничих витрат передусім належать елементи факторів виробництва, які використані в процесі виготовлення продукції:

- заробітна плата працівникам (оплата живої праці);
- інвестиції (придбання будівель та обладнання);
- витрати на сировину та матеріали (природні ресурси — земля, вода, корисні копалини);
- витрати на оплату енергоносіїв (нафти, газу), електричної енергії.

Структура витрат визначається співвідношенням виробничих витрат. Наприклад, традиційно вважається, що харчова, легка промисловість є матеріаломісткими, оскільки у їхній структурі витрат переважають матеріальні витрати; добувна промисловість — трудомісткою, адже витрати на зарплату становлять 50 %; електроенергетика — фондомісткою, оскільки

у структурі витрат компаній цієї галузі велика питома вага амортизаційних відрахувань.

Залежно від того, чи належать ресурси підприємцеві чи ні, витрати виробництва поділяють на зовнішні та внутрішні.

Зовнішні витрати (явні, прямі, грошові) — витрати підприємця на придбання будь-яких ресурсів (наймає людей, закуповує сировину). Підприємець купує ці ресурси, оскільки вони йому необхідні для виробництва, але власних ресурсів він не має. Наприклад, заробітна плата найманих працівників, витрати на придбання сировини, устаткування, сплата податків тощо.

Внутрішні витрати (неявні, непрямі, неоплачувані) — витрати підприємця на власні ресурси (власний грошовий капітал, власний автомобіль, обладнання). Для розуміння внутрішніх витрат необхідно підрахувати можливу вигоду, якщо б підприємець продав (або надав у користування) власні ресурси. Сучасна економічна наука зараховує до внутрішніх витрат *нормальний прибуток* — мінімальну плату, необхідну для утримання підприємця в цій сфері (тобто за відсутності нормального прибутку, підприємець віддасть перевагу найманій праці і залишить бізнес як самостійний гравець).

Виокремлення зовнішніх і внутрішніх витрат необхідне для правильного визначення розміру прибутку, одержуваного підприємцем, а отже, для оцінювання реального стану справ у фірми. Відповідно розрізняють два підходи до розуміння природи затрат фірми: бухгалтерський і економічний.

Бухгалтерський підхід передбачає врахування зовнішніх (явних) витрат, які оплачуються безпосередньо після отримання рахунка чи накладної. Ці витрати відображаються у бухгалтерському балансі фірми і є бухгалтерськими витратами.

Економічний підхід передбачає врахування не тільки зовнішніх, а й внутрішніх витрат, пов'язаних з можливістю альтернативного використання ресурсів. Економічні витрати відрізняються від бухгалтерських на величину альтернативної вартості власних ресурсів.

Отже, економічні витрати — це загальні витрати на виробництво товару.

Як ви вважаєте?

Припустимо, що фірма, яку ви очолюєте, займається перевезенням вантажів. Коли ви розпочинали справу, то мали власне приміщення, яке задіяли під офіс, та два власних ав-

томобілі. Вісім вантажних автомобілів ви придбали у кредит, найняли персонал: водіїв, автомеханіків та бухгалтера.

Які ще ресурси ви маєте залучити, щоб мати змогу здійснювати автоперевезення? Які витрати ви визначите як зовнішні, а які як внутрішні?

Витрати виробництва можна також аналізувати з точки зору часу, потрібного для повного виробничого циклу:

- а) *довгостроковий період* — кількість часу, за якого фірма може змінити всі ресурси, жоден з ресурсів не є незмінним, у т. ч. виробничі потужності;
- б) *короткостроковий період* — кількість часу, за якого залишається незмінним хоча б один фактор або ресурс (наприклад, капітальний). Тому цей період вважають періодом фіксованих виробничих потужностей.

У довгостроковому періоді всі ресурси характеризуються як змінні, а в короткостроковому періоді якась частина ресурсів є змінною (природні й трудові ресурси), а інша — постійною. Відповідно в цьому періоді якась частина витрат фірми становить постійні витрати, інша — змінні. Критерієм для такої класифікації витрат є їхня залежність від зміни обсягу виробництва.

Графік постійних витрат (FC) — пряма горизонтальна лінія, що демонструє їх незмінність, а графіки змінних (*VC*) та загальних витрат (*TC*) демонструють залежність від зміни обсягу виробництва (*Q*).

Постійні витрати (Fixed Cost — FC) — витрати, величина яких не залежить від зміни обсягу виробництва (наприклад, витрати на оренду приміщення та інші обов'язкові платежі). Вони зберігаються навіть тоді, коли фірма нічого не виробляє, але мусить підтримувати готовність до виробництва.

Змінні витрати (Variable Cost — VC) — витрати, величина яких залежить від зміни обсягу виробництва (наприклад, витрати на сировину та витрати на заробітну плату виробничому персоналу).

Сума постійних і змінних витрат за кожного даного обсягу виробництва утворює загальні (валові) витрати (*Total Cost — TC*).

Їх обчислюють за формулою:

$$TC = FC + VC,$$

де *TC* — валові витрати, *FC* — постійні витрати, *VC* — змінні витрати.

Економіка у фокусі

Фірма, що спеціалізується на перевезенні вантажів, має 10 вантажних автомобілів. Щомісячно фірма здійснює витрати за такими статтями:

- заробітна плата адміністративному персоналу;
- заробітна плата водіям;
- заробітна плата автомеханікам;
- орендна плата за приміщення для офісу;
- плата за кредит на придбання нового автомобіля;
- комунальні платежі;
- витрати на бензин;
- витрати на дизельне паливо;
- витрати на запчастини.

Які витрати ви зарахуєте до постійних, а які до змінних?

Витрати виробництва у грошовій формі на одиницю продукції становлять собівартість продукції, яка визначається як *середні витрати*.

Їх обчислюють за формулою:

$$ATC = \frac{TC}{Q},$$

де ATC — середні загальні витрати, TC — загальні витрати, Q — обсяг продукції.

Собівартість відображає реальні витрати підприємства на виробництво продукції, дає змогу визначити ефективність його роботи.

Не менш важливе значення для підприємця мають *граничні витрати* (*Marginal Cost* — MC) — витрати, котрі додатково потрібні для виробництва кожної додаткової одиниці продукту понад визначений обсяг.

Формула розрахунку:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q},$$

де TC — зміна загальних витрат, Q — зміна обсягу виробленої продукції.

Фактично це приріст сукупних витрат унаслідок приросту обсягу випуску на додаткову одиницю продукції. Зростання граничних витрат призводить до зменшення виробництва продукції, а отже — до підвищення ціни. На основі аналізу дина-

міки середніх і граничних витрат можна визначити технологічно оптимальний обсяг виробництва для фірми.

4.4. Закон спадної віддачі

Під час планування діяльності, розрахунків можливих витрат та потенційних доходів треба враховувати закон спадної віддачі.

Ключові поняття

Закон спадної продуктивності змінного фактора виробництва (спадної віддачі): коли один із факторів виробництва є змінним, а інші постійними, то, починаючи з певного моменту, гранична продуктивність кожної наступної одиниці змінного фактора зменшуватиметься.

Наприклад, якщо в кафе кількість офіціантів, які обслуговують клієнтів, збільшуватиметься, то кількість столиків, які встигають обслужити ці офіціанти зростатимуть дедалі повільніше (з кожним новим офіціантом кількість нових столиків, які обслуговуватимуться в кафе, буде меншою).

Треба зауважити, що дія даного закону має певні обмеження і припущення. Одним із важливих є припущення, що всі працівники мають однаковий рівень кваліфікації, тобто кожний новий, додатковий працівник матиме той самий рівень освіти та досвіду, що і всі ті, хто вже працює на виробництві.

Дія цього закону має певні прояви.

Середня продуктивність зростатиме, доки загальний обсяг виробництва, в якому є величина продукту, що створив новий додатковий працівник, перевищує величину середнього продукту або середню продуктивність раніше залучених працівників.

Відповідно, найбільш раціональним рішенням буде зіставлення вигід та витрат і дотримання правила $MC = MR$ (граничні витрати дорівнюють граничному доходу). Тобто, доки внесок нового додаткового працівника (іншого ресурсу) перевищує витрати на заробітну плату для нього, слід наймати нового працівника. Якщо вкладення зрівняються з віддачею, слід зупинити вкладення ресурсів.

Цей закон діє в межах окремого підприємства, проте він має суто теоретичне обґрунтування і на практиці його важко й навіть неможливо виконати. Але розуміння принципу дії цього закону убезпечить від проблем зростання, з якими стикаються компанії під час активного розвитку.

4.5. Економія та втрати від масштабу

Іноді категорію «масштаби виробництва» ототожнюють із категорією «розмір підприємства», що цілком логічно, оскільки саме обсяг виробництва продукції є одним із найважливіших показників, що характеризує розмір підприємства.

Ключові поняття

Економія від масштабу (ефект масштабу) — економія, що зумовлена збільшенням масштабів виробництва і виявляється як зниження довгострокових середніх витрат виробництва на одиницю продукції.

Позитивний ефект масштабу — це зростання масштабів виробництва швидше за обсяг ресурсів, що споживає виробництво; *незмінний ефект масштабу* — це збігання темпів збільшення обсягу виробництва з темпами збільшення кількості витрачання ресурсів; *від’ємний (спадний) ефект масштабу* — це відставання темпів обсягу виробництва від темпів витрачання ресурсів.

Відповідно, позитивний ефект масштабу стимулює (і це є абсолютно економічно доцільно) збільшувати розмір підприємства — відносна економія виробничих ресурсів забезпечить вищу ефективність виробництва. Незмінний ефект масштабу дає сигнал про відсутність впливу розміру компанії на ефективність. Спадний ефект масштабу є потужним сигналом неефективності, він свідчить про те, що підприємство вийшло за межі раціонального розміру.

Прояви ефекту масштабу в різних галузях різні, але при цьому діє одна закономірність: що вищий позитивний ефект масштабу в тій чи іншій галузі, то більше великих підприємств функціонуватимуть у такій галузі за однакових інших умов.

4.6. Довгострокові середні витрати

Важливість довгострокових середніх витрат (витрати на одиницю продукції у довгому періоді) у прийнятті стратегічних рішень не викликає сумнівів. Саме ці витрати визначають ціну виробника, оскільки ціна продажу зумовить і результат діяльності конкретної фірми. Якщо виробникові вдасться запропонувати ринку товар або послугу за ціною, що нижча за ринкову, попит на цей товар зросте, а підприємець отримає економічний прибуток. Якщо ціна виробника виявиться вищою за ринкову, то він не зможе реалізувати продукцію, зазнає збитків і буде змушений залишити ринок. Тому кожний виробник прагне мінімізувати середні витрати.

Чи впливають короткострокові середні витрати на довгострокові середні витрати? Безумовно. Сукупність короткострокових середніх витрат формує довгострокові середні витрати. Найнижчі показники короткострокових середніх витрат показують найбільш ефективний спосіб виробництва для компанії з відповідною технологією. Як тільки підприємство в процесі нарощування обсягу виробництва вийде за межі цих найнижчих точок (за незмінної технології), середні витрати зростатимуть, ефективність виробництва знизиться, різниця між доходом та витратами скоротиться.

Якщо попит стабільно зростає, а середні сукупні витрати при нарощуванні обсягів виробництва підвищуються, то підприємцю слід змінити технологію, збільшити потужності. Звичайно, витрати на нове обладнання або більш досконалу технологію збільшать витрати на основний капітал. Однак це дозволить компанії змінити масштаби функціонування, вона перейде до наступної сходинки у розвитку бізнесу.

Крім того, варто пам'ятати про ефект масштабу, а саме про незмінність довгострокових середніх витрат за постійного ефекту масштабу, економію витрат на масштабі (витрати на одиницю продукції зменшуються з нарощуванням обсягів випуску) за зростаючого ефекту масштабу, збільшення обсягу випуску в разі спадного ефекту масштабу. Тобто будь-яке підприємство має знайти найбільш оптимальний обсяг виробництва, який дозволить підтримувати середні сукупні витрати на мінімальному рівні.

4.7. Дохід і прибуток фірми

Результатом процесу виробництва є продукт або послуга. Отже, всі вироблені товари і послуги за певний проміжок часу у грошовому еквіваленті становлять валовий продукт підприємства, який після реалізації перетворюється на сукупний дохід фірми (*Total Revenue* — *TR*):

Його обчислюють за такою формулою:

$$TR = Q \times R,$$

де Q — обсяг продукції, R — ціна за одиницю продукції.

Складовою частиною доходу фірми є прибуток — найважливіший результативний показник діяльності у ринковій економіці.

Ключові поняття

Дохід (виторг, виручка) — грошова сума, яку одержує фірма після реалізації вироблених товарів і послуг.

Прибуток — частина виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність фірми.

У загальному вигляді прибуток (*Profit* — *PR*) визначається як різниця між загальним доходом та загальними витратами:

Його обчислюють за такою формулою:

$$PR = TR - TC,$$

де TR — загальний дохід, TC — загальні витрати.

Наявність двох підходів до вимірювання витрат підприємства (бухгалтерського і економічного) зумовлює застосування їх і до аналізу прибутку. Отже, за обліком витрат, тобто з огляду на розподіл витрат виробництва на зовнішні та внутрішні, розрізняють три види прибутку:

- 1) економічний прибуток — різниця між сукупним доходом та сукупними (економічними) витратами виробництва, тобто зовнішніми і внутрішніми;
- 2) бухгалтерський прибуток — різниця між валовим доходом та внутрішніми витратами;
- 3) нормальний прибуток, який є складовою частиною внутрішніх витрат, — мінімальна плата, необхідна для утримання підприємця в певній сфері бізнесу.

Прибуток є узагальнювальним показником фінансових результатів господарської діяльності підприємства. Якщо абсолютно у грошовому вираженні прибутковість підприємства визначається масою прибутку, то відносно вона визначається через норму прибутку, тобто рентабельність (*Profitability — PR*).

4.8. Цілі фірми

Постановка цілей має особливе значення, оскільки вони визначають структуру організаційних відносин, на основі цілей розробляють і підтримують мотиваційну систему, цілі впливають на систему контролю в організації та є точкою відліку при оцінюванні результатів праці окремих працівників, підрозділів і організації загалом.

Кожна організація реалізує відносно велику кількість цілей, що залежать від періоду часу, необхідного для їх досягнення, змісту, вимірності, ієрархії, а також від специфіки галузі, стану зовнішнього середовища, змісту місії, кількості реалізованих видів бізнесу тощо. Приклади класифікації цілей організації наведено в табл. 4.2.

Таблиця 4.2

Класифікація цілей організації

Критерій класифікації	Групи цілей
Період планування	Стратегічна, тактична, оперативна
Основний фокус	Економічна, організаційна, наукова, соціальна, технічна, політична
Функціональна належність	Маркетингова, інноваційна, кадрова, виробнича, фінансова, адміністративна
Вимірність	Кількісна, якісна
Середовище дії	Внутрішня, зовнішня
Періодичність та повторюваність	Постійна, разова

Кожна фірма може стикнутися із ситуацією вибору — підвищення короткострокових фінансових показників або підви-

щення довгострокової конкурентоспроможності. Обрана стратегія визначає оперативні цілі та фінансові рішення.

Стратегічне бачення вимагає цілісної системи планування та визначення цілей для індивіда, груп працівників, керівництва різних рівнів, компанії в цілому. Тільки за такого підходу до формування цілей організація може розвиватися в окресленому напрямку.

Порівняльну характеристику оперативних і стратегічних цілей наведено в табл. 4.3.

Таблиця 4.3

Порівняння оперативних та стратегічних цілей¹

Оперативні цілі та фінансові рішення	Стратегічні цілі
<ul style="list-style-type: none"> — прискорене зростання доходів; — вищі дивіденди; — підвищення надійності облігацій; — підвищення ціни акцій; — диверсифікація бази одержання прибутку; — стабільний дохід у періоди економічних спадів 	<ul style="list-style-type: none"> — зростання частки ринку; — підвищення якості продукції; — поліпшення обслуговування клієнтів; — зниження витрат виробництва порівняно з конкурентами; — підвищення репутації компанії серед клієнтів

Так в організації формується ієрархія цілей. Дотримання принципу ієрархічності цілей укріплює взаємозв'язок окремих структурних одиниць і спрямовує їхні зусилля на досягнення основних цілей організації.

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. Яка відмінність між технологічно ефективним і економічно ефективним способами виробництва? Обґрунтуйте вашу відповідь.

¹ Безкровна Л. О. Планування і контроль на підприємстві: навч. посіб. / Л. О. Безкровна, Т. А. Ісайко, Л. Е. Жуковська. — Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. — С. 52.

2. Яка відмінність між бухгалтерським та економічним підходами до визначення прибутку?
3. Які витрати фірми зараховують до постійних, а які до змінних? Наведіть приклади.
4. У чому сенс розрахунку середніх і граничних витрат?
5. Яка принципова різниця між доходом фірми і прибутком?

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. Що таке виробництво?
2. Спеціалізація виробництва — це...
3. Що таке виробничі витрати?
4. Спадна віддача — це...
5. Ефект масштабу — це...

КЕЙС

ЧОМУ КОМПАНІЇ ЗРОСТАЮТЬ¹

Наприкінці грудня авторитетне міжнародне агентство Bloomberg назвало український фондовий ринок найбільш швидкозростаючим у світі. Найприбутковішими були визнані акції українських компаній, які виростили на 80 %. Причина — відновлення і зростання української економіки в минулому році після серйозного падіння, зазначають у Bloomberg.

Директор інвестиційної групи «Універ» Олексій Сухоруков стверджує, що після публікації Bloomberg у нього відбою немає від запитів іноземних клієнтів, які хочуть купити українські акції. «Зростання не зупиниться на торішніх результатах, і в цьому році нас також чекає позитивна динаміка», — упевнений Сухоруков.

Справді, в 2017 році, за даними Національної комісії з регулювання цінних паперів та фондового ринку (НКЦБПФР), продаж акцій та інших цінних паперів у країні зростав небаченими темпами. Так, загальний обсяг торгів на фондовому ринку за минулий рік збільшився на 367,17 % і досяг 10,2 млрд грн. Індекс ІХ, що розраховується «Українською біржею», в 2017 році збільшився на 71,27 %, до 1363 пунктів на 28 грудня. Втім, лідером з продажу є облігації, акції все ще залишаються в меншості.

¹ Кейс побудований на основі статті «Фондовий вибух. Чому зростають акції українських компаній», Новое время, 02/02/2018, <https://biz.nv.ua/ukr/publications/fondovij-vibukh-chomu-zrostajevartist-aktsij-ukrajinskikh-kompanij-2449604.html>

Зростання акцій підприємств з індексного кошика виглядало так: «Райффайзен Банк Аваль» + 125 % , «Мотор Січ» + 100 % , «Донбасенерго» + 99,5 % , «Укрнафта» + 34 % , «Центренерго» + 24 % . Дорожчали і акції, які не входять до індексного кошика. Наприклад, на 40 % зросли цінні папери «Турбоатома».

Директор відділу торговельних операцій ІК Dragon Capital Денис Мацуєв зазначає, що (з урахуванням падіння валюти на 10 % в минулому році) інвестори могли зафіксувати в Україні валютну прибутковість близько 55 % , інвестуючи в акції українських компаній, що дуже добре порівняно з іншими ринками. Нагадаємо, що в США зростання фондового ринку в минулому році досягло лише 20 % .

Ринок акцій продовжує зростати і далі. «Минулого тижня зростання ринку було на рівні 12 % , що залишає наші цінні папери досить привабливими. Ми йдемо в одній упряжці з такими країнами, що розвиваються, як Румунія, Бразилія, Аргентина, де теж зростання з початку року — від 9 до 11 % », — зауважує Мацуєв.

Причини зростання

Оптимізм інвесторів у 2017 році був багато в чому продиктований висхідним трендом цін на сировинні товари на світових ринках. «Зокрема, зростання цін на руду і сталь, які, як і раніше, займають значну частку в українському експорті, дає підставу сподіватися на подальше відновлення економіки країни, що у свою чергу буде підвищувати інвестиційну привабливість акцій українських емітентів», — говорить Дмитро Чурін, керівник аналітичного департаменту ІК Eavex Capital. Ця логіка відображена в зростанні ціни на акції українських компаній не тільки всередині країни, а і за кордоном. Наприклад, упевнено підвищуються котирування акцій залізородної компанії Ferrexpo, які за 2017 рік підскочили на 118 % . Акції Ferrexpo торгуються на Лондонській біржі, але активи компанії — в Україні.

У 2017 році ринок почав активно реагувати на позитивні новини компаній. Наприклад, за акціями «Райффайзен Банк Аваль» у 2017 році зафіксовано збільшення кількості угод на 36 % і зростання їх обсягу на 85 % на тлі очікувань виплати дивідендів за акціями. За 9 місяців 2017 року прибуток «Авалю» досяг 4 млрд грн. При цьому всі інші банки разом показали за цей період збиток 2,6 млрд грн.

Ціни на акції «Укрнафти» зростали завдяки значному скороченню збитку компанії в третьому кварталі 2017 року і зростанню прибутку в три рази порівняно з аналогічним періодом 2016 року — на 4 млрд грн. «Ми пов'язуємо це з позитивною оцінкою роботи менеджерської

команди компанії. Ймовірно, також на вартість акцій позитивно вплинуло зростання цін на нафту в 2017 році, — заявили в пресслужбі компанії. — Якщо нам вдасться своєчасно продовжити ліцензії, будуть змінені правила державних аукціонів з продажу нафти, можна говорити про позитивні перспективи для вартості акцій і далі».

Зростання паперів «Центренерго» зумовлено зростанням тарифів на електроенергію в 2017 році і прогнозами стосовно їх зростання на 2018 рік, що відіб'ється і на фінансових показниках компанії.

Помітним було поліпшення фінансових показників «Мотор Січ» у третьому кварталі порівняно з показниками на кінець 2016 року.

«Наприклад, якщо взяти той же банк «Аваль», там показник ROI виходить 53 % по 2017 році. І буде виплата практично 100 % дивідендів, що робить Dividend Yield по банку в районі 25 % . Якщо брати «Центренерго», ми очікуємо, що по 2017-му буде net income близько \$83 млн, і компанія зобов'язана виплачувати до 75 % у вигляді дивідендів, оскільки там контрольний пакет у держави, — розповідає директор відділу торгових операцій ІК Dragon Capital. — Тому ми очікуємо, що там Dividend Yield буде 30 % . Крім того, «Центренерго» йде на приватизацію, що також додає привабливості цій компанії».

Спеціаліст відділу продажів боргових цінних паперів Dragon Capital Сергій Фурса додає, що зараз у світі приходить мода на такі країни, як Україна. «Плюс тут все коштувало так дешево, що навіть копійки, які зайшли, змогли серйозно підняти ринок», — зазначає він.

Другим після акцій привабливим сегментом ринку цінних паперів були корпоративні облігації. «Незважаючи на деяку млявість емітентів, тут можна було знайти цікаві пропозиції, наприклад бонди одного з банків із 100 % іноземним капіталом з виплатою 18 % річних і більше, також привертала увагу лізингові компанії, фінансові компанії, які кредитували населення і малий бізнес», — каже член виконавчого комітету Українського товариства фінансових аналітиків Віталій Шапран. Кількість облігацій на внутрішньому ринку продовжує зростати. Наприклад, найближчим часом їх випустять мережа магазинів EVA, Кредобанк і Укрпошта.

З огляду на нинішню ситуацію інвесткомпанії радять диверсифікувати свій портфель. «Для збалансованого портфеля я б запропонував 50 % покласти в облігації внутрішньої позики, а половину суми в акції. І вибирати ті акції, які можуть бути досить добре захищені, мають маленький даунсайт і виплачують дивіденди, — розповідає Мацуєв. — Наприклад, я б запропонував три папери. З них два входять в індекс, зокрема це банк Аваль, Центренерго, і ще один — Турбоатом — не входить».

Проблеми і рішення

У бочці фондового українського меду, як завжди, є своя ложка дьогтю. Насамперед це його надзвичайно малий обсяг. Загальний обсяг усього фондового ринку, у т. ч. облігацій в Україні, в минулому році, за даними НКЦПФР, становив \$7,6 млрд. На таку суму Нью-Йоркська фондова біржа продає фінансових інструментів за два дні роботи. «Український фондовий ринок не може змагатися ні з одним розвиненим за обсягом продажів. Якщо ви захочете інвестувати тут \$5—10 млн, вам просто ніде розвернутися. Ви не зможете ні купити акцій на таку суму, ні продати», — говорить партнер Kompan Consulting Іван Компан.

Основною проблемою ринку акцій України на даний момент є мала кількість якісних емітентів, акції яких присутні в біржовому списку. «Як наслідок, маємо низьку капіталізацію і низьку ліквідність. В індексному кошику Української біржі, де зосереджено основний обсяг торгівлі акціями в Україні, перебувають акції всього п'яти емітентів», — відзначає начальник відділу цінних паперів «Райффайзен Банку Аваль» Олег Клімас.

«У нас монополізовані всі великі пакети акцій. І акцій, які обертаються на біржі, стає все менше і менше з кожним роком», — нарікає голова правління ІК Eavex Capital Юрій Яковенко. «Ситуація ускладнюється ще й тим, що компанії проводять squeeze out, тобто викуповують свої акції з ринку, як це планує зробити найближчим часом банк Аваль, і скоро на фондовому ринку практично нічого не залишиться», — обурюється він.

Старі великі компанії йдуть з фондового ринку. «Законодавці дозволили їм два роки тому перетворитися на приватні товариства — навіть величезним промисловим компаніям з десятками тисяч акціонерів, — розповідає керівник ІК Eavex Capital. — За останні два роки вони перетворюються на ПрАТ і йдуть з фондового ринку. Ринок повністю знищується. Чи з'явиться він у майбутньому? За певних умов — може бути, але це потребує серйозного розвитку економіки загалом. Становище правової системи та інших систем дуже і дуже сумне».

Слаборозвинутий фондовий ринок — це наслідок олігархічної економіки, зазначає Сухоруков. «У розвинутих країнах фондовий ринок працює так. Усі великі корпорації котируються на біржі, і вигодонабувачами є акціонери в особі мільйонів жителів країни. В Україні ж це жменька олігархів, які постійно намагаються викупити всі свої акції, залишити собі і володіти всім на сто відсотків. Навіщо власнику великого підприємства ділитися з кимось всередині країни за рахунок дивідендів і зважати на нього як на міноритарного акціонера, якщо він все може покласти собі в кишеню?» — міркує голова ІГ «Універ».

Для того щоб запустити цей фондовий ринок у країні, потрібно вирішити дві проблеми: створити умови і створити пропозицію на ринку. «Для початку треба провести судову реформу і забезпечити стовідсотковий захист прав власності, щоб власники підприємств не боялися виводити їх на біржу, а населення — інвестувати в них», — розповідає Фурса. Не менш важливо, за його словами, скасувати застарілий декрет про валютне регулювання від 1993 року, який не дозволяє західним інвесторам вільно заводити і виводити гроші з України. Це відсікає можливість покупки українських акцій на місцевих біржах безлічі інвесторів.

Однак найважливіше — нинішнім власникам підприємств і насамперед олігархам потрібно зрозуміти, що якщо акціонерами їхніх корпорацій стануть мільйони громадян України, це захистить їхній бізнес і створить додатковий потенціал для лобювання населенням перед державою вже спільних з олігархами бізнес-інтересів.

«Схоже, що продаж своїх підприємств широким масам всередині країни і створення українського фондового ринку — в найближчому майбутньому питання виживання для великого бізнесу», — зазначає Іван Компан. А вже на початку січня Київський міжнародний інститут соціології з'ясував, кого українці вважають головним гальмом розвитку країни. 40,4 % назвали такими олігархів. Тих самих, хто не хоче поділитися часткою своїх підприємств із 42 мільйонами потенційних акціонерів, які володіють \$50 млрд готівкових доларів на їх покупку. Так, як це зробив свого часу американський і європейський бізнес.

Запитання і завдання до кейса

1. Проаналізуйте позитивні чинники розвитку ринку акцій та облигацій українських компаній.
2. Визначте негативні чинники, що заважають українському ринку.
3. Як корупція та олігархічна економіка, слабкість судової системи підвищують витрати кожного учасника ринку?

5 Підприємництво

5.1. Підприємницька активність та її роль у розвитку економіки

Підприємництвом вважають самостійну інноваційну господарську діяльність на власний ризик з метою отримання прибутку. «Самостійна» означає, що підприємцем ніхто не керує, він сам приймає рішення. «Інноваційна» — що чим би не займався підприємець, він буде шукати свою конкурентну перевагу, інновацію, яка виділить його серед інших. Оскільки під час підприємницької діяльності створюється економічна цінність, йдеться про господарську діяльність. Підприємництво завжди передбачає зміни та, як правило, тягне за собою численні ризики. Усі ці ризики (фінансових втрат, невдалих проєктів, невигідних контрактів тощо) бере на себе підприємець, оскільки тільки він є самостійним економічним суб'єктом. Проте і виграш, прибуток, який він отримує, належить лише йому, немає потреби ділитися з кимось.

Ключові поняття

Товар — фізичний продукт, який можна побачити або потримати, наприклад будинок чи дизайнерський костюм.

Послуга — нематеріальний об'єкт, наприклад страхування чи декорування.

Деякі дослідники та вчені розрізняють поняття «бізнес» та «підприємництво», проте ми будемо їх ототожнювати.

Підприємництво різноманітне та представлене у багатьох сферах нашого життя. Саме підприємці постачають переважну більшість товарів та послуг, яких потребують індивідуальні споживачі та інші підприємці: від послуг з охорони здоров'я, в освіті, енергопостачанні до перукарні, кафе, автосервісу.

Підприємництво є дуже важливим елементом будь-якої економіки, оскільки:

- підприємці забезпечують зайнятість та робочі місця. Іноді підприємець створює робоче місце для себе, проте є багато підприємців, у компаніях яких працюють сотні й навіть тисячі людей;

- підприємці створюють дохід: власники бізнесів отримують дохід, а наймані працівники — заробітну плату за їх роботу;

- підприємці покращують життя людей через створення нових товарів та послуг;

- успішні підприємці можуть допомогти створити та підтримувати репутацію країни як інноваційної та перспективної.

Підприємництво поширене у всіх сферах людської діяльності. Підприємці зайняті пошуком та продажем ресурсів, використанням цих ресурсів у виробництві, реалізацією готової продукції. Вони забезпечують постачання своїм споживачам саме тих товарів та послуг, яких вони потребують. Бізнеси, організації, підприємницькі структури трансформують вхідні ресурси у вихідну продукцію, яку купують їхні клієнти (рис. 5.1).



Рис. 5.1.

Додавання вартості в процесі трансформації вхідних ресурсів у товари та послуги

Отже, у процесі виробництва відбувається створення нової цінності, збільшення початкової вартості. Це збільшення можливе тоді, коли певні групи споживачів, для яких вироблений той чи інший товар або послуга, отримують переваги від володіння та використання цього продукту і погодяться заплатити ціну, яка перевищує ціну, сплачену за ресурси для виробництва продукту. Наприклад, нову версію iPhone компанія Apple продає за ціною, що значно перевищує вартість ресурсів, використаних у виробництві. Покупці платять цю ціну, оскільки телефон не лише має низку переваг, у т. ч. новітні технології, а ще є ознакою певного статусу.

Суб'єкти підприємництва взаємодіють з нами протягом усього нашого повсякденного життя. Не обов'язково йти у бізнес-центр, щоб побачити діючий бізнес. Сучасні методи комунікації привели підприємництво в кожную домівку, ми стикаємося з ним під час купівлі товарів та послуг, повсякденної діяльності, наприклад використання інтернету для пошуку чогось або спілкування з друзями, розваг. Одна компанія створює планшет, телефон, ноутбук, інша є інтернет-провайдером, третя — відкриває кафе тощо.

Завдяки підприємництву задовольняються потреби в товарах та послугах, які споживачі не можуть створити власноруч, тому що не мають ані часу, ані відповідних навичок. Без таких компаній неможливо, наприклад, літати в інші країни, оскільки жодна людина не має ресурсів і навичок, щоб зробити літак та полетіти у відпустку. Приватні компанії є ефективним засобом постачання широкого кола товарів та послуг, яких потребує сучасна економіка.

Безумовно, державні підприємства теж можуть бути постачальниками різних благ, але вони ефективні там, де приватним компаніям бракує потужності працювати, там, де створюються суспільні блага, наприклад вуличне освітлення або національна безпека.

Бізнес задовольняє й інші потреби. Він є одним із засобів задоволення бажання людей займатися творчістю або заробляти гроші. Деякі підприємці започатковують бізнес, щоб проявити свої творчі таланти. Наприклад, Ілон Маск свої перші 500 доларів заробив на комп'ютерній грі, яку створив на своєму домашньому комп'ютері. І всі подальші його бізнес-ідеї були пов'язані саме з реалізацією творчих ідей — Tesla, Starlink тощо.

Ключові моделі та теорії

Уперше поняття «підприємець» запровадив у науковий обіг англійський економіст Річард Кантільйон (1680—1734). Він звертав увагу на ризик, який завжди супроводжує підприємця, оскільки підприємець купує ресурси, щоб виробити продукт, проте ніколи не може бути впевнений у тому, що реалізує його за запланованою ціною. Саме ця нестабільність та непередбачуваність цін зумовлює ступінь ризику справжнього підприємця.

Людям, які працюють у бізнесі, доводиться приймати багато життєво важливих рішень щодо того, як втілити свої ідеї, наприклад де розташувати бізнес, скільки продуктів потрібно виробляти і за якою ціною продавати. Менеджери великих підприємств приймають рішення, виробляти чи ні новий продукт, намагатися продати його на іноземному ринку чи купувати інший бізнес.

Ключові поняття

Підприємець — фізична особа, яка створює та/або інвестує в одне або кілька підприємств, несе більшість ризиків і отримує більшу частину винагород. Процес створення бізнесу називають підприємництвом. Підприємець — зазвичай новатор, джерело нових ідей, товарів, послуг та/або бізнес-процедур.

5.2. Типи, види, системи підприємництва

Підприємництво як відкрита соціально-економічна система є сукупністю суб'єктів господарювання, які діють у національній економіці, та системою взаємозв'язків між ними¹ (рис. 5.2).

Для визначення масштабу підприємства (велике, середнє, мале) використовують низку показників (табл. 5.1).

¹ Котляревський О. В. Розвиток системи підприємництва в Україні / О. В. Котляревський // Економіка та держава. — № 12. — 2014. — С. 128—132.

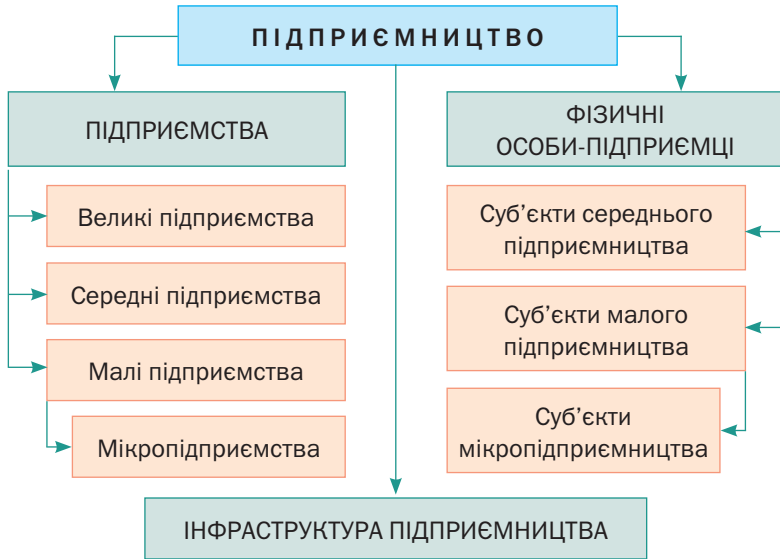


Рис. 5.2.
Система підприємництва

Таблиця 5.1

**Класифікація підприємств з поділом
на мікро-, малі, середні та великі**

Категорія підприємства	Критерії оцінювання за рік, що передусє звітному		
	Балансова вартість активів, євро*	Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, послуг), євро*	Середня кількість працівників, осіб
Мікро-підприємства	до 350 тис.	до 700 тис.	до 10
Малі	до 4 млн	до 8 млн	до 50
Середні	до 20 млн	до 40 млн	до 250
Великі	понад 20 млн	понад 40 млн	понад 250

*Застосовується офіційний курс гривні до іноземної валюти (середній за період), розрахований на підставі курсів НБУ, які встановлювались для євро протягом відповідного року.

Ключові поняття

Балансова вартість активів — вартість, за якою актив включається до підсумку балансу.

Активи — всі ресурси, які підприємство використовує в процесі виробництва, щоб забезпечити отримання прибутку в майбутньому.

Баланс бухгалтерський — звіт про фінансовий стан підприємства на певну дату, який показує у грошовому еквіваленті його господарські засоби (активи) та джерела їх утворення (зобов'язання і власний капітал).

Робота з даними

	Кількість діючих суб'єктів господарювання, 2020 рік	Фізичні особи-підприємці, 2020 рік	Кількість зайнятих працівників, 2020 рік	Обсяг реалізованої продукції (грн), 2020 рік
Всього суб'єктів підприємництва	1 973 577	1 599 755	8 904 861	11 062 297 146 000
Суб'єктів великого підприємництва (понад 250 працівників)	512	—	1 574 647	3 626 387 990 000
Суб'єктів середнього підприємництва (до 250 працівників)	17 946	344	3 123 215	4 384 676 205 000

Продовження таблиці

Суб'єктів малого підприєм- ництва (до 50 пра- цівників)	56 217	8 380	1 134 538	1 399 192 281 000
Суб'єктів мікропід- приємни- цтва (до 10 праців- ників)	1 898 902	1 591 031	3 099 461	1 652 040 668 000

Запитання та завдання

1. Дані в таблиці представлено в абсолютних показниках. Переведіть їх у відносні (у відсотки).
2. Поясніть динаміку показників за кількістю суб'єктів господарювання та обсягом реалізованої продукції.

Інфраструктуру підприємництва доречно розглядати з точки зору її функцій. За провідною функцією її можна поділити на кілька типів — фінансово-кредитну, консультаційно-інформаційну, організаційно-правову.

Фінансово-кредитна інфраструктура охоплює фінансові установи (які, наприклад, здійснюють пільгове кредитування підприємницьких компаній), гарантійні фонди, кредитні спілки, венчурні фонди і страхові компанії. Різні види державної фінансової підтримки (спрощена система оподаткування, субсидії та пільги) також належать до цього підрозділу інфраструктури.

Консультаційно-інформаційна інфраструктура — система інформаційного та консультаційного обслуговування суб'єктів підприємницької діяльності (бухгалтерські та аудиторські фірми, рекламні агентства, бізнес-інкубатори, виробничі та технологічні парки, навчальні центри).

Організаційно-правова інфраструктура — система органів державної влади, спеціалізованих установ та організацій, органів місцевого самоврядування, які забезпечують правову та організаційну підтримку й супровід підприємців.

Ключові поняття

Інфраструктура підприємництва — система державних, приватних, громадських установ та організацій, завданням яких є захист інтересів підприємців та їхніх бізнесів, сприяння підвищенню їх ефективності.

Сучасний підприємець — це і новатор, і організатор, і лідер. Залежно від ключового напрямку роботи можна виокремити три типи підприємців у сучасній економіці¹ (рис. 5.3).

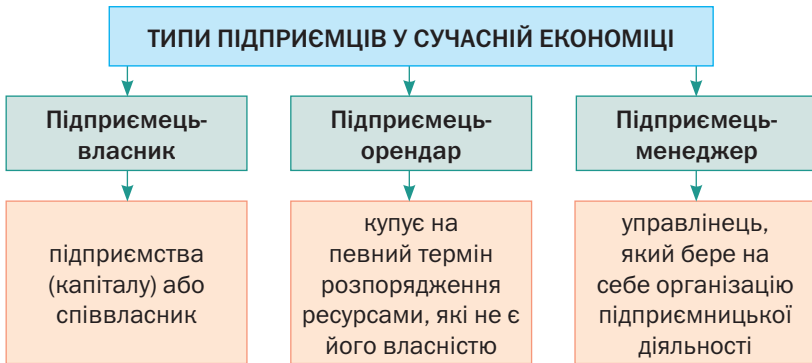


Рис. 5.3.

Типи підприємців у сучасній економіці

Залежно від характеру підприємницької діяльності виокремлюють такі види підприємництва:

1. Виробниче підприємництво — діяльність, яку провадить сам підприємець, використовуючи різні фактори виробництва, виробляючи товари чи послуги для подальшого продажу споживачам.

Виробниче підприємництво здійснює діяльність з виробництва продукції, проведення робіт, надання послуг тощо, реалізує їх споживачам за допомогою посередників (агентів, брокерів) або власними силами.

2. Комерційне підприємництво — діяльність, за якої підприємець сам не виробляє товари, а виконує роль тор-

¹ Основи економічної науки: структурно-логічні схеми : навч. посіб. / за ред. О. О. Беляєва, А. В. Кудінової. — Київ : КНЕУ, 2014. — 372 с. — С. 131.

говця, що продає готові товари (послуги), отримані від інших суб'єктів ринку.

Сутність цього підприємництва становлять товарно-грошові відносини й торгово-обмінні операції. Особливістю є відсутність необхідності забезпечення виробничими ресурсами, бо немає виробництва продукції, треба лише зробити вибір — який товар необхідно купити і де його реалізувати.

3. Фінансове підприємництво — діяльність, коли предметом купівлі-продажу є гроші та цінні папери, які підприємець продає або надає у кредит споживачам.

У певному сенсі фінансове підприємництво є різновидом комерційного, адже об'єктом купівлі-продажу є специфічний товар у вигляді грошей, валюти, різних цінних паперів (акцій, облігацій, векселів тощо), які слугують основним об'єктом товарно-грошових відносин, перетворюючи їх на грошово-грошові, валютно-грошові.

4. Консультаційне підприємництво — діяльність, за якої підприємець надає послуги у сфері менеджменту, маркетингу, фінансового менеджменту, адміністрування, інформаційних технологій.

У розвинутій економіці спостерігається баланс різних видів підприємництва, що забезпечує ефективний розвиток усієї економічної системи.

5.3. Підприємництво як інноваційна діяльність

Інновації виникають, коли нова ідея втілюється в життя і перетворюється на товар чи послугу, які можна використовувати та/або продавати. Мати ідеї — це цікаво, але основне — втілити їх, перетворити на те, що фактично виробляється і дає цінність. Це і є інновація.

Ключові поняття

Інновація — впроваджена у виробництво нова ідея, яка має комерційний або соціальний ефект.

Оскільки ринки стають відкритішими внаслідок глобалізації, а доступ до ринків і клієнтів — легшим завдяки сучасній

транспортній логістиці та комунікаціям, бізнес вимушений безперервно поліпшувати свій продукт. Зовнішнє середовище постійно змінюється, необхідно або передбачати ці зміни, або реагувати на них. Потреби та запити споживачів, методи та прийоми конкурентної боротьби розвиваються, тому підприємства повинні постійно підтримувати та розвивати конкурентоспроможність. Отже, підприємства, які хочуть цього досягти, повинні впроваджувати інновації.

Як ви вважаєте?

Uber є однією з найбільших у світі компаній таксі, але вона не володіє таксі. eBay є одним із найбільших роздрібних продавців у світі, але не виробляє жодних продуктів. Airbnb є одним із найбільших у світі майданчиків з оренди житла, але не має нерухомості. Автомобілі тепер виробляють на замовлення, ми можемо слухати будь-яку музику, яку забажаємо, ми маємо доступ до постачальників майже всіх товарів у інтернеті.

Які зміни у виробництві, логістиці, економіці призвели до цього? Як інновації вплинули на такий вектор розвитку?

Інновації змінюють способи використання вільного часу (комп'ютерні ігри чи перегляд телевізора), споживання продуктів харчування (доставка готової їжі, відвідання кафе чи приготування домашніх страв), комунікації (голосові повідомлення чи дзвінок по мобільному телефону). Багато професій, яких не існувало 30—50 років тому, нині є затребуваними на ринку праці — технології змінюються так швидко, що нові індустрії та нові професії й спеціальності виникають постійно. Робота в таких глобальних компаніях, як Google, Dreamworks, Snapchat та інших, побудована на постійному вивченні, розвитку та впровадженні інновацій, які забезпечують високі конкурентні позиції цих компаній.

Зміст і темп інновацій можна проілюструвати прикладом автоперегонів Формули-1. Кажуть, що якби машину, яка виграла першу гонку сезону, безперервно не вдосконалювали, то вона приходила б останньою у фінальній гонці. Отже, жодний підприємець не може нині залишатися осторонь інновацій, це запорака його виживання та процвітання.

Метою деяких інновацій є створення нового продукту. Це може бути результатом технологічного розвитку, досягнення

якого компанії та організації намагаються використати, або результатом дослідження, призначеного спеціально для задоволення визначених потреб споживача. Прикладом таких інновацій є смартфони, електрокари, 3D-принтери.

Інновація, інноваційний продукт забезпечують особливі переваги для споживача. Наприклад, нова версія телефону має більш функціональну фотокамеру, кращий дизайн, довше тримає заряд.

Як ви вважаєте?

Наскільки вдалою є ідея спробувати стати найбільш інноваційним бізнесом у якійсь галузі?

Інновації також застосовують у процесах. Наприклад, вони можуть бути спрямовані на те, щоб зробити діяльність бізнесу ефективнішою або швидшою, — використання цифрових технологій може допомогти організаціям відстежувати звернення, контролювати робочі процеси та вимірювати якість на всіх етапах, вдосконалити загальний процес. Інновація процесу може вплинути на те, як клієнт дізнається про продукт, як він його купує або як цей продукт виробляють та доставляють. Онлайн-реєстрація для авіакомпаній, онлайн-замовлення та «клацніть і заберіть» — усе це приклади інноваційних процесів.

Бізнес у фокусі

Білл Гор заснував компанію W.L.Gore разом зі своєю дружиною Вів у сімейному гаражі в 1958 році. W.L.Gore — бізнес, який розробляє продукти в багатьох різних категоріях товарів та послуг. З самого початку Білл Гор хотів, щоб бізнес був інноваційним, тож він намагався уникати правил та сталих процедур. Білл вірив, що люди приходять на роботу, щоб працювати добре, а сильною стороною компанії буде культура, зосереджена на довірі та пристрасті до створення чудової ідеї.

У W.L.Gore лідерів не призначають; вони з'являються, коли набирають достатньо прихильників, які хочуть реалізувати їхню ідею. Хтось може керувати одним проектом, але бути членом команди в іншому. Процес формування бюджету також незвичайний: співробітникам не потрібно рахувати кож-

ну окрему статтю — вони мають кошти, які використовують на випробування нових ідей. Компанія дотримується гнучкого підходу до бюджетів, усвідомлюючи, що прагнення щороку «виходити за межі бюджету» може означати, що ви втрачаєте довгострокові можливості.

W.L.Gore також вірить у малий бізнес. Коли частина підрозділу налічує приблизно 200 співробітників, їх зазвичай поділяють на менші. Мета — заохотити почуття ідентичності та належності до невеликої команди задля формування командного підходу та уникання формальної ієрархії.

Практичні запитання та завдання

1. Проаналізуйте, як культура бізнесу може вплинути на його інноваційність.
2. Наскільки, на вашу думку, бюджети обмежують інновації?

Інновації процесів також впливають на роботу. Дедалі більше людей тепер спілкуються з колегами по всьому світу онлайн за допомогою таких програм, як Zoom, GoogleMeet, Teams. У наші дні не є чимось незвичайним мати команди з представників усього світу. Крім того, все частіше люди працюють удома — з удосконаленням комунікацій потреба сидіти в офісі цілий день значно скорочується.

Інновації, безумовно, необхідні, щоб залишатися конкурентоспроможними та підтримувати прибутковість бізнесу. Залежно від форми інновації це дає змогу компанії запропонувати кращу якість, нижчі витрати, швидшу доставку або більшу надійність. Усі ці розробки можуть допомогти бізнесу стати конкурентоспроможнішим. Зі зростанням рівня галузевої та міжгалузевої конкуренції (що надходить із нових і у деяких випадках, неочікуваних сфер) бізнес має використовувати ідеї співробітників, постачальників та інших партнерів, щоб знайти шляхи створення більшої цінності для своїх клієнтів.

Однак слід визнати, що інновації можуть бути ризикованими. Багатьом новим ідеям не вдається вийти на ринок, чимало ідей з тих, що вийшли на ринок, зазнають невдачі. Підприємці повинні враховувати залучені та використані ресурси, ймовірно віддачу (яку може бути важко оцінити) і пов'язані ризики, вирішуючи, інвестувати чи ні в інновації.

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. Дайте характеристику послуги та товару, визначте ключові відмінності між ними.
2. Перелічіть та охарактеризуйте ресурси, які використовуються для виробництва товарів та послуг.
3. Чому саме інновації є основою успішного підприємництва?

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. Назвіть основні елементи системи підприємництва.
2. Чим різняться велике, середнє, мале та мікропідприємництво?
3. Що таке інновація?
4. Опишіть роль підприємництва в економіці.

КЕЙС

КОНКУРЕНТНІСТЬ ТА ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ХИСТ

Стефан Вільсмаєр сидів у парку на лавці і згадував про тридцять років, що минули відтоді, як він заснував Brainlab (Мюнхен, Німеччина). Компанія завжди була в авангарді медичного програмного забезпечення і неухильно росла.

Проте тиск з боку конкурентів посилювався, вони дедалі більше цікавились інтеграцією в системі збору та аналізу даних (наприклад, компанія Siemens Healthineers придбала Varian Medical Systems (Varian, USA), яка була основним партнером Brainlab протягом декількох років. Злиття, що галузеві аналітики оцінюють як одну з найбільших угод у сфері медичних технологій в епоху пандемії COVID-19 (\$ 16,4 млрд), дало змогу об'єднати діагностичну візуалізацію Siemens і терапевтичну позицію Varian, значною мірою засновану на штучному інтелекті (ШІ).

Вільсмаєр роздумував над різними стратегічними варіантами, щоб вивести Brainlab на новий рівень. Він обмірковував, як оцінити свій новий Loop-X — мобільний роботизований пристрій для візуалізації, що позиціонувався як революційна інновація в хірургії хребта — високонкурентній і прибутковій галузі.

¹ Гарвардський кейс «Brainlab: Imaging a MedTech Future», адаптований: <https://store.hbr.org/product/brainlab-imaging-a-medtech-future/321087>

На порядку денному Вільсмаєра стояли і управлінські питання. Вперше у своїй історії в червні 2020 року компанія Brainlab створила окремий підрозділ SnakeOS, який розробив універсальну цифрову платформу B2B, що забезпечує широку і всеосяжну операційну систему для підтримки додатків сторонніх розробників. Цей крок був покликаний пожвавити дух стартапу Brainlab і відкрити новий ринок, але Вільсмаєра хвилювало питання, як найкраще контролювати цей новий підрозділ. До того ж конкуренти Brainlab, такі як Medtronic і Stryker у галузі пристроїв та Amazon у галузі агрегування даних, були набагато більшими компаніями, крім того, їх підтримувала держава. Чи може Brainlab, приватна фірма, витримати конкуренцію такого масштабу з компаніями, які мають безпрецедентно високий доступ до капіталу?

Вільсмаєр задумався про майбутнє компанії і про те, що йому слід зробити, щоб Brainlab продовжувала процвітати ще багато років.

Вільсмаєру, який народився у 1967 році, було лише 17 років, коли він написав книгу з 3D-графіки, що стала бестселером — було продано більше 50 000 примірників. Молодий програміст-самоучка заробив \$75 000. У 1989 році Вільсмаєр кинув Технічний університет Мюнхена ще в першому семестрі — він заснував Brainlab GmbH на доходи від своєї книги.

Лікарні в Азії, Північній Америці й Південній Африці були одними з перших клієнтів, тому з самого початку Brainlab стала міжнародною компанією, яка пропонувала і програму хірургічного планування, і розширені додатки з позиціонування пацієнта під час радіопроцедур та хірургічних втручань. Зокрема, за три десятиліття Brainlab стала лідером у галузі прецизійної променевої терапії та стереотаксичної радіохірургії. Партнерство з Varian вивело компанію на новий рівень. Brainlab розробила програмне забезпечення та обладнання для позиціонування пацієнта, Varian — лінійний прискорювач для спільної системи лікування раку за допомогою променевої терапії. Ця співпраця сприяла швидкому зростанню онкологічного бізнесу Brainlab, але коли відносини між двома компаніями стали натягнутими, Brainlab вирішила продовжити зростання, розробляючи власні апаратні системи, а також розширюючи партнерські відносини з іншими виробниками обладнання.

У липні 2017 року компанія Brainlab відкрила свою нову штаб-квартиру (24 000 м²), в присутності канцлерки Німеччини А. Меркель і президентки Баварії І. Айгнер. Вільсмаєр мріяв про новий робочий простір як про інноваційне місце, що збиратиме найяскравіші уми галузі та сприятиме спілкуванню і командній роботі. Крім конференц-залів, у

новій сяючій будівлі були кімнати для команд, відеостудії, лаундж, фітнес-центр, студія йоги, ресторан, зона для проведення заходів і вечірок, а також сади на даху.

На кінець 2019 року офіси Brainlab були розташовані в 19 містах Європи, Азії, Австралії, а також у Північній і Південній Америці. Там працювало 1400 співробітників із 72 країн: близько 800 співробітників — у штаб-квартирі компанії в Мюнхені, 430 були інженерами з досліджень і розробок, а 360 — співробітниками служби підтримки клієнтів. Brainlab обслуговувала клієнтів у 116 країнах: до 2019 року приблизно 5500 лікарень по всьому світу використовували програмне забезпечення Brainlab, компанія встановила близько 13 300 систем і 6 100 нейрохірургічних систем по всьому світу.

Вільсмаєр завжди вважав, що люди — основний капітал будь-якої компанії: «Всі працівники SnkeOS різні. Інновації вимагають нетипових талантів. У нас є програмісти, які вивчали технологію пивоваріння, і маркетинг-директори, які є експертами з краєцтва. Ми хотіли змінити концепцію і культуру, залучити молодшу аудиторію, просунути в методах розробки програмного забезпечення».

Генеральним менеджером SnkeOS став Андреас Гізе, який приїшов у Brainlab із Siemens, і здолав шлях від помічника керівника до CEO. А. Гізе згадує: «Коли Стефан попросив мене найняти 100 осіб для нового проєкту, я просто погодився. Але він весь час повторював, що в якийсь момент я почну вірити в цей новий проєкт. Як завжди в Brainlab, вас підштовхують до нового, ви вчитеся під час плавання, і у вас завжди є можливість спробувати різні речі. Це культура, яку Стефан завжди цінував і в якій жив, а також те, що завжди цінував я».

Вільсмаєр зауважує: «Ми розумно поділяємо повсякденну діяльність. Андреас працює в Brainlab досить довгий час і керує багатьма проєктами зі штучного інтелекту. Він на 20 років молодший за мене, я також вчуся у нього, і ми обидва намагаємося виховати нове покоління лідерів».

Запитання і завдання до кейса

1. Яка роль, на ваш погляд, приватних компаній у медицині?
2. Оцініть сильні і слабкі сторони бізнес-моделі Brainlab.
3. Оцініть лідерські якості, операційні рішення і стратегічні підходи Стефана Вільсмаєра як засновника, менеджера і власника компанії.

6 Підприємництво як власна справа

6.1. Організаційно-правові форми підприємництва

Серед провідних організаційно-економічних форм підприємницької діяльності насамперед виокремлюють одноосібне володіння, товариство і акціонерне товариство.

1. Одноосібне володіння — це форма організації підприємства, за якої все майно фірми належить одному власникові, що самостійно управляє підприємством, привласнює весь прибуток і несе особисту відповідальність за всіма зобов'язаннями.

Такий бізнес просто та легко відкрити, його супроводжують низькі витрати організації та оформлення. Проте розміри бізнесу обмежені розмірами заощаджень власника, який має повний контроль над усією діяльністю і несе повну відповідальність за всіма зобов'язаннями, у т. ч. за майно. Ліквідність такого бізнесу низька, є труднощі з продажем.

2. Товариство (партнерство) — форма організації підприємства, яка передбачає об'єднання капіталів двох і більше окремих фізичних або юридичних осіб за умов розподілу ризику, прибутку та збитків згідно з укладеним договором.

Передбачає нескладну форму організації бізнесу з точки зору утворення — договір між учасниками. Наявність кількох учасників збільшує можливість залучення капіталу шляхом об'єднання їхніх заощаджень. Масштаби відповідальності учасників можуть бути різними — повна, розподілена, субсидіарна тощо.

Однак розподілений контроль між учасниками може перетворитися на джерело суперечностей. Ліквідність такого бізнесу достатньо низька, можливі труднощі з продажем паю.

3. Акціонерне товариство (корпорація) — форма організації підприємства, заснована на власності учасників товариства — акціонерів (фізичні та юридичні особи).

Утворення акціонерної компанії вимагає значних зусиль та матеріальних витрат, що пов'язано із законодавчим регулюванням. Компаніям притаманна висока здатність до мобілізації капіталу, оскільки вони можуть швидко мобілізувати капітал шляхом емісії цінних паперів. Відповідальність власників обмежена вартістю цінних паперів, контроль власників обмежується часткою акцій. Ліквідність такого бізнесу доволі висока.

Ключові поняття

Ліквідність — можливість швидкого переведення активу в готівку без серйозної втрати його вартості (з мінімальними витратами).

Цінні папери — документи, які засвідчують зобов'язальні відносини між особою, яка їх видала, та особою, яка є їх власником (акції, облігації, пайові цінні папери, інвестиційні сертифікати тощо).

Кожна з цих форм має свої переваги та недоліки (табл. 6.1).

Таблиця 6.1

Порівняльна характеристика організаційно-правових форм підприємницької діяльності¹

Організаційно-правова форма	Переваги	Недоліки
Одноосібне володіння	Простота заснування; повна самостійність, свобода й оперативність дій; максимально можливі спонукальні мотиви	Труднощі із залученням великих інвестицій та одержанням кредитів; повна відповідальність за борги; брак

¹ Основи економічної науки : курс лекцій / В. С. Савчук, О. О. Беляєв, К. Т. Кривенко та ін.; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф., чл.-кор. НАНУ В. С. Савчука. — Київ : КНЕУ, 2011. — 442 с. — С. 198.

Продовження таблиці 6.1

	до ефективного господарювання; збереження комерційної таємниці	спеціалізованого менеджменту; невизначеність терміну функціонування
Господарське товариство (партнерство)	Ширші можливості для ефективної діяльності; збільшення фінансової незалежності та дієздатності; більша свобода дій і вираженість управлінських рішень; можливість залучення до управління товариством професійних менеджерів	Загроза окремим партнерам через солідарну відповідальність; можливість банкрутства через професійну некомпетентність одного з партнерів; збільшення ймовірності господарського ризику через недостатню передбачуваність процесу та результатів діяльності
Корпорація (акціонерне товариство)	Реальна можливість залучення необхідних інвестиційних ресурсів; більша здатність до нарощування обсягів виробництва (послуг); наявність лише обмеженої відповідальності акціонерів; постійний (тривалий) характер функціонування	Наявність розбіжностей між правами власності та функцією контролю діяльності; сплата більших податків через оподаткування спочатку прибутку, а потім одержуваних дивідендів; існування можливостей для зловживань з боку посадових осіб

Вибір організаційно-правової форми підприємництва залежить від цілей та масштабів бізнесу, економічних та управлінських можливостей засновників, їх стратегічного бачення розвитку ринку.

6.2. Основні принципи організування підприємницької діяльності та механізм започаткування власної справи

Започатковуючи організування підприємницької діяльності, насамперед необхідно визначити для себе мету діяльності, тому що прибуток — це не ціль, це засіб досягнення певної мети. Отже, чого ви прагнете? Незалежності? Грошей? Слави? Влади? Комфарту? Знань? Щастя? Кохання? Самореалізації? Поваги? Свободи? Чого саме? Адже обрана мета визначить шлях її досягнення і особливості підприємництва як вашої діяльності, що допоможе в цьому. Адже підприємець — це людина, яка поєднує в собі якості інноватора, працівника, бізнесмена, інвестора.

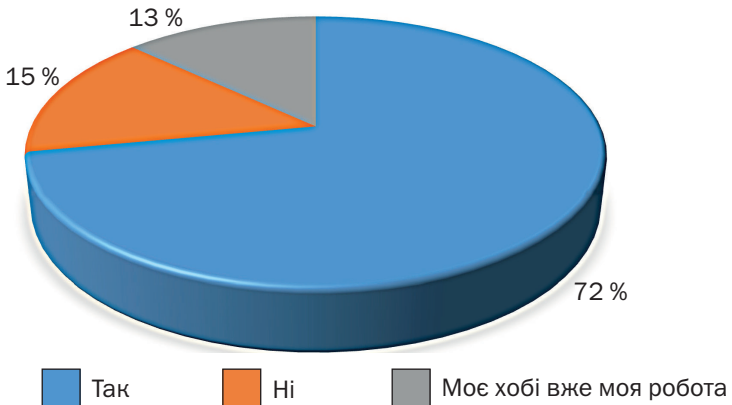
Як ви вважаєте?

Як і в чому саме проявляється виконання підприємцем чотирьох функцій — інноватора, працівника, бізнесмена, інвестора?

Перше, з чого починається планування майбутньої підприємницької діяльності, — це пошук інноваційної ідеї. Зазвичай люди починають з того, що вміють та люблять робити, з хобі.

Робота з даними

Чи хотіли б ви зробити хобі своєю роботою?
(опитування Work.ua, 2019 р.)



1. Проаналізуйте діаграму. Як ви поясните, що лише 15 % опитуваних не хочуть поєднувати роботу та хобі?
2. Як ви думаєте, з якими соціально-економічними змінами пов'язані 85 % людей, хто вже поєднав роботу та хобі або мріє про це?

Пошук інноваційної ідеї може бути пасивним та активним¹. *Пасивний пошук* передбачає аналіз патентів, маркетингові дослідження, пропозиції за ліцензіями, пропозиції споживачів або замовників, пропозиції розробників та винахідників. *Активний пошук* охоплює емпіричні методи (опитування експертів та споживачів, матеріали виставок та ярмарок, оцінку публікацій), системно-логічні методи (морфологічний аналіз, функціонально-вартісний аналіз, «дерево рішень» проблем), інтуїтивні методи («мозковий штурм», методи синектики, метод Дельфі).

Ключові поняття

Морфологічний аналіз (метод морфологічного ящика) — комбінація методів класифікації та узагальнення, що має такі етапи: постановка проблеми; вивчення причин виникнення проблеми через її аналіз, розкладання проблеми на окремі елементи та пошук її аналога; варіанти розв'язання; оцінювання умов та наслідків подолання проблеми; розв'язання проблеми.

Функціонально-вартісний аналіз — метод системного дослідження функцій об'єкта з метою зниження витрат на одиницю корисного ефекту. Етапи: збір інформації, її аналіз, пошук ідей та варіантів подолання, обговорення ідей з фахівцями та експертами, рекомендації, впровадження.

«Дерево рішень» — графічне зображення послідовності рішень і станів навколо із зазначенням певних імовірностей, виграшів та витрат для різних альтернатив.

Метод синектики — групова генерація ідей у процесі розв'язання творчих завдань, у яких комбінуються різномірні, несумісні елементи.

Метод Дельфі — анонімне, заочне, різномірне оцінювання рішень групою експертів.

¹ Інноваційний менеджмент: рекомендації до вивчення дисципліни : навч. посіб. / КПІ ім. Ігоря Сікорського. — Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. — 74 с.

Бізнес-проект є цілеспрямована зміна бізнес-системи для досягнення певних кінцевих результатів у межах наявних ресурсів та специфічної організації. Бізнес-проекти можна класифікувати за різними критеріями:

- 1) за класом — монопроекти, мультипроекти, мегапроекти;
- 2) за типом — соціальні, економічні, організаційні, технічні, змішані;
- 3) за видом — інвестиційні, інноваційні, дослідницькі, навчальні, комбіновані;
- 4) за тривалістю — короткострокові (до 1—2 років), середньострокові (3—5 років), довгострокові (більше 5 років).

Основними учасниками бізнес-проектів є: ініціатор, замовник, інвестор, виконавець та ін.

Крім безпосередніх учасників проекту, існує велика кількість зацікавлених сторін (стейкхолдерів), проте їх кількість визначається особливостями, масштабами та цілями бізнес-проектів¹.

Зазвичай реалізація проекту відбувається в кілька етапів.

Етап 1. Передінвестиційна стадія, коли є ідея, результатом якої стає бізнес-план.

Етап 2. Підготовча стадія («посівна»), коли є концепція роботи, залучаються перші інвестиції.

Етап 3. Запуск проекту, виробництво продукту.

Етап 4. Стадія зростання — перші продажі, розроблення або зміна стратегії.

Етап 5. Стадія виходу — розширення або продаж бізнесу.

Ключові моделі та теорії

Всесвітньо відомий спеціаліст з управління проектами Рассел Д. Арчибалд виокремив групи стейкхолдерів та взаємозв'язки між ними (рис. 6.1 на стор. 101).

Насамперед слід оцінити власні можливості, загрози та потенціал зовнішнього середовища, сформулювати власні цілі, власний потенціал та ймовірні конкурентні переваги, вихідні дані та джерела інформації, сфери і критичні зони. На цьому етапі треба оцінити такі вихідні дані та чинники:

¹ Archibald Russell D. *Managing High-Technology Programs and Projects* / John Wiley Publishing, 2003.

- середовище;
- обсяг ринку;
- попит;
- аналоги, товари-субститути;
- можливості диверсифікації;
- ресурси;
- зв'язки;
- вплив на навколишнє середовище;
- масштаб проекту;
- потреби у фінансуванні.

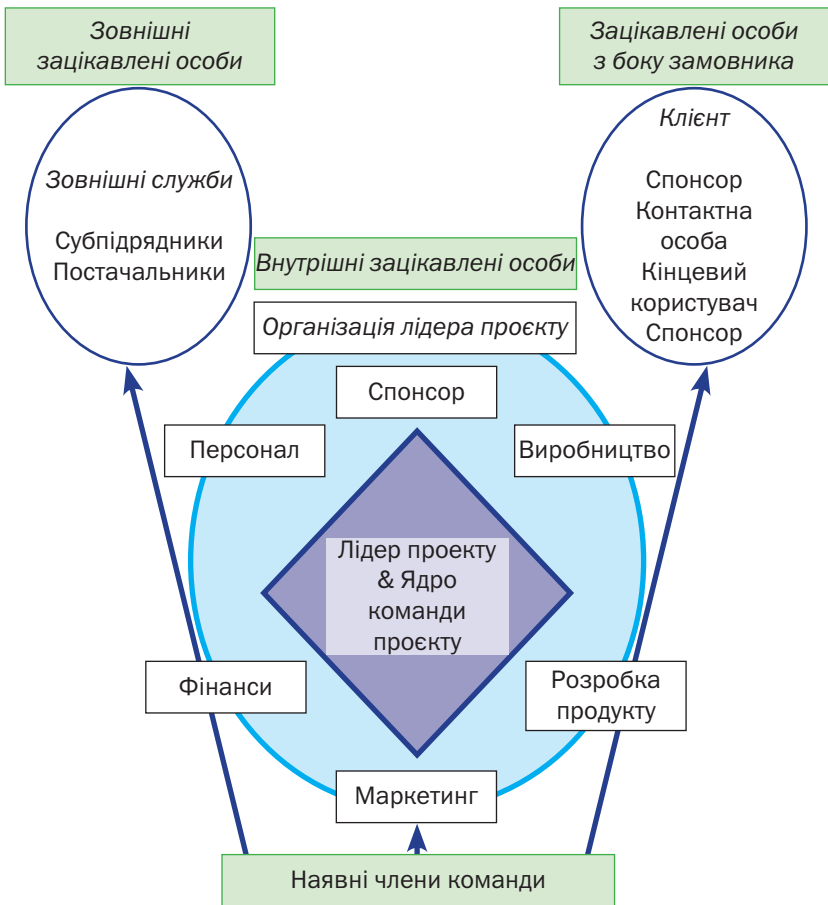


Рис. 6.1.
 Стейкхолдери бізнес-проекту за Р. Арчибальдом

Джерелами інформації можуть бути законодавчі та нормативні акти, релізи державних органів статистики, засоби масової інформації, бізнес-плани компанії (тієї самої галузі), консультанти, експерти, торгово-економічні відділи, торгово-промислові палати, прайс-листи, прейскуранти, фінансова звітність, професійні асоціації.

Відповідно до українського законодавства, заборонено здійснення діяльності без організації суб'єктів господарювання. Згідно з Кодексом України про адміністративні порушення (ст. 164), порушення порядку провадження господарської діяльності, тобто господарська діяльність «без державної реєстрації або без одержання ліцензії на провадження певного виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню відповідно до закону, чи без одержання дозволу, іншого документа дозвільного характеру, якщо його одержання передбачене законом, тягне за собою накладення штрафу від двадцяти до сорока неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією виготовленої продукції, знярядь виробництва і сировини чи без такої»¹.

Отже, вибір юрисдикції для ведення бізнесу в офіційній площині — це або реєстрація як підприємця для провадження господарської діяльності в Україні, або реєстрація за кордоном. Реєстрація за кордоном передбачає вибір іноземної юрисдикції, платіжної системи тощо. Реєстрація в Україні передбачає вибір між фізичною особою-підприємцем, юридичною особою, договірними формами. Фізична особа-підприємець може зареєструватися у Центрі надання адміністративних послуг, у нотаріуса або онлайн (додаток «Дія»). Для цього необхідно подати заяву на державну реєстрацію, заяву на обрання системи оподаткування (за бажанням) та документи, що підтверджують особу (або її представника).

Необхідно враховувати принципи чинники під час роботи ФОПом (фізичною особою-підприємцем):

- персональна відповідальність;
- додаткові можливості для ідентифікації відомостей про особу;
- ризик втрати особистих активів, коштів;

¹ Кодекс України про адміністративні правопорушення <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#Text>

- обмеження у діяльності;
- сумісна власність;
- спадкування.

Види юридичних осіб — це господарські товариства, приватні підприємства та різні організації, залежно від спрямованості — благодійні організації, кооперативи, об'єднання підприємств тощо (табл. 6.2¹, див. стор. 104).

Бізнес у фокусі

Створюючи ТОВ, що займатиметься розведенням коней, три його учасники домовилися, що Петренко внесе до статутного капіталу частку в праві власності на нерухоме майно (будівля стайні), Зозуля — корм та сіно, а Болюбаш — право користування живими тваринами (двома кіньми). Учасники вирішили визначити рівні частки в статутному капіталі.

1. Як учасники можуть визначити рівний розмір своїх часток?
2. Чи підлягатиме розмір часток учасників перегляду після того, як корм та сіно буде спожито кіньми, а коні — помруть?
3. Хто вважатиметься власником коней, якщо до статутного капіталу ТОВ буде внесено право користування ними?

Зареєструвати ТОВ можна у Центрі надання адміністративних послуг, у нотаріуса або онлайн (додаток «Дія»). Для цього необхідно подати заяву на державну реєстрацію створення, рішення про створення, статут, заяву на обрання системи оподаткування (за бажанням), документи, що підтверджують особу (або її представника).

Важливо врахувати обов'язкові чинники, реалізуючи діяльність через ТОВ, зокрема ризик втрати контролю над управлінням, ризик збитків унаслідок неефективних дій директора, складну касову дисципліну, юридичну відповідальність службових осіб.

¹Квасницкая О. Процедура государственной регистрации субъектов предпринимательства / О. Квасницкая // Підприємництво, господарство і право. — 2005. — № 4. — С. 64—67.

Таблиця 6.2

Порівняльна таблиця господарських товариств

Критерії порівняння	Акціонерне товариство	Товариство з обмеженою відповідальністю	Товариство з додатковою відповідальністю	Повне товариство	Командитне товариство
Кількість учасників (засновників)	Від одного	Від одного	Від одного	Від двох	Від одного повного учасника та одного вкладника
Статутний (складений) капітал	Від 1250 мінімальних заробітних плат	Необмежений	Необмежений	Необмежений	Необмежений
Установчий документ	Статут	Статут	Статут	Засновницький договір	Засновницький договір
Орган управління	Загальні збори учасників. Наглядова рада. Виконавчий орган	Загальні збори учасників. Наглядова рада. Виконавчий орган	Загальні збори учасників. Наглядова рада. Виконавчий орган	Збори учасників. Виконавчий орган	Збори учасників. Виконавчий орган
Відповідальність учасників	В межах сплаченої вартості акцій	В межах сплаченої вартості акцій	В межах сплаченої частки + субсидарна відповідальність в розмірі згідно зі статутом	Повна відповідальність за все майно учасників	Повна відповідальність за все майно учасників + вкладник несе ризик збитків у межах вкладів та не бере участі в діяльності товариства

6.3. Бізнес-планування

Планування — обов'язковий елемент управління підприємством на всіх етапах його розвитку. Кожна компанія має багато планів, проте бізнес-план вирізняється тим, що охоплює¹:

- планування започаткування та реалізації бізнес-проєкту підприємства;
- планування напрямів, видів економічної діяльності чи створення окремого стратегічного підрозділу підприємства;
- обґрунтування перспективних напрямів розвитку господарсько-фінансової діяльності суб'єкта господарювання.

Тобто бізнес-план підприємства розробляють перед його створенням (для з'ясування доцільності інвестицій) або для планування розвитку (коли підприємство вже функціонує).

Ключові поняття

Бізнес-план — письмовий документ, у якому викладено сутність підприємницької ідеї, цілеспрямовано та детально обґрунтовано сукупність дій та засобів для її реалізації, а також різні аспекти бізнес-проєкту (маркетингові, операційні, управлінські, фінансові, соціально-етичні).

Склад та зміст бізнес-плану залежать від виду підприємницької діяльності (виробництво, послуги, роздрібна торгівля, оптова торгівля, будівництво, транспорт, посередницька діяльність), галузі функціонування підприємства, розмірів бізнесу та обсягів інвестицій, необхідних для його організації, перспектив розвитку підприємства, характеристики продукції, цілей розробки бізнес-плану (залучення інвестицій, комунікація з партнерами, моделювання системи управління, розвиток власних управлінських навичок), обраної стратегії підприємства, розмірів цільового ринку та конкуренції на цьому ринку.

Орієнтовна структура бізнес-плану¹

1. Титульний аркуш. Лаконічний, привабливий, з інформацією про повну назву та адресу підприємства, імена

¹ Бізнес-планування : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І. Блонська, Р. Л. Лупак. — Київ : Знання, 2013.

й адреси засновників та ініціаторів бізнес-проекту, інші офіційні атрибути підприємства, коротку назву підприємницького проекту, дату початку реалізації проекту, тривалість проекту, період часу, протягом якого інформація про проект є актуальною, дата складання документа, помітка про конфіденційність інформації.

2. Зміст бізнес-плану. Вказують сторінки, на яких починаються основні структурні елементи цього бізнес-плану.
3. Резюме. 0,5—2 сторінки тексту зі стислою інформацією про сферу та сутність проекту, переваги продукції підприємства, цільовий ринок (основних споживачів), основні конкурентні переваги після виведення на ринок нового продукту, основні економічні показники ефективності бізнес-проекту (дохід, прибутковість, період досягнення беззбитковості, терміни повернення інвестицій), досвід та компетенції управлінської команди, загальні фінансові потреби, можлива форма участі інвестора (партнера, банку, кредитора) та можливі гарантії щодо повернення інвестицій.

Ключові поняття

ЄДРПОУ — Єдиний державний реєстр підприємств та організацій України, в якому кожна юридична особа має унікальний ідентифікаційний номер.

КВЕД — Класифікація видів економічної діяльності, що є складником державної системи класифікації і кодування техніко-економічної та соціальної інформації в Україні.

4. Галузь, фірма, її продукція. Цей параграф містить таку інформацію: повну та скорочену назву підприємства, код ЄДРПОУ; дату реєстрації підприємства, номер реєстраційного свідоцтва, найменування органу реєстрації підприємства; поштову та юридичну адресу підприємства; підпорядкованість, назву та характеристику вищого органу підприємства; види діяльності та їх КВЕД; організаційно-правову форму підприємства; форму власності та інформацію про частки у капіталі (наприклад, державної та приватної власності); загальний розмір статутного капіталу; частки та джерела їх формування засновниками (учасниками) підприємства; банківські реквізити; адресу

податкової інспекції підприємства; організаційну структуру підприємства, його дочірніх підприємств; прізвища та контактні реквізити керівників підприємства; характеристики управлінського персоналу (вік, освіта та кваліфікація, попередні місця роботи та посади, термін роботи на підприємстві та на займаній посаді); чинники, які визначають діяльність підприємства (SWOT-аналіз); цілі та стратегію підприємства.

Ключові поняття

SWOT-аналіз — ефективний інструмент бізнес-планування, який допомагає проаналізувати внутрішні фактори (сильні (Strengths) та слабкі (Weaknesses) сторони), які впливають, і зовнішні фактори (можливості (Opportunities) та загрози (Threats)), які можуть мати вплив на компанію.

5. Дослідження ринку. Цей параграф містить інформацію про потенційних споживачів продукції, їх класифікацію (якими є доцільні критерії сегментації), де вони перебувають, на яку кількість споживачів розраховує підприємство, яка купівельна спроможність покупців та рівень їх доступу до продукції підприємства, хто основні конкуренти підприємства, якими є їхні сильні та слабкі сторони. Тобто параграф присвячений оцінюванню ринкових можливостей підприємства, рівня попиту, обґрунтуванню ефективних каналів та способів просування товарів і послуг на ринок.
6. Маркетинг-план. Цей параграф має дати відповіді на запитання: на які властивості продукції буде зроблено основний акцент (якість, ціна, сервісне обслуговування, система постачання продукції, гарантії тощо); як цінова стратегія підприємства буде узгоджена із системою ціноутворення основних конкурентів; які тенденції зміни ціни на аналогічну продукцію; чому обрано саме ці канали збуту; які засоби реклами будуть використані; яким буде бюджет рекламної кампанії; як буде організоване сервісне обслуговування та якими будуть витрати на нього; які спеціальні додаткові послуги буде запропоновано споживачам та якими будуть витрати на їх надання.

7. **Виробничий план.** Має обґрунтувати можливості підприємства щодо організації виробництва запланованих до реалізації обсягів продукції, відповідної кількості та якості, у відповідний час. Тому в даному параграфі описується, де буде виготовлятися продукція; якою є послідовність виконання виробничих операцій; яке обладнання потрібно; яка вартість придбання чи оренди обладнання; які матеріали, сировина, комплектуючі потрібні; які необхідні запаси сировини та матеріалів; на яких стадіях виробничого процесу та якими методами буде проводитись контроль якості; якими стандартами управління якості буде користуватися підприємство; яким чином буде організована утилізація відходів.
8. **Організаційний план.** Висвітлює проблеми організації процесу реалізації підприємницького проекту та містить інформацію про найбільш доцільну форму власності та організаційно-правову форму підприємства; засновників та учасників підприємства; склад та стислу характеристику основного управлінського персоналу; розподіл обов'язків основного управлінського персоналу, їх умови і форми оплати; кадрову політику підприємства; організаційна структура управління; опис роботи зі взаємодії та координації служб і підрозділів підприємства; основні етапи робіт; правове забезпечення функціонування підприємства та реалізації ним бізнес-проєкту.
9. **Фінансовий план.** Має дати відповіді на запитання: з яких джерел та у який період часу будуть залучені необхідні фінансові ресурси, яким є цільове призначення усіх інвестицій за проєктом, як співвідносяться поточні потреби підприємства у грошових коштах з плановим рухом доходів та витрат, яким буде фінансовий стан підприємства протягом та на кінець планового періоду.
10. **Оцінювання ризиків.** Ризик — це існування можливості невдачі, небезпеки, потенційної загрози виникнення різного роду втрат (фінансових ресурсів, майна, результату (доходів) нижче очікуваного рівня тощо). Тому необхідно оцінити несприятливі тенденції в розвитку галузі, можливе зниження ціни, циклічність обсягів продажів, перевищення виробничих затримок над запланованими, труднощі при отриманні сировини, матеріалів, комп-

лектуючих, труднощі в отриманні кредиту, циклічність руху грошових коштів тощо.

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. У чому особливість різних організаційно-правових форм підприємництва?
2. Чому саме інновації стали провідною конкурентною перевагою сучасних підприємств?
3. Якщо інноваційна ідея — це основа успішного бізнесу, навіщо проводити різні аналізи та дослідження ринку?
4. Охарактеризуйте основних стейкхолдерів бізнес-проєкту.
5. Дайте характеристику компонентам бізнес-плану.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. Дайте визначення бізнес-проєкту.
2. Назвіть принципові чинники роботи ФОП.
3. Бізнес — план це...
4. Що таке «дерево рішень»?
5. Вкажіть переваги та недоліки господарського товариства (партнерства).

КЕЙС

БІЗНЕС-ПЛАН ПІЦЕРІЇ У М. БОРИСПІЛЬ¹

Огляд ринку

Цей сектор ринку вирізняє відносно висока конкуренція. Підприємцям потрібно враховувати як наявність інших піцерій, так і точки розміщення ресторанів громадського харчування, у яких буде меню схожої цінової категорії (наприклад, «Мақдональдс»).

На ринку Борисполя присутні як сильні мережеві гравці, так і окремі піцерії. Мережеві піцерії залучають клієнтів насамперед брендом,

¹ Кейс побудований на основі матеріалів https://biznes-plan.at.ua/index/biznes_plan_piceriji/0-25; Дослідження ринків Pro-Consulting <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-piccerij-borispolja-za-2018-5-mes-2020-gg>

стабільністю якості, асортиментом і програмами лояльності, а локальні більше орієнтуються на оригінальність продукту: випічка піци в дров'яних печах, постійне оновлення меню, актуалізація та оригінальність асортименту. Сімейні цінності в Україні поступово стали наблизитися до європейських, тому зараз «сімейний ресторан» — актуальний тренд.

У Борисполі піцерії відвідувачі використовують піцерії не лише для швидкого перекусу, а й для зустрічей, святкування днів народження та ін., зокрема внаслідок невеликого вибору ресторанів і кафе. Чинники впливу на ринок піцерій у Борисполі:

- цінова політика операторів ринку піцерій;
- розвиток культури проведення вільного часу в жителів за межами дому;
- зміни переваг споживачів;
- зміни розмірів доходу жителів.

Найчастіше доставка піци є невід'ємним атрибутом більшості піцерій. Гравців цього сегмента поділяють на дві групи: компанії, що спеціалізуються на виконанні замовлень, і стаціонарні піцерії, які мають додатковий дохід від організації доставки. З 2020 року на ринку доставки їжі в м. Бориспіль почали свою діяльність два великі гравці — Glovo і Raketa. Жителям міста це дасть змогу робити замовлення зі столиці, але буде мати попит і доставка піци безпосередньо самих піцерій, які надають такі послуги безкоштовно в межах міста.

Замовляють піцу найчастіше кілька разів на місяць (37,5%) або раз на місяць (28,8 %). Раз на тиждень або частіше замовляють 12,5 % , раз у 2—3 місяці — 14,4 %.

Основні формати піцерій

Італійський ресторан-піцерія. Найвитратніший варіант, але і найрентабельніший. Основні витрати — на приміщення. Період окупності — менше року. Асортимент передбачає широкий вибір різноманітних страв, у т. ч. найрізноманітніші види піц. Конкуренція в цій ніші ринку не дуже висока, класичні піцерії мають попит, у них швидко формується коло постійних відвідувачів.

	Витрати	Прибуток	Період окупності
Приміщення	від 100 000 грн	від 100 000 грн/міс	до 1 року
Обладнання	від 50 000 грн		
Зарплата персоналу	від 50 000 грн /міс		

Піцерія типу фаст-фуд. Ресторан, що спеціалізується переважно на піці. Цей варіант вимагає менше вкладень, однак конкуренція набагато вища. Якщо ви хочете уникнути зайвих витрат, можна орендувати невелику ділянку торгового залу і організувати там пункт продажу піци. У цьому випадку кількість персоналу буде невеликою, як і витрати на інтер'єр приміщення.

	Витрати	Прибуток	Період окупності
Приміщення	від 5 000 грн	від 30 000/міс	від 1 року
Обладнання	від 30 000 грн		
Зарплата персоналу	від 10 000 грн /міс		

Доставка піци. Компанія, що займається випічкою і доставкою піци. Найбюджетніший варіант. Конкуренція тут досить висока, але цей формат вирізняють невеликі суми вкладень і хороша прибутковість. Виробляти піцу можна самостійно, у власній квартирі (за дотримання нормативів СЕС), так само, як і доставляти її клієнтам на своєму автомобілі. Це дасть змогу почати бізнес, використовуючи мінімальні вкладення, однак якщо є фінансові можливості, бажано найняти 1—4 кухарів і водія, оскільки це значно прискорить процес і підвищить доходи.

	Витрати	Прибуток	Період окупності
Приміщення	від 3 000 грн	від 30 000/міс	від 1,5 року
Обладнання	від 30 000 грн		
Зарплата персоналу	від 0 грн		

Документи для відкриття піцерії

1. Дозвіл на розміщення об'єкта. Для отримання цього документа потрібно звернутися в Споживнагляд.
2. Дозвіл від органів пожежної безпеки.
3. Санітарно-епідеміологічний висновок. Цей документ видається протягом 7—10 днів головним лікарем санепідемстанції. Для отримання дозволу необхідно надати:
 - свідоцтво про державну реєстрацію;

- договір оренди приміщення;
 - висновок на реалізовану продукцію і сировину;
 - результати медогляду персоналу;
 - договір на вивезення сміття.
4. Ліцензія на роздрібну торгівлю.
 5. Ліцензія на продаж алкоголю і тютюнових виробів (якщо ви плануєте включити їх в асортимент).
 6. Патент на здійснення торговельної діяльності. Його видають органи місцевого самоврядування.
 7. Оформлення індивідуального підприємництва чи іншої правової форми закладу (закрите або відкрите акціонерне товариство і т. п.).

Обладнання для піцерії

Устаткування для піцерії — одна з найвитратніших частин планування. Обладнання може бути б/в або відновлене. Серед необхідних одиниць обладнання, обов'язкових для початку виробництва піци, основними можна назвати такі: холодильники (для кожного виду продуктів (м'ясо, овочі, риба тощо) потрібні окремі холодильники); піч (ярусна, спеціалізована (лише для піци), конвеєрна); інвентар (форми для піци, стіл для піци, ножі, соусники).

Персонал піцерії

Персонал невеликої піцерії має бути таким: піцайоло (1—3 осіб), офіціанта (1—3 осіб), мийника посуду (1—2 осіб), прибиральника (1—2 осіб), кур'єра.

Реклама, просування і презентація піцерії на ринку

Для додаткового залучення людей, особливо на початку функціонування підприємства, заплановано роздачу флаєрів зі знижкою на страви, розміщення зовнішньої реклами, брошури з адресою та назвою піцерії, рекламу в місцевій газеті та мережі Інтернет.

Витрати початкові:

- 1) оренда приміщення — від 10 000 грн;
- 2) обладнання — від 10 000 грн;
- 3) зарплата персоналу — від 8 000 грн;
- 4) реєстрація в податкових органах, замовлення друку — 5 000 грн;

- 5) технологічне проєктування — 10 000 грн;
- 6) інженерне проєктування — 15 000 грн;
- 7) купівля та монтаж пожежної сигналізації — 20 000 грн;
- 8) меблі та посуд — 100 000 грн;
- 9) придбання технологічних карт на виготовлення піци — 15 000 грн;
- 10) реклама — 10 000 грн;
- 11) друк меню — 12 000 грн;
- 12) товарний запас — 60 000 грн;
- 13) договори з енергопостачальною, каналізаційною, водопостачальною організаціями, СЕС — 30 000 грн.

Витрати основні (щомісячні):

- 1) орендна плата — 10 000 грн;
- 2) витратні матеріали — 75 000 грн;
- 3) зарплата — 10 000 на людину залежно від кількості і складу персоналу;
- 4) оплата електрики і води — 8 000 грн.

Обсяг попиту

Виручка піцерії максимальна у святкові та вихідні дні. Є певна кореляція із сезонністю: взимку сума виручки зазвичай вища, ніж влітку.

Середній обсяг продажів піци на добу в Борисполі варіює від 50 до 200 піц.

Запитання і завдання до кейса

1. Проаналізуйте описаний бізнес. Які обов'язкові параграфи висвітлені правильно, а яких бракує?
2. Проаналізуйте ринок піцерій у вашому місті за аналогічними показниками.
3. Складіть бізнес-план відкриття піцерії у вашому місті.

7 Фінансові основи підприємницької діяльності

7.1. Фінансовий базис підприємства

Фінанси є невід’ємною складовою частиною будь-якого бізнесу, тому фінансова діяльність, формування та використання фінансових ресурсів, дотримання вимог фінансової дисципліни — важливі елементи підприємницької діяльності¹.

Ключові поняття

Фінанси підприємців (суб’єктів підприємницької діяльності) — особливі економічні відносини, пов’язані з формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів підприємства у процесі його функціонування.

Фінансові цілі можна описати як цілі, що стосуються фінансових показників бізнесу. Зазвичай фінансові цілі містять певний числовий показник, а також часові межі, протягом яких він має бути досягнутий. Фінансові цілі встановлюють або безпосередньо підприємці, або менеджери, відповідальні за фінанси в компанії. Фінансові цілі узгоджують з іншими функціональними цілями, що сприяє досягненню корпоративних цілей бізнесу.

¹Фінанси підприємства : навч. посіб. / [Н. С. Ситник, С. Д. Смолінська, І. Ф. Ясіновська] ; за заг. ред. Н. С. Ситник. — Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. — 402 с.

Встановлення фінансових цілей дає змогу підприємцям аналізувати результати діяльності підприємства з моменту його заснування. Щойно створені підприємства можуть бути вразливими внаслідок того, що їм бракує грошей. Встановлення цілей щодо грошових потоків сприятиме уникненню цієї пастки. Крім того, підприємства (особливо відкриті товариства з обмеженою відповідальністю) оцінюють за рівнем прибутку, який вони отримують за фінансовий рік, оскільки рівень прибутку компанії впливає на інші фінансові показники — ціну акцій, позики в банках тощо.

Як ви вважаєте?

Хто з акціонерів відкритого товариства з обмеженою відповідальністю був би зацікавлений у прибутках, отриманих підприємством за фінансовий рік? Чому?

Для розуміння принципів фінансів необхідно знати відмінність між грошовим потоком (*Cash flow*) і прибутком.

Підприємство отримує прибуток, якщо протягом певного періоду його доходи перевищують витрати. Воно може вижити, не отримуючи прибутку протягом короткого періоду, але важливо, щоб прибуток був у довгостроковій перспективі, аби забезпечити віддачу для власників бізнесу.

Грошовий потік детермінований термінами платежів і надходжень. Він важливий у короткостроковій перспективі, оскільки підприємець має платити кредиторам (людям і організаціям, у яких позичив гроші на цей бізнес).

Те, що бізнес є прибутковим, ще не означає, що він матиме великі або достатні суми готівки. Існує кілька причин виникнення такої ситуації.

Компанія може продавати велику кількість товарів або послуг за вигідними цінами, пропонуючи клієнтам пільговий термін на 60 або 90 днів. Це означає, що бізнес має знайти готівку для закупівлі матеріалів і оплати праці співробітників за кілька місяців до того, як надійдуть гроші від продажу продукції. Ця проблема може стати ще серйознішою, якщо підприємство зобов'язалося вчасно розраховуватися зі своїми постачальниками.

Крім того, деякі бізнеси, наприклад ювелірний, потребують зберігання великої кількості дорогих запасів, щоб клієнти

могли їх переглянути, перш ніж зробити вибір. Це призводить до того, що великі суми готівки зав'язані у формі запасів і недоступні для інших цілей.

Підприємство може мати такі активи, як майно чи транспортні засоби, що потребують витрати великих сум грошей. Ці активи можуть підтримувати бізнес протягом багатьох років і забезпечувати майбутні надходження. Однак відтік грошових коштів може спочатку чинити тиск на фінанси фірми.

Отже, прибутковий бізнес може стикнутися з нестачею грошей і, можливо, буде не в змозі оплатити рахунки. Це призведе до того, що фірма стане неплатоспроможною та припинить свою діяльність. Грошова криза є основною причиною краху бізнесу.

Однак у довгостроковій перспективі бізнес повинен отримувати прибуток, щоб задовольнити своїх власників. Вони вклали кошти в бізнес, купивши акції, і очікують повернення своїх інвестицій. Підприємство може деякий час проіснувати, не приносячи прибутку, оскільки його власники готові бути терплячими, але в короткостроковій перспективі потрібно ретельно розпоряджатися наявними грошима, щоб гарантувати своєчасну оплату рахунків.

У найпростішому вигляді прибуток — це те, що залишається від доходу після вирахування витрат. Однак підприємці можуть розрахувати кілька різних типів прибутку, пов'язаних із результатами діяльності підприємства за фінансовий рік (рис. 7.1, див. стор. 117).

Отже, прибуток є набагато меншим за дохід підприємства. Важливо враховувати при розрахунку прибутку не лише прямі витрати, а й непрямі, які багато підприємців просто «не помічають».

7.2. Господарський облік

Для управління підприємством, планування та реалізації підприємницької діяльності необхідно знати, яке майно воно має, чи є якісь зобов'язання, якщо є, які терміни їх виконання, що і скільки було вироблено, за якою ціною продано, що, скільки і за якою ціною було придбано, яка собівартість виробленої продукції, який дохід та прибуток компанії.

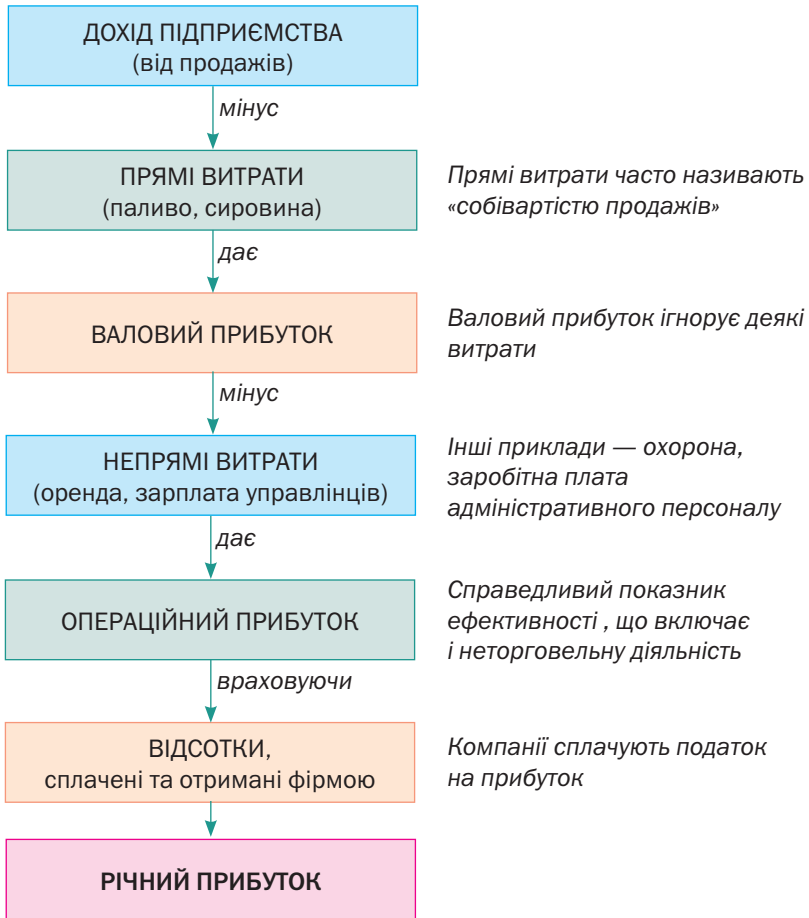


Рис. 7.1.

Типи прибутку в контексті фінансового планування

Ключові поняття

Господарський облік — кількісне відображення і якісна характеристика господарської діяльності з метою виявлення відхилень у реалізації планів виробничо-господарської діяльності підприємства та їх усунення.

Залежно від цілей існує кілька видів обліку.

Оперативний облік — спостереження і контроль за окремими фінансовими та господарськими операціями. Фактично це

моніторинг та керівництво щоденною господарською діяльністю, що охоплює господарські та виробничі операції, які не мають безпосереднього відображення на рахунках бухгалтерського обліку. Відомості цього виду обліку представлено у вигляді простих записів. Це робочий документ роботи підприємця.

Як ви вважаєте?

Деякі підприємці стверджують, що неможливо управляти тим, що не можеш виміряти. Що це означає?

Облік може бути обов'язковим (офіційним) та необов'язковим (неофіційним, призначеним для «внутрішнього користування») (табл. 7.1).

Таблиця 7.1

Порівняльна характеристика фінансового та управлінського обліку

Фінансовий облік	Управлінський облік
Обов'язковий	Необов'язковий
Інформація для акціонерів, споживачів, органів контролю (платоспроможність, стійкість)	Інформація для власника з метою підвищення ефективності діяльності
За затвердженими законом нормами	За внутрішніми правилами підприємства
Підприємство загалом	Підрозділи, продукти, види діяльності
Основний звіт — щорічний, проміжні — щоквартальні	Строки встановлені керівництвом (щотижнево, щоденно, щомісячно)

Фінансовий облік, що охоплює статистичний, бухгалтерський та податковий облік і констатує результати минулих періодів, є обов'язковим обліком.

Фінансовий облік призначений для:

- а) суцільного, повного та безперервного контролю за економічною діяльністю за звітний період;
- б) складання встановленої фінансової (бухгалтерської) звітності;

в) надання необхідної інформації зовнішнім користувачам (акціонерам, інвесторам, кредиторам, постачальникам, покупцям, органам контролю).

Фінансовий облік дає змогу сформувати інформацію про майно підприємства, його витрати та доходи, розміри заборгованості.

Ключові поняття

Статистичний облік — планомірне збирання, вивчення масових кількісних та якісних явищ і закономірностей загального розвитку за конкретних умов, місця й часу (вивчаються не лише виробничі процеси, а й різні явища суспільного життя (рівень продуктивності праці, забезпеченість працівників компанії житлом, їх середній вік).

Бухгалтерський облік — спосіб документального спостереження, відображення й контролю за господарською і фінансовою діяльністю підприємства, а також система збирання, вимірювання, опрацювання, інтерпретації та передавання інформації про господарську діяльність підприємства, установи, для ухвалення оптимальних рішень.

Податковий облік — система збору інформації для визначення податкової бази з доходів на підставі первинних документів, згрупованих відповідно до порядку, передбаченого чинним податковим законодавством.

Інструментами статистичного обліку є статистичні вибірки, середні показники, коефіцієнти. Дані статистичного обліку є базою для економічного аналізу, здійснення прогнозів як на короткостроковий, так і на довгостроковий періоди. Відомості статистичного обліку подають в узагальненій вартісній оцінці, а також у вигляді різних статистичних показників — середніх, показників динаміки, структури тощо¹.

Відомості бухгалтерського обліку дають змогу отримати інформацію про наявні ресурси підприємства, стан взаєморозрахунків із партнерами, клієнтами, постачальниками, обсяги товарообігу, закупівель, випуску продукції, її продажу, фінансових результатів діяльності (рис. 7.2).

¹ Економіка підприємства : структурно-логічний навч. посіб. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ; ред. С. Ф. Покропивний. — Київ : КНЕУ, 2001. — 457 с.

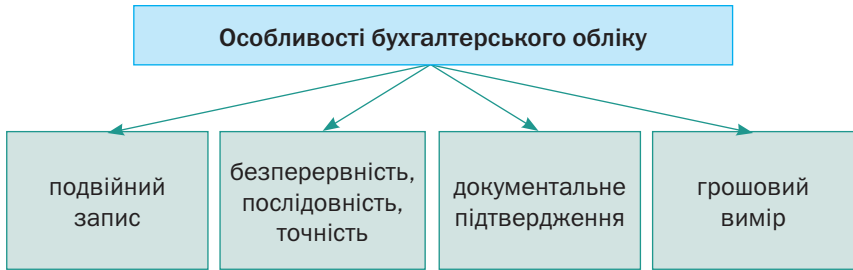


Рис. 7.2.

Принципи (особливості) бухгалтерського обліку

Основним завданням бухгалтерського обліку є створення сприятливих умов через постійний контроль та забезпечення управління всією необхідною та повною інформацією про господарську діяльність. Для вимірювання використовують натуральні показники (метри, кілограми, літри тощо), трудові (кількість витраченого часу) та грошові показники. Дані трудових і натуральних показників перераховують у грошовому еквіваленті й лише після того відображають в обліковій звітності.

Бухгалтерський облік є обов'язковим видом обліку, який веде підприємство. Об'єктами бухгалтерського обліку, що підлягають обов'язковому відображенню, є^{1,2}:

- активи підприємства (основні засоби, нематеріальні активи, капітальні вкладення, довгострокові та короткострокові фінансові вкладення, виробничі складські запаси, розрахунки з дебіторами (дебіторська заборгованість усіх видів), грошові кошти, інші активи);
- джерела власних засобів (статутний капітал, пайовий капітал, додатковий капітал, резервний капітал, інші джерела власних засобів);
- зобов'язання підприємства (пасиви) (довгострокові кредити банків та інші зобов'язання, короткострокові кредити банків та інші поточні зобов'язання);

¹ Скирпан О. П. Фінансовий облік : навч. посіб. / О. П. Скирпан, М. С. Палюх. — Тернопіль : ТНЕУ, 2008.

² Бухгалтерський облік: сутність і призначення, види та принципи (https://life-prog.ru/ukr/1_1603_buhgalterskiy-oblik-sutnist-i-priznachennya-vidi-ta-printsipi.html).

- доходи підприємства за їх видами і витрати підприємства за їх економічними елементами;
- фінансові результати діяльності підприємства та їх розподіл;
- фінансові процеси та операції, які здійснюють наведені вище об'єкти.

Податковий облік здійснюється відповідно до Податкового кодексу України та в термін, установлений для подання декларації з відповідного податку. Об'єктом податкового обліку є все підприємство.

Управлінський облік (неофіційний, призначений для «внутрішнього користування») — це внутрішній облік компанії, який забезпечує підготовку і надання інформації для планування, контролю та прийняття рішень на різних рівнях управління підприємством. Його основна мета — прогноз на майбутнє. Інформація управлінського обліку зазвичай є комерційною таємницею і не підлягає публікації.

7.3. Обліково-фінансова документація підприємства

За даними бухгалтерського фінансового обліку визначають прибуток або збиток підприємства і складають його фінансову звітність (Баланс, форма № 1; Звіт про фінансові результати, ф. № 2; Звіт про рух грошових коштів, ф. № 3; Звіт про власний капітал, ф. № 4; Примітки до річної фінансової звітності, ф. № 5).

Для визначення наявності, відображення руху і використання майна та зобов'язань суб'єкта господарювання в бухгалтерському обліку використовують певні прийоми.

1. Документ — письмовий доказ фактичного здійснення господарської операції. Документація — спосіб оформлення господарських операцій документами.

Облікові документи класифікують за *місцем складання* (внутрішні та зовнішні); за *призначенням* (розпорядчі, виконавчі та ін.); за *порядком складання* (первинні, зведені та ін.); за *способом оформлення операцій* (одноразові та нагромаджувальні); за *змістом* (грошові, розрахункові, обліку основних засобів, обліку особового складу тощо).

2. **Інвентаризація** — перевірка майна і зобов'язань підприємства в натурі й порівняння цих даних з даними обліку. Інвентаризація може бути повною або частковою; плановою, необхідною або контрольною. Усі дії щодо визначення фактичної наявності товарів мають відбуватися за обов'язковою участю всіх членів інвентаризаційної комісії. Дані про фактичні залишки товарів і тари записують в інвентаризаційні описи (форма № інв-3) у двох або трьох примірниках. Описи складаються окремі, за кожною матеріально відповідальною особою або за місцем зберігання цінностей.
3. **Оцінювання** — спосіб грошового вимірювання господарських операцій (придбання ресурсів, використання виробничих запасів, визначення фінансових результатів тощо). Для відображення бухгалтерського обліку та звітності майно і господарські операції оцінюються в національній грошовій одиниці.
4. **Обчислення собівартості (калькуляція)** — визначення вартості (облікової ціни) виробничих запасів, продукції, робіт і послуг.
5. **Рахунок** — спосіб поточного обліку, контролю та систематизації за економічно однорідними видами господарських засобів, їх джерел та операцій. Рахунки — це двосторонні таблиці, на яких окремо обліковують збільшення і зменшення об'єктів обліку.

Ключові моделі та теорії

Рахунки бухгалтерського обліку

Активний рахунок		Пасивний рахунок	
Дт	Кт	Дт	Кт
Початковий залишок (сальдо)			Початковий залишок (сальдо)
+	-	-	+
Збільшення	Зменшення	Зменшення	Збільшення
Оборот +	Оборот -	Оборот -	Оборот +
Кінцевий залишок (сальдо)			Кінцевий залишок (сальдо)

6. **Подвійний запис** — порядок відображення господарських операцій у рахунках. Відповідно до цього кожному господарську операцію записують у певному порядку на двох рахунках: принцип тотожного відображення господарських операцій на рахунках зумовлює рівність оборотів за дебетом і кредитом кореспондуючих рахунків, наприклад, кожен дебетовий запис супроводжується відповідним кредитовим записом. Дебет і кредит є стандартизованими методологічними прийомами бухгалтерського обліку. Сума активів підприємства завжди дорівнює сумі зобов'язань і власного капіталу.
7. **Баланс** — спосіб підсумкового відображення даних про майно підприємства (актив) та його зобов'язань (пасив) на певну дату. За формою баланс — це двостороння таблиця.
8. **Звітність** — упорядкована таблиця узагальнювальних показників, що в концентрованому вигляді відображають результати господарської діяльності підприємства, його виробничий і соціальний розвиток, фінансовий та майновий стан.

Ключові поняття

Дебет (від лат. debitum — борг) — методологічний прийом бухгалтерського обліку — ліва сторона бухгалтерського рахунка, на якій відображено господарські операції.

Кредит (від лат. credit — вірить, дає в борг) — методологічний прийом бухгалтерського обліку — права сторона бухгалтерського рахунка.

Активи — усі ресурси, якими підприємство чи людина користуються для виробництва продукції або певної діяльності з метою отримання доходу (основні засоби, нематеріальні активи, запаси продукції, дебіторська заборгованість).

Пасиви — усі ресурси, які є в розпорядженні підприємства (власний капітал, залучені кошти, позичені кошти, кредиторська заборгованість).

Робота з даними

У таблиці у вигляді балансу представлено майно пана Петренка.

Активи	Пасиви
Будинок — \$30 000	Власні кошти — \$10 000
	Борг за іпотекою — \$20 000
Автомобіль — \$7 000	Кредит — \$7 000
Земельна ділянка — \$3 000	Власні кошти — \$3 000
Комп'ютер — \$600	Виплачений споживчий кредит — \$400
	Залишок боргу за споживчим кредитом — \$200
Гроші на депозиті — \$800	Власні кошти — \$800
\$41 400	\$41 400

1. Проаналізуйте таблицю. Поясніть розподіл статей саме в таких колонках.
2. Підрахуйте власний капітал пана Петренка.
3. Визначте обсяг зобов'язань пана Петренка.

7.4. Види та порядок ціноутворення

Ціноутворення — процес утворення, формування цін на товари і послуги, що характеризується методами та способами встановлення цін загалом, стосовно всіх товарів¹.

Існує дві системи ціноутворення:

- 1) ринкове ціноутворення на основі взаємодії попиту та пропозиції;
- 2) централізоване державне ціноутворення на основі призначення цін державними органами.

Суб'єкти господарювання використовують у своїй діяльності вільні та державні регульовані ціни. *Вільні ціни* визначаються підприємствами самостійно за згодою сторін. *Державні регульовані ціни* запроваджуються Кабінетом Міністрів України, органами виконавчої влади, державними колегіальними органами та органами місцевого самоврядування.

¹ Слободян Н. Г. Ціноутворення та управління витратами на підприємствах / Н. Г. Слободян, О. В. Саухіна // Економічний аналіз. — 2018. — Т. 28. — № 2. — С. 176—181.

Проте, крім поділу цін на державні й вільні, існує велика кількість інших класифікацій (табл. 7.2).

Таблиця 7.2

Види цін

Критерій порівняння	Види цін
Вид продукції	Ціни на товари Тарифи на послуги
Сфера товарного обігу	Закупівельні Оптові Роздрібні
Роль ринку	Ціна попиту Ціна пропозиції Ціна ринкової рівноваги Договірні ціни між суб'єктами ринку
Регіон дії	Регіональні (місцеві, локальні) Єдині
Країна реалізації	Внутрішні Зовнішньоекономічні
Вартість встановлення	Тверді (фіксовані) Гнучкі
Період дії	Постійні Тимчасові

Формування оптових та роздрібних цін має відмінності. Оптові ціни визначаються за формулою (7.1):

$$C_{\text{опт}} = C_{\text{п}} + \Pi + H_{\text{під}} + A_3 + \text{ПДВ}, \quad (7.1)$$

де $C_{\text{опт}}$ — оптова ціна, грн; $C_{\text{п}}$ — повна собівартість, грн; Π — прибуток, грн; $H_{\text{під}}$ — надбавки підприємства, грн; A_3 — акцизний збір, грн; ПДВ — податок на додану вартість, грн.

Роздрібні ціни формуються за формулою (7.2):

$$C_{\text{роздр}} = C_{\text{опт}} + H_{\text{торг}}, \quad (7.2)$$

де $C_{\text{роздр}}$ — роздрібна ціна, грн; $C_{\text{опт}}$ — оптова ціна, грн; $H_{\text{торг}}$ — сума торговельної надбавки, грн.

Ринкове ціноутворення передбачає два підходи:

1. Витратний підхід, який охоплює такі методи ціноутворення:

- метод «витрати + прибуток»;
- метод оптимізації граничних витрат;
- метод встановлення беззбиткової ціни;
- метод надбавок;
- агрегатний метод.

2. Ціннісний підхід, який охоплює такі методи:

- метод встановлення цінності товару;
- встановлення ціни на основі поточних ринкових цін;
- параметричний метод.

Бізнес у фокусі

Структура собівартості реалізованої продукції ПрАТ «Котопський хлібокомбінат» за 2017 р.:



1. Проаналізуйте діаграму та назвіть три найбільші статті витрат.
2. Яка частка постійних витрат у структурі собівартості? А змінних витрат?
3. Про що свідчить таке співвідношення постійних та змінних витрат?

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. Дайте характеристику фінансовому базису підприємства.
2. Опишіть прийоми бухгалтерського обліку.
3. Охарактеризуйте складові частини господарського обліку.
4. У чому полягає сутність ціноутворення? Назвіть його види.
5. Дайте загальну характеристику Рахунків бухгалтерського обліку та балансу.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. Що таке господарський облік?
2. Дайте визначення грошового потоку.
3. Назвіть особливості бухгалтерського обліку.
4. Дайте визначення активів і пасивів підприємства.
5. Ринкова ціна — це...

КЕЙС

ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ¹

Перед кожним, хто починає свій бізнес, постає питання пошуку інвестицій. Фахівці виокремлюють кілька видів можливих джерел фінансування, кожен з яких має свої переваги та недоліки.

Джерело фінансування	Переваги	Недоліки
Овердрафт (кредитний ліміт, який встановлюється банком на поточному рахунку клієнта на підставі суми середньомісячних надходжень)	— гнучкий спосіб фінансування повсякденних фінансових потреб; — відсотки сплачуються лише на фактичну суму позики	— відсотки високі; — банк може вимагати повернення в будь-який час; — може бути недоступним для деяких МСП
Факторинг заборгованості (незаставний вид)	— можливість отримати готівку майже одразу після продажу;	— може зменшити або навіть скасувати маржу прибутку

¹ Підготовлено на основі: Surridge M., Gillespie A. Business. A-level. — Hodder Education, 2021; Секрети успіху краудфандингової компанії в Україні (<https://buduysvoe.com/ru/node/122055>).

<p>фінансування закупівель або продажу товарів чи послуг з відтермінуванням платежу)</p>	<p>— може зменшити овердрафт і відсотки компанії</p>	<p>підприємства, якщо вона невелика; — клієнти можуть дізнатися, що борги враховані, і можуть утратити довіру до постачальника</p>
<p>Банківські кредити</p>	<p>— можуть бути узгоджені для задоволення точних вимог бізнесу; — менеджери можуть планувати виплати в межах бюджету</p>	<p>— негнучкі, підприємства можуть сплачувати відсотки за кошти, які вони не використовують; — від бізнесу може знадобитися надання застави</p>
<p>Іпотеки та боргові зобов'язання</p>	<p>— це ідеальні джерела фінансування довгострокових проєктів; — вони дають змогу власникам не втратити контролю над бізнесом</p>	<p>— менеджерам доведеться пропонувати нерухомість як заставу за іпотечними кредитами; — підприємства можуть сплачувати великі суми відсотків за довгостроковими кредитами</p>
<p>Нерозподілений прибуток (частина чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після виплати доходів власникам у вигляді дивідендів, формування резервного капіталу, поповнення статутного капіталу та використання на інші потреби)</p>	<p>— «безкоштовне» джерело фінансування, оскільки не стягує відсотків; — не передбачає потенційної втрати контролю власниками бізнесу</p>	<p>— власники бізнесу (наприклад, акціонери) можуть забажати отримати прибуток; — бізнес може втратити цінні альтернативні інвестиції</p>

Продовження таблиці

<p>Акціонерний капітал (сукупність індивідуальних капіталів акціонерів, об'єднаних шляхом випуску (емісії) і розміщення акцій та інших цінних паперів)</p>	<p>— можна використовувати для залучення дуже великих сум капіталу; — компанія не зобов'язана виплачувати фіксовані відсотки</p>	<p>— джерело фінансування доступне лише компаніям; — приватні компанії з обмеженою відповідальністю можуть продавати додаткові акції лише за згодою акціонерів; — існуючі власники можуть втратити контроль над компанією</p>
<p>Венчурний капітал (гроші інвестиційних фондів чи фірм, що спеціалізуються на фінансуванні росту молодих компаній за винагороду у вигляді прибутку на акціонерний капітал)</p>	<p>— дає змогу уникнути необхідності сплачувати відсотки на всю суму фінансування</p>	<p>— деякі підприємці та власники можуть не хотіти залучення венчурних капіталістів до прийняття рішень; — зазвичай лише здатні зібрати невеликі суми фінансування</p>
<p>Краудфандинг (спільне фінансування проєктів зі створення нових продуктів. Той, хто фінансує, може бути одночасно і покупцем продукту, і спонсором, й інвестором. Головне завдання проєкту — зацікавити спонсорів, які проінвестують проєкт)</p>	<p>— може бути відносно дешевим джерелом фінансування; — стає дедалі більш популярним</p>	<p>— незнайоме для багатьох менеджерів джерело фінансування; — може бути непридатним для залучення дуже великих сум капіталу</p>

Запитання і завдання до кейса

1. Проаналізуйте різні джерела фінансування. Який спосіб залучення грошових коштів на розвиток бізнесу здається вам найцікавішим?

2. Уявіть, що ви розпочинаєте власну справу і вирішили залучити гроші на краудфандинговій платформі. Підготуйте пропозицію для розміщення на ній. Дотримуйтеся таких етапів:
- 1) етап створення команди (один автор чи декілька? Хто буде зазначений як автор, а хто — як член команди? Хто відповідатиме за процеси — мікропроєкти, як-от підготовка тексту, фото, відео, соціальних мереж, стратегії просування тощо);
 - 2) оформлення ідеї та цінностей;
 - 3) визначення своєї цільової аудиторії;
 - 4) опрацювання винагород (подарунки інвесторам мають бути різними, але недорогими, інакше лєвова частка отриманих коштів витратиться на виконання обіцянок, а не на втілення проєкту в життя;
 - 5) складання бюджету і вибір назви кампанії щодо залучення грошей;
 - 6) опис ідеї (жива, емоційна історія, викладена за структурою — що було до проєкту, чому автор вирішив втілювати цей проєкт, яка кінцева мета короткострокового періоду, яка кінцева мета довгострокового періоду);
 - 7) сценарій і знімання відео (відео має бути цікавим та коротким, до 4 хв.);
 - 8) фото (емоційні, які передають настрій проєкту).

8
Провали ринку

8.1. Екстерналії як ринкові явища

Ринок є однією з найефективніших форм організації господарського життя в суспільстві. Проте він не позбавлений і певних недоліків (рис. 8.1).

Ефекти	Дефекти (провали)
<ul style="list-style-type: none">• Розподіл ресурсів між виробниками.• Найточніша оцінка результатів виробництва.• Ефективний розподіл доходів.• Оптимальне визначення галузевої структури економіки.• Економічно справедливий розподіл суспільного продукту	<ul style="list-style-type: none">• Існують сфери, де ринковий розподіл неефективний.• Соціально несправедливий розподіл доходів.• Ринок не цікавиться суспільними благами.• Не гарантується ефективне використання ресурсів (зовнішні ефекти/екстерналії).• Ринкова економіка розвивається циклічно

Рис. 8.1.
Ефекти та дефекти ринкової економіки

Провали ринку (розлад, неспроможність; фіаско — англ. market failure) — це ситуації неспроможності ринку виконувати свої функції. Потенційними джерелами недосконалості ринкового механізму є зовнішні ефекти, або екстерналії, та суспільні блага.

Ключові поняття

Зовнішні ефекти, або екстерналії (англ. externalities), — побічні наслідки економічної діяльності (витрати або вигоди), які не регулюються ринком і впливають на інтереси третіх осіб як у сфері виробництва, так і у сфері споживання.

Розрізняють негативні та позитивні зовнішні ефекти.

Негативні зовнішні ефекти — це побічні ефекти діяльності ринкових суб'єктів, які не відображені в цінах і викликають витрати третіх осіб (або суспільства загалом), що перебувають поза ринковою угодою. Інакше кажучи, вплив таких ефектів є зовнішнім стосовно ринку. Наприклад, забруднення навколишнього середовища внаслідок викидів в атмосферу завдає значної шкоди здоров'ю, призводить до додаткових витрат на лікування, профілактику захворювань, виплат з непрацевдатності, зміни місця проживання, появи екологічних біженців.

Негативні зовнішні ефекти зумовлюють виникнення водночас з приватними витратами зовнішніх і соціальних (суспільних) витрат. Якщо *загальні приватні витрати* — це сукупність постійних і змінних витрат фірми, то *загальні зовнішні витрати* — це витрати третіх осіб, пов'язані з усуненням наслідків негативних зовнішніх ефектів, а *загальні соціальні (суспільні) витрати* — це сума загальних приватних і загальних зовнішніх витрат.

Економіка у фокусі

Завод скидає стічні води в озеро. У селах, розташованих навколо нього, проживає понад 5 тис. осіб різного віку. Основними видами діяльності мешканців є виробництво сільськогосподарської продукції та виловлювання риби.

1. Хто прямо, а хто опосередковано підпадає під дію цього негативного зовнішнього ефекту?
2. Хто несе додаткові витрати, пов'язані з необхідністю усунення негативного впливу? Які це витрати?
3. Наведіть інші приклади негативних екстерналій.

Позитивні зовнішні ефекти означають додаткову вигоду, не відображену в цінах. Види позитивних ефектів різноманітні. Наприклад, спорудження лікарні в густонаселеному кварталі сприятливо впливає на його мешканців. Отримання вищої

освіти людиною з інвалідністю вигідне суспільству: ця людина не лише є активним членом суспільного життя, а й бере участь у суспільному виробництві, забезпечує сама себе, створює та споживає блага. У цих випадках треті особи отримують вигоду (корисність), що не відображена в ціні товару.

Позитивні зовнішні ефекти називають *вигодами переливу*. Ідеться про те, що деякі вигоди, пов'язані з виробництвом або споживанням товарів, переміщуються до третіх осіб (або суспільства загалом) без компенсації з їхнього боку. Наприклад, виробництво комп'ютерів дає вигоду не тільки їх творцям, а й суспільству загалом. Підвищується рівень наукових і технічних знань, формується інформаційна культура, інформаційні технології впроваджуються в навчальний процес. Вигоди, пов'язані з виробництвом або використанням комп'ютерів, переміщуються до третіх осіб, які не беруть участі в ринковій угоді.

Як ви вважаєте?

Розміщення пів сотні вуликів на околиці села в одному із фермерських господарств, що розташоване навколо озера, призведе до позитивного чи негативного ефекту? Чи отримує пасічник якісь додаткові вигоди від сусідства з іншими фермерськими господарствами?

Однак у ситуації і негативних, і позитивних зовнішніх ефектів можуть виникати втрати ефективності. Їх можна усунути або шляхом приватних рішень, або шляхом державного регулювання зовнішніх ефектів через:

- пряме регулювання діяльності певних фірм або індивідуумів (встановлення максимально допустимої величини скидів шкідливих відходів у річки та водойми, пряма заборона на використання певних отруйних хімічних сполук або на введення в дію нових джерел забруднення);
- ухвалення законів про охорону навколишнього природного середовища, згідно з якими встановлюється юридична відповідальність за екологічне правопорушення;
- введення податку, який коригує вплив негативних зовнішніх ефектів (податок А. Пігу). У такому разі складною є проблема встановлення розміру збитку, пов'язаного із життям та здоров'ям людей, з'ясування точного джерела забруднення, а також доведення факту завдання шкоди, визначення рівня податку;

- субсидування діяльності, що породжує позитивний зовнішній ефект. Субсидія такого типу отримала назву субсидії А. Пігу. Вона покликана стимулювати виробництво (або споживання) економічних благ.

Робота з даними

Викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря за областями України в 2017 р.¹

	Області України	тис. т
ЗАХІД	Закарпатська	3,2
	Львівська	109,1
	Івано-Франківська	198,3
	Тернопільська	10,6
	Чернівецька	3,3
	по регіону	324,5
СХІД	Полтавська	55,9
	Чернігівська	31,6
	Сумська	20,3
	Харківська	45,0
	Луганська	75,1
	по регіону	227,9
ЦЕНТР	Волинська	5,1
	Житомирська	10,3
	Київська	48,2
	Рівненська	9,6
	м. Київ	45,5
	по регіону	118,7
ПІВ-ДЕНЬ	Одеська	29,6
	Миколаївська	14,2
	Херсонська	9,6

¹ Аналітичний звіт «Базове дослідження стану та напрямів розвитку екологічної політики України та перспектив посилення участі організацій громадянського суспільства у розробці та впровадженні політик, дружних до довкілля», 2019 — https://www.irf.ua/wp-content/uploads/2019/12/baseline-research_report_publishing-dec-2019.pdf.

Продовження таблиці

	Запорізька	180,9
	Донецька	784,8
	по регіону	1019,1
ЦЕНТР	Вінницька	155,8
	Дніпропетровська	657,3
	Кіровоградська	12,2
	Хмельницька	21,1
	по регіону	849,7

1. Проаналізуйте таблицю. Як ви поясните таку диференціацію показників?
2. Порівняйте обсяги викидів у вашій області з обсягами по регіону та Україні загалом. Поясніть відмінності.

За сучасних умов держава в питаннях регулювання екстерналій дедалі активніше переходить від застосування адміністративних важелів до використання ринкових механізмів, наприклад вводить платежі за забруднення навколишнього природного середовища.

Отже, державне регулювання зовнішніх ефектів дає змогу віднести покриття побічного економічного збитку на рахунок внутрішніх витрат.

8.2. Суспільні блага

Суспільне благо зумовлює позитивні зовнішні ефекти для всіх, тільки-но воно стає доступним для однієї людини¹.

Ключові поняття

Суспільні блага — блага, які споживаються всіма членами суспільства, не можуть бути поділені між індивідами та від споживання яких практично неможливо або небажано відлучити жодного з індивідів.

¹ Краснікова Л. І. Теорія державних витрат та суспільний вибір. / Л. Т. Краснікова. — Київ : [ВПЦ НаУКМА], 2009. — 109 с.

Класифікувати суспільні блага можна, наприклад, за критерієм потреб людини — безпека, справедливість, здоров'я, побутові умови, знання, інформація, захист навколишнього середовища. Можна з точки зору рівня задоволення — локальний чи національний рівень. На *локальному рівні* прикладами забезпечення суспільними благами є поліція, пожежна служба, суди, прокуратура, швидка допомога, поліклініки, лікарні, вуличне освітлення, заклади освіти, бібліотеки, місцеве телебачення, гідрометцентр, каналізація. На *національному рівні* прикладами забезпечення суспільними благами є судова система, національна оборона, санепідемслужби, система охорони здоров'я, система освіти, наука, статистика, національне телебачення, національні заповідники, нормування забруднень.

Ключові моделі та теорії

Суспільні блага названі суспільними не тому, що їх зазвичай виробляє та надає держава. Приватні фірми також можуть їх виробляти без будь-якої допомоги з боку держави, але при цьому не отримують прибутку. Отже, суспільними вони названі тому, що споживаються всіма членами суспільства. Справді, більшість суспільних благ оплачує держава коштами платників податків, але є й такі блага, за які платять приватні особи, наприклад Гріффіт-парк у самому центрі Лос-Анджелеса. Землю, на якій він розташований, подарував місту бізнесмен-філантроп Дж. Гріффіт, який до того ж активно фінансував його розвиток. Тобто він фактично надав людям суспільне благо власним коштом. Щорічно понад 10 млн людей відвідують цей парк.

Ключовою особливістю суспільних благ є їх здатність приносити суспільну користь, навіть якщо безпосередніми споживачами цього блага є окремі люди.

8.3. Недосконала інформація

Невизначеність супроводжує людину все її життя, і часом навіть важко з'ясувати, де визначена ситуація для прийняття рішення, а де невизначена.

Ключові поняття

Недосконала інформація — недостатня інформованість суб'єктів ринку щодо вірогідності майбутніх подій, що матимуть на них вплив.

Невизначеність — об'єктивна неможливість отримання абсолютного знання про об'єктивні та суб'єктивні чинники функціонування системи, неоднозначність її параметрів та відносна вірогідність отримання бажаного кінцевого результату.

Причин невизначеності в економіці багато, врахувати їх у підприємницькій діяльності досить складно. Серед них:

- непередбачуваність подій (виникнення певних обставин, пов'язаних із відсутністю інформації чи її суб'єктивним аналізом під час планування господарських процесів);
- асиметричність інформації (нерівномірний розподіл інформації між сторонами економічних відносин, обмежений доступ до інформації чи навмисне маніпулювання нею);
- інтерналії (втрати або вигоди, які отримують учасники угоди і які не були обумовлені під час її укладання). Виникають за недостатньої (асиметричної) інформації.

Виокремлюють такі види невизначеності: політична, економічна, природна, часова, невизначеність внутрішнього та зовнішнього середовища, невизначеність різних інтересів, конфліктних ситуацій та багатоцільових завдань.

Здатність пристосовуватися до невизначеності називають *схильністю до ризику*.

8.4. Соціальна нерівність

Розподіл доходів у ринковій економіці не гарантує кожній людині достатній рівень доходу незалежно від наявності в неї фактора виробництва і результатів економічної діяльності. У цьому полягає соціальна несправедливість ринку, яка у свою чергу породжує нерівність у доходах населення. Як свідчать дані, поділ на багатих і бідних у 2020 р. становив: у Японії — 1:4, Європі — 1:5—7, США — 1:9, в Україні 1:13,5.

Проблема справедливості розподілу доходів і, відповідно, створеного суспільного продукту виникла набагато раніше, ніж економічна теорія сформувалася як наука. Історії невідомо-

мі приклади державного устрою, за якого усі верстви населення були б задоволені існуючими відносинами розподілу. Усі відомі людству системи розподілу поєднує одна спільна ознака — певні категорії населення завжди отримували більше за інших. Нерівномірність у розподілі доходів набуває вигляду об'єктивного економічного закону. Безліч чинників, що впливають на диференціацію доходів населення, можна згрупувати у два типи: мікро- та макрорівня (рис. 8.2).

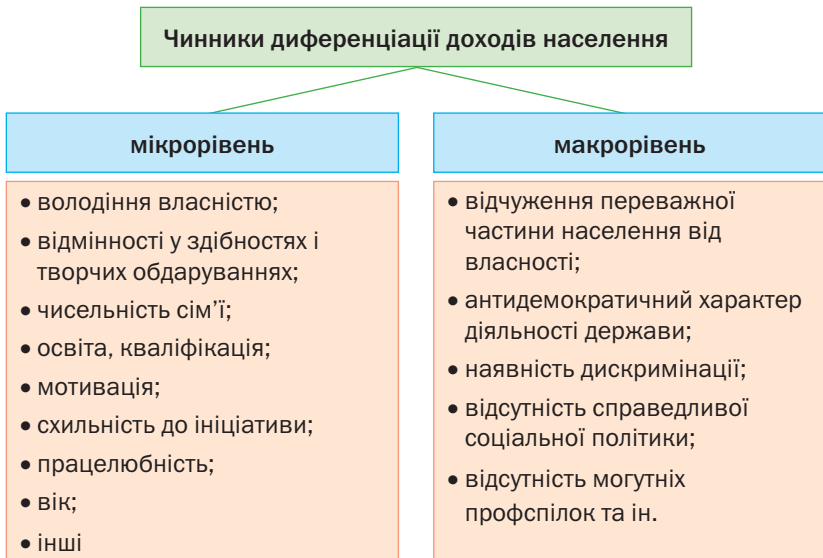


Рис. 8.2.
Чинники диференціації доходів населення

Значна диференціація доходів загрожує соціальній стабільності країни, гальмує стимули до ефективної праці, зумовлює необхідність перерозподілу доходів. Головним каналом такого перерозподілу є державний бюджет.

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. Які причини провалів у ринковій економіці?
2. Яка роль держави в мінімізації негативних зовнішніх ефектів?

3. Чим суспільні блага відрізняються від приватних?
4. Як впливає невизначеність на прийняття рішень?
5. У чому полягає проблема справедливості в розподілі доходів?

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. Що таке провали ринку?
2. Назвіть ефекти та провали ринкової економіки.
3. Які причини невизначеності?
4. У чому полягає нерівність доходів?
5. Назвіть чинники диференціації доходів населення.

КЕЙС

ЯК СУСПІЛЬНІ БЛАГА ВПЛИВАЮТЬ НА ДОБРОБУТ КОЖНОГО¹

У рейтингу PISA-2015 Сінгапур випередив усі інші країни й економіки. Його тріумф викликав інтерес до того, як це азійське місто-держава збудувало таку успішну систему освіти.

Одна з особливостей Сінгапуру — те, що країна домоглася наймовірнішого успіху, почавши практично з нуля.

Сінгапур, який отримав незалежність у 1965 р., був убогою країною з малою кількістю природних ресурсів і неграмотним населенням. У країні зі слабкою економікою і низькокваліфікованою робочою силою працювало лише кілька шкіл та коледжів.

Населення складалося з різних етнічних груп, які розмовляли різними мовами й дотримувалися своїх релігійних вірувань. Але за п'ять десятиліть Сінгапур піднявся просто на вершину міжнародного рейтингу, обігнавши найсильніші економіки Європи й Північної Америки, а також суперників зі Східної Азії. Він перестрибнув із «третього світу» в «перший» трохи більше як за життя одного покоління. Які ж складники його успіху?

Освіта стала невід'ємним складником будівництва молоді країни. Це допомогло сформувати колективне почуття ідентичності та згуртувати різні етнічні групи й релігійні спільноти. Акцент на освіті допоміг переосмислити, відновити й посилити економічний прогрес країни.

Відразу після здобуття незалежності Сінгапур ледь виживав. Освітню систему розширили, щоб забезпечити базову освіту для працівників в економіці, яка намагалася привабити закордонних виробників.

¹ Кейс побудований на основі статей освітнього порталу «Освіторія»: <https://osvitoria.media/>

Створили єдину систему освіти, почали масово наймати на роботу вчителів, збудували школи, надрукували підручники. Упродовж десятиліття всі діти отримали початкову освіту.

Коли заходить мова про успіхи Сінгапуру, всі насамперед згадують про вчителів. Вони мають право на сто годин професійного розвитку на рік, адже система передбачає, що розумні й амбітні фахівці не захочуть стояти на місці. Строго контрольована, централізована система високо цінує послідовність. Усі майбутні вчителі навчаються в одному й тому ж закладі, щоб усі вийшли з однієї й тієї самої «виробничої лінії» за одним і тим самим стандартом. Наставників розподіляють у школи так, щоб кожна мала однакову кількість найкращих фахівців. Вони йдуть на роботу, чітко розуміючи, чого від них сподіваються. У відповідь учителі можуть розраховувати на високий суспільний статус і повагу.

Запитання і завдання до кейса

1. Чому освіта належить до суспільних благ?
2. Проаналізуйте систему освіти Сінгапуру.
3. Визначте ключові проблеми освіти в Україні з погляду суспільних благ.

9 Оподаткування

9.1. Економічна природа податків

У повсякденному житті кожна людина стикається з податками. Вони різні, тісно пов'язані з витратами й доходами громадян і прямо впливають на розвиток країн. Кожна держава виконує багато функцій, однією з яких є соціальний захист громадян. Наприклад, люди, які все життя пропрацювали на виробництві, мають отримати гідну пенсію, хворі — належний рівень медичного обслуговування, молодь — можливість навчатися, безробітні — допомогу з безробіття та для перекваліфікації. Крім того, держава повинна забезпечувати оборону, громадський порядок і гарантувати безпеку, виконувати різні економічні функції — розбудовувати дороги, школи, дитячі садочки, лікарні, ліквідувати наслідки екологічних катастроф тощо. Це все є «провалами ринку». То де ж держава бере на це гроші?

Ключові поняття

Податки — вид обов'язкового платежу, який стягується з фізичних і юридичних осіб до державного та місцевих бюджетів.

Податки формують лівову частку всіх надходжень до державного бюджету. Так, у 2021 р. податкові надходження до державного бюджету становили 85 % усіх надходжень. Акумуляовані в державному бюджеті податки спрямовують переважно на соціальні цілі, які є основним складником державних витрат.

Історія податків нараховує тисячоліття: вони виникли в часи розпаду первісного ладу й появи приватної власності, зосередження влади та певної частки власності общини в руках вождів, старійшин, виникнення держави й права. Спочатку це були безсистемні, обов'язкові збори у вигляді данини, рентних платежів переважно в натуральній формі. Пізніше почали впроваджувати регулярні грошові податки. Вважають, що одним із перших таких податків був *трибут* — поголовний податок на всіх громадян Римської імперії у II ст. до н. е. Поступово податки перетворилися на постійне джерело забезпечення держави коштами для виконання нею своїх обов'язків.

Для того щоб збагнути економічну природу податку¹, потрібно з'ясувати, яке його призначення, хто є суб'єктом оподаткування (фізичні та юридичні особи), що є базою оподаткування (споживчі товари чи послуги, майно, доходи чи прибутки), а також визначення впливу, який здійснюють податки на кінцеві результати діяльності суб'єкта оподаткування та економіку (наприклад, стимулювання економічного зростання чи добробуту).

Ключові моделі та теорії

Для платників податків важливо, щоб система оподаткування була зрозумілою. Фізичні та юридичні особи повинні сплачувати податки, сума яких залежить від їхніх можливостей. Кожна держава світу має власну податкову систему, яка спирається на чотири основні принципи фіскальної політики, сформульовані Адамом Смітом:

- 1) *принцип справедливості* — піддані держави повинні відповідно до своїх здібностей і сил брати участь в утриманні уряду, тобто відповідно до доходу, яким вони користуються під заступництвом і захистом держави;
- 2) *принцип зручності* — кожен податок потрібно стягувати в той час і таким чином, щоб платникові зручно було його сплатити;
- 3) *принцип визначеності* — податок на кожного має бути точно визначеним, а не довільним. Термін сплати, спосіб платежу, сума платежу мають бути зрозумілими;

¹Шульга А. А. Природа податків, функції і принципи оподаткування [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/2684/1/60.pdf>

- 4) *принцип економії* — податкова система має функціонувати так, щоб унеможливити зловживання, мінімізувати витрати на вилучення податків.

9.2. Типи оподаткування

Податкові системи розвинутих країн формувалися під впливом різних економічних, соціальних та політичних умов: історичні особливості та рівень розвитку, структура і стан економіки, цілі державної економічної політики, співвідношення сил основних соціальних груп та політичне становище, прихильність уряду країни до певної економічної доктрини. Податкові системи різняться за видами податків, їхньою структурою, способами стягнення, ставками, фіскальними повноваженнями різних рівнів влади, податковою базою.

Найскладнішою у податковій системі є проблема визначення того, хто і скільки має сплачувати. Існують регресивний, пропорційний та прогресивний типи оподаткування. Кожна держава може використовувати всі три типи одночасно чи комбінувати їх.

Ключові поняття

Пропорційний податок — податок, за якого середня податкова ставка залишається незмінною незалежно від величини доходу (податок на доходи фізичних осіб, податок на прибуток підприємств).

Прогресивний податок — податок, за якого середня податкова ставка збільшується в міру зростання величини доходу й зменшується в міру скорочення величини доходу платника податків.

Регресивний податок — податок, за якого середня податкова ставка збільшується в міру скорочення доходу й зменшується в міру зростання доходу (всі непрямі податки, наприклад ПДВ).

9.3. Цілі оподаткування

Податки покликані виконувати певні функції, що визначають їхню сутність і зумовлюють їхнє призначення. Найважливішими серед них є:

1. Дохід бюджету (фіскальна функція). Податки становлять основну частину доходів для місцевих і державного бюджетів. Їх використовують для фінансування освіти, медицини та інших напрямків соціальної сфери.
2. Розподіл (соціальна функція). Кошти перерозподіляють на користь тих, хто цього найбільше потребує, зокрема пенсіонерів, тимчасово безробітних, осіб з особливими потребами тощо.
3. Регулювання (регулювальна функція). Деякі податки використовують для підвищення цін окремих товарів, зокрема акцизний податок на алкоголь та тютюнові вироби. Мета акцизу — знизити попит споживачів на шкідливі товари. Пільги при сплаті податків, навпаки, мають здешевлювати суспільно корисні продукти.

9.4. Оптимальна ставка податку

В економічній науці існує багато теоретичних досліджень про те, як за допомогою податків можна отримати вищі надходження до державного або місцевого бюджету. Оптимальна система оподаткування має мінімізувати негативні наслідки для добробуту та продуктивності платників податків, максимізувати позитивні ефекти перерозподілу та виправляти недоліки ринку. Наскільки оптимальною є система оподаткування, можна зрозуміти, проаналізувавши не тільки кількість та види податків, а й податкові ставки. Для цього варто скористатися *кривою Лаффера* — графічним зображенням зв'язку між податковими надходженнями та податковими відсотковими ставками (рис. 9.1). Мета кривої — показати, як коливаються податкові надходження за зміни відсоткових ставок.

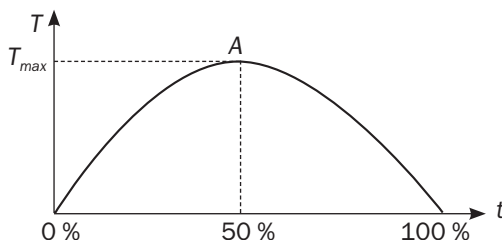


Рис. 9.1.
Крива Лаффера

Пояснення кривої: за поступового збільшення шкали податків доходи бюджету зростають, але з кожним новим етапом підвищення зростання уповільнюється. За досягнення певної межі зростання ($t = 50\%$) доходи бюджету (T) різко зменшуються, бо платники податків просто перестають платити.

Економіка у фокусі

Відомий американський мафіозі Аль Капоне, ватажок гангстерського світу Чикаго, який під прикриттям меблевого бізнесу займався бутлегерством та ігорним бізнесом, сів у в'язницю. Але не за вбивства чи кримінальні злочини. Адвокати змогли врятувати його від усіх звинувачень, крім одного, смішного, за мірками легенди гангстерського світу, — звинувачення у несплаті податків. Так Аль Капоне був ув'язнений на одинадцять років.

1. Чому несплата податків — це злочин?
2. Що втрачають країни, в яких економіка перебуває в «тіні» й населення не сплачує податки?

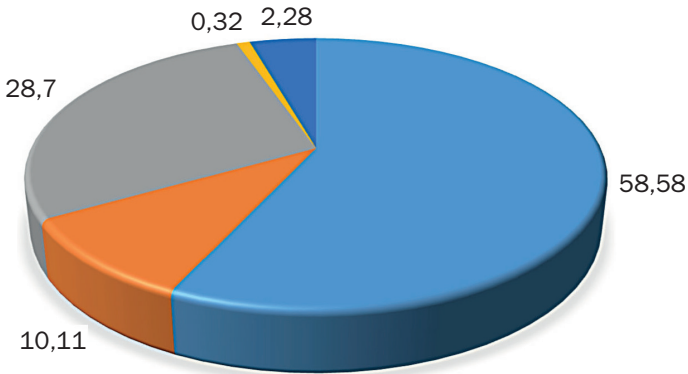
Артур Лаффер дійшов висновку, що підвищення податкової ставки до певного критичного рівня (50 %) сприяє зростанню доходів бюджету і не пригнічує підприємницький стимул. Вище цього рівня розташована так звана «заборонена зона» шкали оподаткування. Податки, стягнені за вищими ставками, стримують економічну ініціативу, призводять до згортання обсягів виробництва, а отже, зменшують надходження до бюджету.






9.5. Види податків

В Україні встановлено загальнодержавні та місцеві податки і збори. Згідно з Податковим кодексом України, до *загальнодержавних податків* належать: податок на прибуток підприємств; податок на доходи фізичних осіб; податок на додану вартість; акцизний податок; екологічний податок; рентна плата; мито. До *місцевих податків* зараховують: податок на майно; єдиний податок. До *місцевих зборів* належать: збір за місця для паркування транспортних засобів; туристичний збір.

Робота з даними

Питома вага основних податків у загальній сумі податкових надходжень до Державного бюджету України у 2021 році



- | | |
|---|--|
|  Внутрішні податки на товари і послуги (ПДВ) |  Податки на міжнародну торгівлю і зовнішні операції |
|  Рентна плата за використання інших природних ресурсів |  Інші податки і збори |
|  Податки на доходи, податки на прибуток, податки на збільшення ринкової вартості | |

1. Проаналізуйте дані діаграми.
2. Поясніть диспропорції в розподілі податків.

Податки класифікують на чотири великі групи:¹

- 1) прями податки, що залежать від доходу; це ПДФО — податок з доходів фізичних осіб (18 %) — та Єдиний податок (3—5 %);
- 2) непрямі податки, що залежать від обсягів виробництва і продажів; це ПДВ — податок на додану вартість (20 %) — та акцизний податок;
- 3) податки, пов'язані з оплатою праці; це ЄСВ (Єдиний соціальний внесок) (22 %), ПДФО за працівника та військовий збір (1,5 %);

¹ Про які види податків необхідно знати підприємцям в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://online.novaposhta.education/blog/pro-yaki-vidi-podatktiv-neobhidno-znati-pidpriyemtsyam-v-ukrayini>

4) інші види податків в Україні: екологічний, сільськогосподарський, на землю, на нерухомість тощо. Є також багато видів зборів, до яких належать «внески» та «платежі». Це теж податки, але їх стягують лише в разі отримання підприємцем особливої вигоди в певних сферах діяльності (туризм, розвиток садівництва, спеціальне використання води, використання радіочастот тощо).

Як ви вважаєте?

Який із податків, на вашу думку, найсправедливіший? Чому?

В Україні існує дві системи оподаткування підприємців — загальна і спрощена. Кожна з них передбачає певні види податків та зборів. Характерною особливістю і перевагою *загальної системи оподаткування підприємців* є те, що основними податками обкладається дохід (за формулою «прихід – витрата = дохід чи прибуток»). Недолік цієї системи оподаткування полягає в самому формулюванні його переваги: дохід — це різниця між приходом і дозволеними витратами підприємця. Абсолютно всі витрати вони зобов'язані підтвердити документально.

За *спрощеної системи оподаткування* наявність і розмір витрат не впливають на розмір податку. Тому більшість підприємців обирають саме цю систему оподаткування. Замість оподаткування доходу (ПДФО, військовий збір і ЄСВ) підприємець сплачує єдиний податок від мінімальної заробітної плати або від обороту. Є обмеження за видами діяльності компанії, кількості працівників тощо. Усе залежить від того, до якої групи ФОП належить підприємець.

Як ви вважаєте?

Система оподаткування може змінюватися. В основі змін — принцип, згідно з яким податкова система має бути справедливою. Проте справедлива — це яка? Чи всі платники податків повинні сплачувати однакову ставку податку? Чи всі мають сплачувати однакову суму? Можливо, багаті повинні сплачувати більше, а бідні — менше?

Податки в Україні, порівняно з іншими країнами, невисокі. Найвагомим показником для порівняння є відсоток по-

датку на доходи. В Україні він доволі тривалий час залишається незмінним — 18 %. Найвищі показники податку на дохід традиційно у високорозвинутих країнах, де цей податок становить понад 50 % від загального прибутку. Так, у 2019 р. податок на дохід у Швеції становив 57,19 %, Японії — 55,95 %, Австрії — 55 %, Нідерландах — 51,75 %, Бельгії — 50 %, Ірландії — 48 %, Франції, Німеччині та Китаї — 48 %¹.

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. Чому потрібно сплачувати податки?
2. У чому сутність принципів оподаткування?
3. Чому в різних державах існують схожі системи оподаткування?
4. Як і чому податки впливають на добробут людей та економічне зростання загалом?

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. Дайте визначення податків.
2. Що показує крива Лаффера?
3. Назвіть види загальнодержавних і місцевих податків.
4. Поясніть сутність спрощеної системи оподаткування.
5. Назвіть переваги та недоліки загальної системи оподаткування.

КЕЙС

ЩО НЕ ТАК З ОСОБИСТИМ ПРИБУТКОВИМ ПОДАТКОМ В УКРАЇНІ?²

Податки, постаючи основним джерелом формування державних фінансових ресурсів, є також важливим засобом акумулювання гро-

¹ Income Tax Around The World [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.statista.com/chart/19734/income-tax-around-the-world/>

² Кейс побудований на основі: Марчак Д. Місце сплати податку на доходи фізичних осіб в Україні — юридична історія та поточна практика / Проект підтримки децентралізації, 2020; Желевська О. Проблеми оподаткування доходів фізичних осіб (<https://core.ac.uk/download/pdf/32610594.pdf>); The Tax Foundation (<https://taxfoundation.org/>); Кириленко Л. М., Крупська Л. П. Моя економіка: підруч. для уч. 8-9-х, 10-х кл. — Київ : А.П.Н., 2004. — 320 с.

шових коштів у загальнодержавний фонд — державний бюджет країни. Податки — вихідна фінансова база функціонування держави та найважливіша форма регулювання ринкових відносин.

Для контролю за дотриманням сплати податку з доходів фізичних осіб в Україні ведеться Державний реєстр фізичних осіб платників податків. Він є автоматизованим банком даних, що забезпечує єдиний державний облік усіх фізичних осіб, зобов'язаних сплачувати податки. Відповідно до цього податкова інспекція кожній особі присвоює один раз на все життя десятизначний ідентифікаційний номер (код). Він обов'язковий для пред'явлення в різні органи державної реєстрації, установи банків, під час улаштування на роботу, виплати грошових сум тощо.

Основною перевагою ПДФО над іншими видами податків є соціальна справедливість, оскільки за допомогою прогресивних ставок і пільг в оподаткуванні можна зменшити податковий тягар для малоабезпечених верств населення і посилити для осіб з високими доходами. Проте з фіскальної позиції він є нестабільним джерелом формування доходів бюджету, оскільки циклічні коливання економіки істотно впливають на базу оподаткування податком на доходи фізичних осіб.

Податок на доходи фізичних осіб є другим за обсягом джерелом надходжень до зведеного бюджету України після ПДВ (у 2020 р. — 223,87 млрд грн, 16,26 % від загального обсягу доходів держави). Це найбільше джерело доходів місцевого самоврядування і в середньому становить 37,7 % доходів місцевих бюджетів або 57,15 % власних доходів органів місцевого самоврядування (без трансфертів). ПДФО — один із ключових джерел надходжень місцевих бюджетів, а завдяки цьому — один із основних інструментів фінансування місцевих видатків, зокрема на утримання соціальної та комунальної інфраструктури. При цьому податковими агентами зі сплати податку на доходи фізичних осіб в Україні є роботодавці. Тобто працівники не сплачують цей податок. Замість них це робить компанія, у якій вони працюють. Крім того, в Україні роботодавець несе відповідальність за перерахування ПДФО за своїх працівників органам місцевого самоврядування, у яких вони працюють. Це незвично, оскільки в інших країнах розподіл ПДФО місцевим органам влади здійснює національний уряд.

Запитання і завдання до кейса

1. Розгляньте діаграму на стор. 150. Порівняйте та поясніть отримані результати.



2. Якщо вважати, що системи оподаткування в усіх наведених державах майже однакові, то чому порівняно з іншими країнами в Україні надходження до бюджету від особистого прибуткового податку (податок на доходи фізичних осіб) становлять таку незначну частку?
3. Для чого кожному громадянину та громадянці України потрібен власний ідентифікаційний номер?

10 Ринок праці

10.1. Особливості ринку праці

Після закінчення навчального закладу або й навіть раніше ви будете шукати роботу, щоб заробляти гроші на самостійне життя. Тоді ви зіткнетесь з ринком праці. Головним завданням цього ринку є забезпечення оптимальної мобільності працездатного населення і задоволення попиту та пропозиції на робочу силу. Основні його суб'єкти — роботодавці та працездатне населення.

Ринок праці має всі ознаки звичайного ринку. Тут також є продавці, покупці, товар, ціна. Продавцем (своїх знань, вмінь, навичок) виступає той, хто шукає роботу, покупцем — той, хто пропонує роботу.

Ключові поняття

Ринок праці — ринок, на якому купують і продають особливий товар — робочу силу; джерелом робочої сили є доросле населення країни; система відносин між роботодавцями та найманими працівниками, які сприяють розміщенню людських ресурсів в економіці.

На обсяг робочої сили в країні впливають такі чинники: кількість населення, міграція та частка економічно активного населення.

Економіка у фокусі

Протягом найближчих 10—40 років усі розвинуті країни, за прогнозами Світового банку та Міжнародної організації пра-

ці, зіштовхнуться з проблемою старіння населення. Існують дві основні причини такого тренду: скорочення народжуваності та подовження тривалості життя. Україна не є винятком: населення старіє, оскільки зменшується показник народжуваності. Згідно з Національним демографічним прогнозом, до 2050 р. майже третина населення в Україні буде старша 60 років. Зростає очікувана тривалість життя, відповідно — зростає частка населення пенсійного віку. Ще один негативний тренд, характерний для сучасної України, — скорочення населення внаслідок війни та еміграції.

1. Чому тренд скорочення народжуваності — це глобальний тренд?
2. Як можна подолати демографічну проблему в країні?

Старіння нації та скорочення населення мають прямий вплив на ринок праці, що пов'язано передусім із *демографічним навантаженням* — кількість економічно неактивного населення перевищує кількість працездатного, тобто тих, хто працює, стає помітно менше відносно пенсіонерів та дітей. Також демографія впливає на кількісно-якісний склад працівників, кількість капіталу на одного працівника та зміни продуктивності праці. Що менше працівників задіяно в економіці, що нижча продуктивність, то нижчу заробітну плату вони отримують і, відповідно, сплачують менше податків.

Вплив трудової міграції на ринок праці неоднозначний. З одного боку, це чинник, який послаблює тиск на нього. За відсутності трудової міграції рівень безробіття в Україні був би в 1,6 раза вищим за фактичний (довоєнний рівень безробіття у 2021 р. — 9,9 %¹). Значною проблемою є «відтік мізків», що зумовлює погіршення якісних характеристик зайнятих, адже у цьому сенсі не так важлива кількість, як кваліфікація емігрантів як фахівців. Еміграція також зменшує пропозицію робочої сили на ринку праці, спричиняючи нестачу людей у певних професіях. А з другого боку, це може сприяти зростанню заробітної плати працівників, які залишаються в країні. Однак «відтік мізків» не є особливо актуальною проблемою в Україні. Більше

¹ Ситуація на ринку праці та діяльність Державної служби зайнятості у січні-травні 2022 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.dcz.gov.ua/analitics/67>

занепокоєння викликає втрата кваліфікації, оскільки більшість українців за кордоном працюють не за спеціальністю¹.

Доросле економічно активне населення країни охоплює економічно активне та економічно неактивне населення.

Ключові поняття

Зайняте населення (*Етр*) — особи у віці 15—70 років, які зайняті економічною діяльністю, що приносить дохід.

Безробітні (*U*) — особи у віці 15—70 років, що одночасно відповідають трьом умовам: не мали роботи (прибуткового заняття); протягом останніх чотирьох тижнів шукали роботу або намагалися організувати власну справу; упродовж двох тижнів були готові приступити до роботи, тобто почати працювати за плату як найманий працівник або на власному підприємстві.

Економічно неактивне (пасивне) населення — особи у віці 15—70 років, які не можуть бути класифіковані як «зайняті» або «безробітні». До таких осіб належать: учні та студенти; пенсіонери; особи, які зайняті в домашньому господарстві, вихованням дітей та доглядом за хворими; особи, які зневірилися, що знайдуть роботу; інші особи, які не мали потреби у працевлаштуванні; ті, хто шукає роботу, але не готові приступити до неї найближчим часом.

Для аналізу ринку праці застосовують абсолютні та відносні показники рівня використання робочої сили (рис. 10.1).

Абсолютні показники	Відносні показники
<ul style="list-style-type: none"> • чисельність дорослого населення; • чисельність робочої сили; • кількість зайнятого населення; • кількість безробітних 	<ul style="list-style-type: none"> • рівень зайнятості, %; • рівень безробіття, %; • рівень участі у робочій силі, %

Рис. 10.1.
Показники рівня використання робочої сили

¹ Пеньковскі Є. Вплив трудової міграції на українську економіку / Є. Пеньковскі [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://voxukraine.org/vpliv-trudovoyi-migratsiyi-na-ukrayinsku-ekonomiku/>

Рівень зайнятості — відсоткова частка кількості зайнятого населення у віці 15—70 років (доросле населення) до всього населення зазначеного віку:

$$emp = \frac{E_{mp}}{\Delta Pop_{gr}} \times 100 \%,$$

де emp — рівень зайнятості (%); E_{mp} — кількість зайнятих; Pop_{gr} — кількість дорослого населення у віці 15—70 років.

Рівень безробіття — відношення чисельності безробітних віком 15—70 років до робочої сили (економічно активного населення) відповідного віку:

$$u = \frac{U}{L} \times 100 \%,$$

де u — рівень безробіття, U — кількість безробітних, L — робоча сила.

10.2. Попит і пропозиція робочої сили

Загальні потреби економіки в найманій робочій силі визначають попит на неї. Він залежить від кількості та структури робочих місць, що існують в економіці країни, і охоплює всі види економічної активності, де працівники вже задіяні або наявні вакантні місця. Основними чинниками, що формують попит на працю, є:

- потреба виробництва в людських ресурсах (що більшою є потреба виробництва у створенні нових готових продуктів, то вищим буде попит на людські ресурси);
- продуктивність праці.

Продуктивність праці — це кількість виробленого продукту за одиницю часу або кількість часу, витраченого на створення одиниці продукту. Наприклад, за годину видобувають 5 тонн нафти або пару взуття виготовляють за 10 хвилин. Щоб зросла продуктивність праці, необхідно: підвищити кваліфікацію працівників; застосовувати нову техніку і технології; нарощувати обсяги використовуюваного основного капіталу; поліпшити систему управління виробництвом; ефективніше використовувати природні ресурси.

Що продуктивнішими є працівники, то більше продукту вони створюють і то менше потрібно найманої робочої сили.

Найм кожного додаткового, або граничного, працівника /працівниці на фірмі порівнюється з додатковим (граничним) доходом, який вони можуть принести. Поки додатковий дохід перевищує витрати на заробітну плату працівників, фірмі вигідно наймати нових людей. Але попит на працю має межі. І ці межі встановлює ринок, оскільки виробляти потрібно стільки, скільки він потребує.

Попит на робочу силу, так само, як і попит на звичайний товар чи послугу, може бути індивідуальним та сукупним (рис. 10.2).

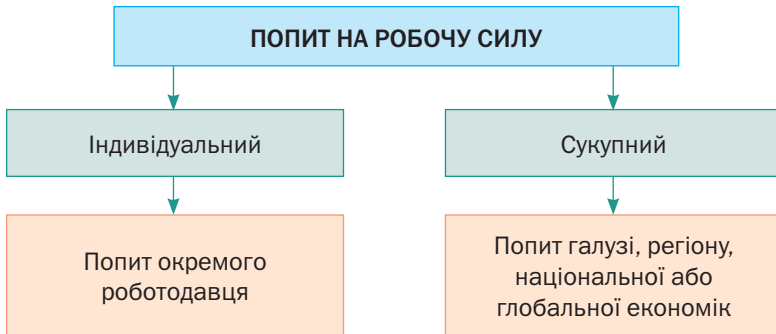


Рис. 10.2.
Види попиту на робочу силу

Як й інші види попиту, попит на робочу силу підлягає дії певного економічного закону.

Закон про попит на робочу силу: за інших рівних умов величина попиту на працю буде більшою за низької заробітної плати і меншою — за високої.

Пропозиція робочої сили охоплює всі категорії економічно активного населення — усіх, хто працює або бажає працювати. Величина пропозиції робочої сили залежить від кількості праці, яку може бути запропоновано для продажу фірмам за певною ціною та в певний період часу. Оскільки носіями робочої сили є люди, то пропозиція робочої сили має свою специфіку й залежить від низки чинників. Серед них:

- демографія (кількість населення в тій чи тій країні);
- освітній рівень, кваліфікація, знання, навички;
- стан здоров'я;
- культура нації;
- національні особливості.

Закон пропозиції на ринку праці: що вищою є заробітна плата, яку готові сплачувати роботодавці за виконання певного різновиду робіт, то більше людино-годин трудової діяльності готові надати власники товару «робоча сила», то більшими є стимули для професійного зростання та якісної продуктивної праці.

Ціною на ринку робочої сили є заробітна плата для працівників та витрати на придбання робочої сили для роботодавців. Розмір заробітної плати має бути таким, щоб забезпечити придбання такої кількості споживчих товарів і послуг, щоб можна було утримати родину, а також можливість для працівників підтримувати професійний та культурний рівень¹.

У базовій моделі ринку праці² залежність попиту на робочу силу від заробітної плати можна пояснити ефектом масштабу та ефектом заміщення — якщо зростає оплата праці, це призводить до збільшення витрат виробництва (тому що підвищення заробітної плати працівникам — прямі втрати роботодавця, це його недоотриманий прибуток), далі — до підвищення ціни на готовий товар чи послугу і, як наслідок, зниження попиту на продукцію підприємства, скорочення масштабів виробництва, зниження попиту на працю, звільнення працівників. І навпаки, зменшення заробітної плати найманим працівникам призводить до зростання попиту на працю.

Також ефект заміщення дає змогу роботодавцю замінити дорожчий фактор дешевшим. Наприклад, підвищуючи заробітну плату, підприємець може компенсувати ці втрати заміщенням на відносно дешевший капітал. І навпаки, зміна ціни на працю, її зниження призведе до заміни, наприклад, капіталу на працю (рис. 10.3).

Ця модель доволі уявна, у реальному житті такої моделі в чистому вигляді не побачити, але, розуміючи тренди та взаємозв'язки, можна прогнозувати динаміку й характер розвитку ринку праці. Крім того, у реальному житті на попит на працю (як і на звичайний попит) впливає багато інших, нецінових чинників.

¹ Ринок праці і його регулювання [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://econ2016.krasalex.com/wp-content/uploads/2017/03/8_ppt.pdf

² Попит і пропозиція праці [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://library.if.ua/book/40/2653.html>

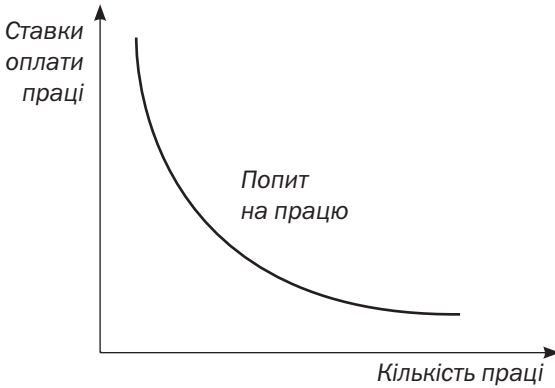


Рис. 10.3.
Графік попиту на працю

Існує також певна залежність між ціною (заробітною платою) та пропозицією. Ця залежність проявляється суперечливими тенденціями: до певного рівня величина пропозиції праці зростає, а потім починає раптово скорочуватися, як це показано на рис. 10.4. У чому причина такої поведінки людей? Вони не хочуть отримувати вищу заробітну плату?

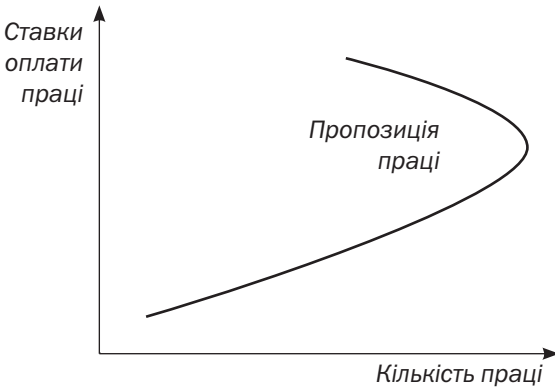


Рис. 10.4.
Графік пропозиції праці

По-перше, на рішення людей працювати в тому чи тому місці помітно впливає розмір оплати праці: більшість людей бажає працювати за високих ставок оплати праці, а не за

низьких. Ця тенденція зумовлена дією *ефекту заміни*, який можна виразити приказкою «Час, який ми маємо, — це гроші, яких ми не маємо». Отже, якщо для людини цінність вільного часу вища за заробітну плату, яку їй пропонують, то вона відмовиться від пропозиції. І навпаки, якщо оплата додаткового часу роботи вища, ніж очікування від цієї години відпочинку, то працівник обере роботу.

По-друге, в сучасному світі вже мало хто працює чітко за графіком роботи — люди самі обирають, скільки годин їм працювати, відповідно і пропозиція праці коливається залежно від планів та уподобань працівників. Люди більше цінують вільний час, особливо якщо його в них мало. Для ефекту доходу, який проявляється в цьому випадку, характерною є приказка «Гроші, які ми маємо, — це час, якого ми не маємо» (рис.10.4).

Якщо роботодавці, купуючи здатність до праці, зацікавлені більше в її кількості та якості, то потенційні працівники приймають рішення про продаж своєї робочої сили, враховуючи рівень заробітної плати, умови праці, перспективи навчання та кар'єрного зростання, режим праці та його гнучкість, психологічний клімат у колективі тощо¹. Крім того, наприклад, економічна криза зазвичай є причиною скорочення ділової активності, у підприємств помітно знижується попит на працю. І навпаки, економічний підйом та пік — це час різкого зростання попиту на працю.

10.3. Заробітна плата

На ринку праці заробітна плата є певним регулятором попиту та пропозиції робочої сили або механізмом, що урівноважує їх. Це ціна, за якою найманий працівник продає свою робочу силу. Також заробітна плата визначає рівень трудової активності робочої сили на ринку. Наймані працівники розглядають її як грошовий дохід або грошову винагороду, що виплачується

¹Карпій О. П., Качмар С. А. Маркетинговий аналіз попиту і пропозиції на ринку праці України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/nov/25529/nzmened-181-192.pdf>

ся роботодавцем за виконану роботу. Для роботодавців заробітна плата є інструментом матеріального стимулювання працівників до ефективної праці, а також елементом виробничих витрат, що враховується до собівартості продукції.

Ключові поняття

Заробітна плата — розмір грошової винагороди, яку сплачують найманому працівникові за використання його вмінь та навичок упродовж певного часу, необхідного для виробництва товарів і послуг.

Оплата праці залежить не тільки від результатів праці конкретного працівника, а також від результатів праці, прибутковості конкретного підприємства.

Розмір заробітної плати встановлюється шляхом взаємодії попиту і пропозиції на ринку праці (рис. 10.5). Коли кількість людей, готових займатися певною економічною діяльністю, і кількість наявних робочих місць збігаються, то встановлюється рівноважна ціна праці, або рівноважна заробітна плата. Тобто за такий розмір заробітної плати працівники готові працювати, а роботодавці готові його платити.

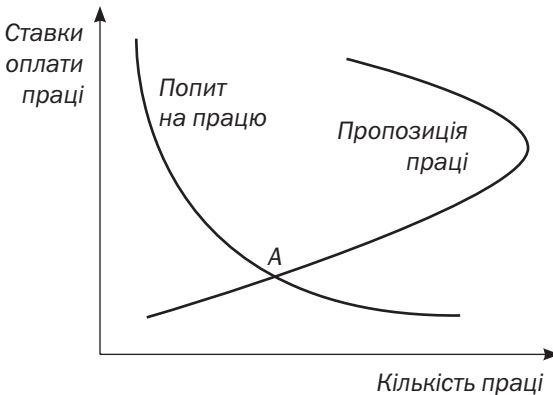


Рис. 10.5.

Формування рівня оплати праці на ринку праці

На практиці розмір заробітної плати як грошової винагороди встановлюється сторонами (роботодавцем і працівником) трудового договору в розмірі та в межах, визначених законо-

давством, соціально-партнерськими угодами, колективним і трудовим договорами¹.

Ключові поняття

Номінальна заробітна плата — сума грошей, яку отримують працівники за виконану роботу.

Реальна заробітна плата — кількість товарів і послуг, які можна придбати на певну кількість грошей (номінальну заробітну плату).

Розмір реальної заробітної плати залежить від величини номінальної заробітної плати і рівня цін на предмети споживання та послуги. Якщо ціни на товари зростають швидше, ніж номінальна заробітна плата, то реальна заробітна плата знижується.

Економіка у фокусі

За трудовим договором, ваша заробітна плата становить 15 тис. грн. У цьому місяці вам збільшили заробітну плату на 15 %, при цьому і ціни на товари та послуги зросли на 10 %.

1. Яку реальну заробітну плату ви отримаєте?
2. Яким буде індекс цін?

Зв'язок між оплатою праці та її результатами (індивідуальними і колективними) забезпечують форми та системи оплати праці, які встановлюються підприємствами й організаціями самостійно в колективному договорі з дотриманням вимог і гарантій, передбачених законодавством, Генеральною та галузевими (регіональними) угодами.

Найчастіше застосовують дві форми заробітної плати — *відрядну* (відповідно до кількості виробленої продукції) й *погодинну* (відповідно до кількості відпрацьованого часу) (рис.10.6).

В основі побудови системи оплати праці на підприємстві мають бути конкретні показники роботи, які піддаються точному обліку й повною мірою відображають працю колективу або окремого працівника.

¹Заробітна плата: характеристика, структура та функції оплати праці [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://osvita.ua/vnz/reports/law/9975/>

Системи відрядної форми оплати праці	Системи погодинної форми оплати праці
<ul style="list-style-type: none"> • пряма відрядна; • непряма відрядна; • відрядно-преміальна; • відрядно-прогресивна; • акордна; • колективна (бригадна) відрядна 	<ul style="list-style-type: none"> • пряма погодинна; • погодинно-преміальна; • погодинно-прогресивна; • колективна (бригадна) погодинна

Рис. 10.6.

Системи форм оплати праці на підприємстві

10.4. Мінімальна заробітна плата та прожитковий мінімум

Особливе місце в системі оплати праці посідає мінімальна заробітна плата.

Ключові поняття

Мінімальна заробітна плата — законодавчо встановлений розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю, нижче якого не може здійснюватися оплата за виконану працівником місячну, погодинну норму праці (обсяг робіт)¹.

Прожитковий мінімум — вартісна оцінка споживчого кошика, що містить мінімальні набори продуктів харчування, непродовольчих товарів та послуг, необхідних для збереження здоров'я людини і забезпечення її життєдіяльності.

Мінімальний розмір заробітної плати встановлює держава (в Україні — Верховна Рада України за пропозицією Кабінету Міністрів України) як результат обчислення прожиткового

¹ Основи галузевої економіки і підприємництва. Тема 2. Заробітна плата робітників на підприємствах торгівлі [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://cpto.dp.ua/public_html/posibnyuk/posibnyuk/page6.html

мінімуму (або межі бідності). Фактичний розмір прожиткового мінімуму розраховують на основі середніх цін на споживчі товари та послуги і тарифів на житлово-комунальні послуги. Згідно зі статтею 5 Закону України «Про прожитковий мінімум», фактичний розмір прожиткового мінімуму застосовують для спостереження за динамікою рівня життя в Україні.

Ключові моделі та теорії

Питання прожиткового мінімуму та мінімальних зарплат почали досліджувати в XIX ст., що було пов'язано з розвитком виробництва, але заробітної плати вистачало лише для фізичного виживання працівників. Роботодавці відмовлялися підвищувати заробітну плату, оскільки мали змогу легко найняти інших людей. Тому держава з метою запобігання соціальним вибухам, зниження дискримінації жінок та неповнолітніх (їхні зарплати іноді були удвічі менші від зарплат чоловіків) мала запровадити мінімальну заробітну плату¹.

Першою країною, яка запровадила мінімальну зарплату на законодавчому рівні, була Нова Зеландія. Нині у світі 80 % країн мають законодавчо закріплену мінімальну зарплату. Водночас у таких країнах, як Австрія, Данія, Італія, Кіпр, Фінляндія, Швеція, Ісландія, Норвегія та Швейцарія, немає мінімальних зарплат.

Мінімальна заробітна плата в Україні є державною соціальною гарантією, обов'язковою на всій території держави для підприємств усіх форм власності та господарювання. Вона — основа для визначення державних тарифів у сфері оплати праці, пенсій, стипендій, допомоги та інших соціальних виплат. Крім прожиткового мінімуму, під час розрахунку розміру мінімальної заробітної плати беруть до уваги²:

- потреби працівників та їхніх сімей;
- середній рівень заробітної плати;

¹ Жолудь О. Мінімальна зарплата: історія благородної ідеї та її неоднозначне сьогодення [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://voxukraine.org/minimal-wages-ua/>

² Визначення розміру мінімальної заробітної плати по-новому: ще один законопроект [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://news.dtkk.ua/labor/compensation/74398>

- продуктивність праці, рівень зайнятості;
- прогнозний індекс споживчих цін;
- податки, обов'язкові збори та внески.

Розмір мінімальної заробітної плати не може бути нижчим за прогнозний фактичний розмір прожиткового мінімуму для працездатних осіб, розрахований відповідно до закону в цінах грудня попереднього року. Мінімальна заробітна плата встановлюють одночасно в місячному та погодинному розмірах. Мінімальна заробітна плата не може бути зменшеною. В Україні розмір мінімальної заробітної плати зростає щороку. Якщо у 2015 р. вона становила 1218 грн, то у 2022 р. — 6500 грн¹.

10.5. Боротьба з безробіттям

Безробіття є однією з ключових проблем сучасної економіки і показником порушення рівноваги між попитом та пропозицією на ринку праці. Наприклад, за даними Державної служби зайнятості, станом на 1 червня 2022 року в середньому по Україні на одне вільне робоче місце претендувало 12 безробітних.

Як ви вважаєте?

Подумайте і продовжте перелік:

- Таких професій сьогодні не існує: ...
- Потреба в таких професіях значно зменшилася: ...
- Ці професії виникли нещодавно: ...
- Такі професії в майбутньому не будуть потрібні: ...
- Людей з такими професіями буде потрібно більше, ніж сьогодні: ...

Основними причинами виникнення безробіття є:

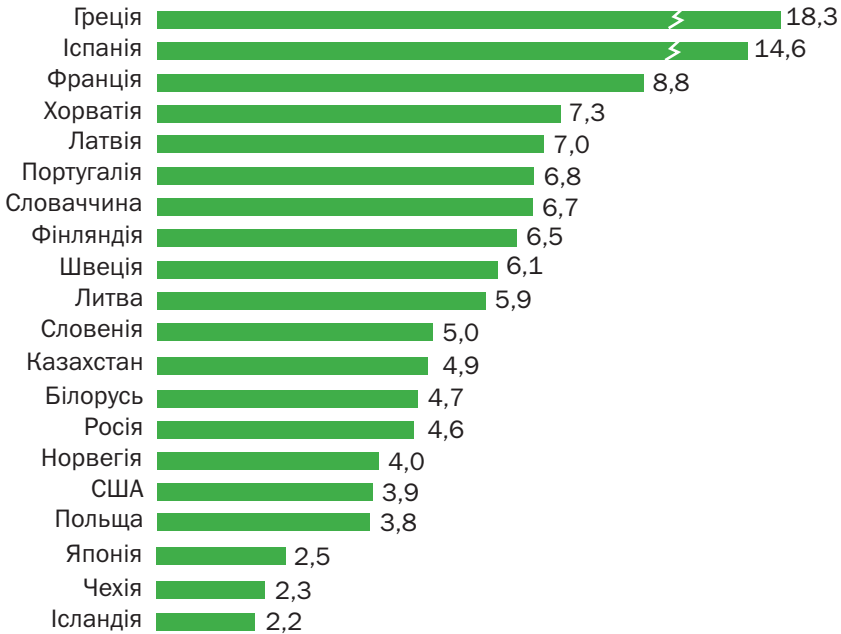
- добровільне звільнення з метою пошуку сприятливішого варіанта трудової діяльності;
- спад виробництва на підприємствах;
- зниження попиту на низку професій;

¹ Мінімальна зарплата в Україні з 2000 по 2022 рр. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://bankchart.com.ua/spravochniki/indikatory_rynka/lowest_salary

- диспропорції розвитку ринку праці та ринку освітніх послуг;
- регіональне розбалансування попиту та пропозиції на ринку праці тощо.

Робота з даними

Рівень безробіття в деяких країнах світу (III квартал 2018 р.)



1. Проаналізуйте діаграму. Як ви поясните таку різницю в показниках Ісландії, Чехії, Японії та Греції, Іспанії, Франції?
2. Представлена статистика — статистика допандемійного та довоєнного періодів. Порівняйте статистику 2018 р. з минулорічною статистикою.
3. Зробіть висновки та узагальнення.

З огляду на причини виникнення розрізняють такі види безробіття:

- 1) фрикційне — проміжне, тимчасове безробіття, коли людина залишила попереднє місце роботи і шукає інше;
- 2) структурне — виникає під впливом структурних диспропорцій на ринку праці внаслідок невідповідності між по-

питом і пропозицією робочої сили за професією, кваліфікацією, географічними та іншими ознаками;

- 3) циклічне — рівень безробіття, яке з'являється за умов економічного спаду та скорочується за економічного піднесення, є наслідком нерівноваги на ринку праці саме через кризу в економіці та потребує державного втручання з метою подолання невідповідності між попитом та пропозицією праці.

Існують й інші критерії, що характеризують безробіття (табл. 10.1)

Таблиця 10.1

Класифікація безробіття за різними критеріями¹

Критерій	Тип	Основна характеристика
Залежно від ініціатора звільнення	Добровільне	Виникає, коли працівник не погоджується працювати на запропонованих умовах та очікує на роботу, яка його більше влаштуватиме
	Вимушене	Трапляється, коли працівник не бажає звільнитися, а адміністрація фірми скорочує персонал
За відкритістю і можливістю вивчення	Приховане	Ситуація, за якої частина безробітних людей не облікована в офіційних даних
	Відкрите	Офіційне безробіття, зафіксоване в державній службі зайнятості
За розповсюдженістю	Загальне	Існує на всій території країни, не пов'язане з регіональними відмінностями
	Регіональне	Є наслідком регіональних особливостей у сфері зайнятості
	Галузеве	Пов'язане з певною галуззю економіки

¹ Безробіття / Велика українська енциклопедія [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://vue.gov.ua>

Продовження таблиці 10.1

	Міське / сільське	Зумовлене особливостями типів поселення
За соціально-демографічними показниками	Молодіжне	Виникає серед осіб до 24 років
	Жіноче	Трапляється серед жінок через труднощі працевлаштування, відпустки у зв'язку з вагітністю та пологами, відпустки для догляду за дитиною, лікарняні тощо
	Стереотипне	Пов'язане із соціально вразливими групами людей: безхатченками, колишніми ув'язненими, людьми з ВІЛ / СНІД

Втрата роботи для людини — одне з найскладніших випробувань у житті. Для більшості людей заробітна плата є єдиним джерелом доходів, а для багатьох робота приносить ще й моральне задоволення та професійне зростання. Тому втрата роботи призводить не тільки до зниження рівня життя, а й до морально-психологічної травми, невпевненості у майбутньому, навіть відчуття власної неповноцінності та неконкурентоспроможності на ринку праці. А тривале безробіття спричиняє зниження кваліфікації та професійних навичок працівників. Для держави стрімке зростання безробіття і, відповідно, збідніння населення загрожують значними соціальними потрясіннями.

Безробіття — це складне соціально-економічне явище, що часто стосується всього суспільства, а не тільки окремих людей, тому ключову роль у боротьбі з безробіттям відіграє держава. Для різних типів безробіття, оскільки вони зумовлені різними причинами, використовуються різні заходи. Загальними для всіх типів безробіття в Україні є такі заходи¹:

- сприяння розвитку малого бізнесу і підприємництва;
- створення служб зайнятості (бюро з працевлаштування);

¹ Костенко Т. Шляхи подолання безробіття в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.economy-confer.com.ua/full-article/2179/>

- впровадження пільгового оподаткування для роботодавців, які працевлаштовують молодь;
- розвиток прогресивних технологій, що можуть забезпечити підвищення якості праці та створення більшої кількості робочих місць у регіонах;
- надання субсидій випускникам курсів перекваліфікації, організація стажування незайнятих на підприємстві;
- моніторинг ринку праці з метою оптимізації навчання та підвищення якості освітніх послуг, розвитку нових навичок і здібностей;
- розвиток професійно-технічної освіти;
- забезпечення доступу до бази даних вакансій, оперативне оновлення бази даних та поліпшення якості вакансій;
- розширення можливостей осіб працездатного віку для самостійного пошуку вакансій;
- посилення взаємодії та координації роботи державних і приватних служб зайнятості, сайтів із пошуку роботи;
- забезпечення рівного доступу жінок і чоловіків до різних професій на ринку праці, відсутність дискримінації та порушення прав і свобод громадян.

Отже, саме державна політика зайнятості має сприяти подоланню безробіття.

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. У чому полягає взаємозв'язок між престижністю професії та рівнем її оплати?
2. Які основні чинники формують попит на ринку праці?
3. Чи можна вважати рівень безробіття надійним показником зайнятості населення?
4. Чим пояснити неминучість існування безробіття, зумовленого пошуками нової роботи? Яким чином держава може сприяти зниженню рівня безробіття?
5. Спробуйте пояснити твердження, що мінімальна заробітна плата негативно впливає на зайнятість.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. У чому полягає сутність пропозиції робочої сили?
2. Назвіть причини фрикційного безробіття.

3. У чому сутність структурного безробіття?
4. Прожитковий мінімум — це...
5. Дайте означення мінімальної заробітної плати.

КЕЙС

БЕЗУМОВНИЙ БАЗОВИЙ ДОХІД — РЕАЛЬНІСТЬ ЧИ УТОПІЯ В УКРАЇНІ?¹

Погіршення добробуту середнього класу, відсутність прогресу в боротьбі з бідністю, а також цифрова революція і роботизація економіки, які спричиняють скорочення традиційних робочих місць та доходів населення, змушують експертів і політиків замислюватися над тим, як можна виплачувати кожній людині певну суму грошей без додаткових умов. Тому вони вже не один рік обговорюють ідею універсального, або безумовного, базового доходу.

У Фінляндії впродовж двох років — із січня 2017 до грудня 2018 р. — двом тисячам безробітних громадян віком до 28 років виплачували щомісячний платіж у розмірі 560 євро. Влада сподівалася, що безумовна виплата змусить працездатних, але малозабезпечених людей шукати роботу. Виявилося, що вони це роблять не активніше, ніж інші безробітні. Гроші, до речі, виплачували незалежно від того, знайшла людина роботу чи ні.

Від експерименту був і позитивний ефект, не пов'язаний із працевлаштуванням. Згідно з опитуванням, його учасники стали впевненішими, щасливішими та фізично здоровішими, а ще в них знизилося відчуття стресу. Проте за два роки експеримент достроково припинили.

А у Швейцарії у 2016 р. вирішили почати не з експериментів, а одразу з референдуму про внесення поправки до Конституції країни, яка гарантує основний дохід усім громадянам. Пропонована сума становила 2500 швейцарських франків на місяць, або близько 1700 доларів США. Однак у результаті референдуму швейцарці відхилили цю ідею — 77% проголосували проти.

¹ Складено за: Безумовний базовий дохід: скільки грошей європейці хочуть отримувати даром? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.dw.com/uk/bezumovnyi-bazoviy-dokhid-skilky-hroshei-ievropeitsi-khochut-otrymuvaty-darom/a-55766864>; Гроші? Так, завжди. Чи потрібен Україні безумовний базовий дохід – розповідає економіст [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://biz.nv.ua/ukr/economics/bezumovniy-bazoviy-dohid-yakim-bi-buv-yogo-rozmir-i-chi-potriben-vin-v-ukrajini-ekspert-50093041.html>

Найпереконливіший аргумент проти гарантованого доходу висула права Швейцарська народна партія, заявивши, що Швейцарія зможе з легкістю дозволити собі таке нововведення, але тільки не за умов відкритого ринку робочої сили. «З відкритими кордонами це абсолютно немислимо, особливо в Швейцарії, де такий високий рівень життя, — зазначив Лузі Штам, член парламенту від Швейцарської народної партії. — Якщо ви кожному швейцарцю будете платити гроші, то мільйони людей захочуть переїхати до Швейцарії».

У Кенії експеримент проводили протягом 2017—2019 рр. Розмір виплат становив 20—30\$. За перші пів року добробут більшості громадян Кенії поліпшився. Багато кенійців зайнялися розвитком власного бізнесу, не покидаючи основної роботи. Майже 81 % кенійців заявили, що будуть заощаджувати гроші.

У класичному розумінні безумовний базовий дохід — це гарантований місячний дохід, який виплачує держава кожному громадянину без будь-яких умов протягом певного періоду часу. Такий дохід називають «безумовним», бо для отримання виплат мінімізуються всі бюрократичні перешкоди та не беруться до уваги вік, рівень доходів, здоров'я, сімейний стан чи будь-які інші умови. У цьому полягає суттєва відмінність такої виплати від інших видів соціального забезпечення. Безумовний базовий дохід може бути реалізований як на рівні держави, так і в окремому регіоні. Існують різні його форми: продуктові чи цільові картки, мінімальний набір товарів і послуг, безумовні базові послуги (освіта, медицина), грошова форма тощо.

В Україні також порушили цю проблему. Досліджують варіанти, способи, можливості та доцільність упровадження безумовного базового доходу. Так, було проведено дослідження щодо отримання пакету соціальних послуг і розрахунок грошової компенсації. З'ясувалося, що громадяни України отримали таких послуг на 52 млрд гривень (2900 грн на місяць на кожную дієздатну, працездатну особу). Можна запропонувати громадянам вибір: або вони отримують пакет послуг від держави на майже 3 тис. грн, або грошову компенсацію, за яку ці послуги докуповуватимуть.

Запитання і завдання до кейса

1. Назвіть аргументи «за» і «проти» щодо впровадження безумовного базового доходу.
2. Яким чином наявність гарантованого доходу може вплинути на ринок праці й на мотивацію працювати?
3. Чи можливе запровадження безумовного базового доходу в Україні у майбутньому? Відповідь аргументуйте.

11 Інфляція

11.1. Сутність інфляції

Ми заробляємо гроші і витрачаємо їх на товари та послуги, тому рівень цін значно впливає на наші витрати. Ми ходимо в супермаркет і купуємо товари, які нам необхідні. Уявіть собі, що ви прийшли за м'ясом і з'ясували, що ціна на нього зросла. Потім ви поглянули на інші товари і побачили, що ціни також змінилися в бік зростання. І проїзд у метро подорожчав. Чому ціни постійно зростають?

Ключові поняття

Інфляція — знецінення грошей, як наслідок — поступове зростання цін на товари та послуги.

Коли гривня знецінюється у вартості, зменшується її купівельна спроможність. Із часом, щоб придбати таку саму кількість товарів чи послуг, як раніше, потрібно буде значно більше гривень. Однак люди по-різному відчують вплив інфляції залежно від рівня доходів і споживчих звичок. Перелік благ, яким людина віддає пріоритет, доволі індивідуальний, а ціни на товари зростають нерівномірно¹.

Отже, показники інфляції демонструють, наскільки більше гривень треба буде витратити для купівлі певного товару.

¹ Інфляція [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://financer.com/ua/wiki/inflation/>

Робота з даними

Офіційну статистику з інфляції в Україні публікує Національний банк України. Наприклад, у травні 2022 р. зростання цін на харчові продукти та безалкогольні напої становило 2,7 % до попереднього місяця (квітень 2022 р.). Це означає, що ціни на ці споживчі товари за один місяць зросли на 2,7 %. Той пакет продуктів, що у квітні коштував 1000 грн, станом на кінець травня вже коштував 1027 грн.

Це начебто незначне здорожчання, але йдеться про короткостроковий показник інфляції. Якщо розглянути це явище за більший період, то виявиться справжня його сутність. Наприклад, у річному вимірі (від травня 2022 до травня 2021 р.) зростання цін на харчові продукти та безалкогольні напої за один рік зросли на 23,6 %¹. Пакет цих продуктів, який на початку 2021 р. коштував 1000 грн, у травні 2020 р. — уже 1236 грн.

1. Проаналізуйте споживчі ціни за останні 5 років.
2. Продемонструйте дані у вигляді діаграми.
3. Інтерпретуйте дані, поясніть динаміку та її причини.

Скорочення обсягу виробництва продукції або надання послуг за незмінного обсягу грошової маси в обігу — ключові причини інфляції. Якщо кількість продукції, виробленої в Україні, або обсяг наданих послуг зменшується, а кількість грошей залишається на одному рівні, то ціни на продукцію зростають — виникає інфляція.

Ключові моделі та теорії

Економісти виокремлюють два основних процеси, які викликають інфляцію, — зменшення кількості виробленої продукції та зростання кількості грошей в економіці.

Важлива умова стабільності цін полягає в дотриманні закону грошового обігу $PQ = MV$ (рівняння Фішера): сума всіх цін на товари та послуги завжди дорівнює сумі всіх грошей, помноженій на кількість «обертів» (M — кількість грошей, V — швидкість обігу, P — середній рівень цін, Q — загальний обсяг товарів).

¹ Національний банк України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/macro-indicators#1>

Коли державні витрати, наприклад бюджетні, зростають шляхом емісії (випуску нових гривень), теж виникає інфляція. Якщо певний товар перестають виробляти, ціни на нього також можуть зростати.

Ключові поняття

Інфляція попиту — тип інфляції, за якого зростання цін відбувається внаслідок раптового (шокового) збільшення доходів економічних суб'єктів, що спричиняє збільшення (збурення) сукупного попиту в економіці.

Інфляція витрат (пропозиції) — тип інфляції, за якого зростання цін відбувається внаслідок раптового (шокового) збільшення витрат на одиницю продукції виробників, що призводить до зменшення сукупної пропозиції.

Інфляція попиту виникає за умов, коли економіка зростає і зростають зарплати. Тоді населення може купувати більше, а отже, зростає попит. У такому разі виробники змушені підвищувати вартість продукції, щоб збільшити зарплату своїм працівникам і щоб не виникало дефіциту.

Інфляція пропозиції виникає за умов, коли виробник підвищує ціни через збільшення собівартості продукції: сировини або робочої сили. Також ціни зростають, коли з'являється дефіцит певного товару, великий попит на нього або коли на ринку є монополіст, який може впливати на ринкову вартість своєї продукції.

11.2. Вимірювання інфляції

Для визначення рівня (темрів) інфляції використовують «споживчий кошик» — набір товарів, що характеризує типовий рівень і структуру місячного (річного) споживання людини. Вміст споживчого кошика — хліб, м'ясо, молоко, яйця, олія, овочі та крупи, предмети гігієни, одяг, житло та ін. Український споживчий кошик містить 296 компонентів.

Основним показником, який характеризує динаміку інфляції, є *індекс споживчих цін (ІСЦ)* — індекс, що показує, як змінилися ціни за певний період (місяць, рік). Цей показник в усіх країнах вираховують статистичні державні органи приблизно

за однаковим методом. В Україні таку функцію виконує Державна служба статистики. Розраховують ІСЦ за формулою:

$$\begin{aligned} \text{ІСЦ} &= \frac{\text{Вартість споживчого кошика у поточних цінах}}{\text{Вартість споживчого кошика у цінах базового року}} = \\ &= \frac{\sum P_t \times Q_{t-1}}{\sum P_{t-1} \times Q_{t-1}} \times 100 \%, \end{aligned}$$

де P_{t-1} та P_t — ціни на товари в базовому (P_{t-1}) та поточному році (P_t), Q_{t-1} — кількість товарів у споживчому кошику.

Як ви вважаєте?

Чи бувають економіки без інфляції? Обґрунтуйте свою думку.

Темп інфляції (π) розраховують за такою формулою:

$$\pi = \frac{\text{ІСЦ}_t - \text{ІСЦ}_{t-1}}{\text{ІСЦ}_{t-1}}$$

Темп інфляції показує швидкість знецінення доходів населення: заробітної плати, пенсій, стипендій, вкладів у банк. Уряд зазвичай компенсує втрати населення від інфляції індексацією доходів.

11.3. Види інфляції за темпами

Залежно від темпів інфляції розрізняють помірну (повзучу), галопуючу та гіперінфляцію. *Помірна (повзуча) інфляція* — це зростання цін менш ніж на 10 % за рік. Таку інфляцію вважають «здоровою» для економіки. *Галопуюча інфляція* — 10—50 % на рік; її вважають «нездоровою», вона потребує регуляції держави. «Божевільну» інфляцію, яка становить більше 50 % на рік, називають *гіперінфляцією*.

Економіка у фокусі

Уявіть, що ви збирали гроші, аби придбати путівку. Однак ваш друг потрапив у складну ситуацію і попросив позичити накопичену суму. Друг повернув гроші через три місяці, але з'ясувалося, що тепер їх недостатньо, аби поїхати на відпочинок. Як можна пояснити цю ситуацію?

11.4. Наслідки інфляції

Інфляція завжди впливає на економічну поведінку суб'єктів економіки. Стабільні ціни або помірна інфляція сприяють зростанню заощаджень домогосподарств і підвищенню довіри до влади. Проте наслідком високої інфляції є зниження рівня життя громадян. Найбільше страждають найбідніші групи населення, які отримують фіксовану заробітну плату або соціальну допомогу від держави.

Галопуюча інфляція, коли ціни зростають на 10—50 % за рік, або гіперінфляція з підвищенням цін у десятки й сотні разів, призводять до прагнення людей якомога швидше позбутися грошей. Наприклад, у Німеччині у 1923 р. темп інфляції становив 29500 % на місяць. Протягом пів року вартість буханця хліба зросла з 250 до 200 млрд німецьких марок. Громадяни збирали зарплату у валізи та намагалися витратити її в той же день, бо через добу вона вже знецінювалася¹.

Отже, висока інфляція призводить до того, що всі грошові запаси поступово знецінюються². Якщо це відбувається прогнозовано, то ситуацію можна контролювати. Коли ж інфляція відбувається непередбачувано, тоді грошові запаси дуже знецінюються.

Разом із грошовими запасами знецінюються й цінні папери. Іноді навіть дохідні інвестиції можуть не давати реального доходу. Якщо, наприклад, звичайний банківський відсоток нижчий від рівня інфляції, то економічний добробут навіть тих, хто зберігає свої кошти на депозитах у банках, зменшується.

Унаслідок інфляції програють кредитори, продавці, експортери, працівники бюджетних підприємств. Емісія грошей може збільшити інфляцію, і вона може перетворитися на гіперінфляцію — фактичний крах економіки, коли підприємства банкрутують і закриваються, а населення витрачає всі кошти лише на товари першої необхідності.

¹ Гроші як сміття: 6 світових прикладів гіперінфляції [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://loyer.com.ua/uk/groshi-yak-smittya-6-svitovyh-prykladiv-giperinfljacziji/>

² Вальд Б. Інфляція: що це таке, як вона працює та як впливає на нас [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ucap.io/inflation-explained/>

Через високу інфляцію підприємці стикаються з ризиком не-прогнозованої зміни цін і уникають довгострокових інвестицій. Виробники прагнуть заощадити, знижуючи якість продукції.

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. Назвіть переваги та недоліки низької інфляції.
2. Подумайте, чи можна захиститися від інфляції.
3. Які чинники впливають на інфляцію витрат та інфляцію попиту?
4. Який зв'язок між купівельною спроможністю грошей та інфляцією?

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. Від чого залежить інфляція?
2. Назвіть види інфляції за темпами.
3. Як розраховують рівень і темп інфляції?
4. Що таке споживчий кошик і чому він важливий для розуміння інфляції?

КЕЙС

ЯК ДЕРЖАВА ЗАРОБЛЯЄ НА ДРУКУВАННІ ГРОШЕЙ?¹

В економічних дискусіях на різних рівнях часто йдеться про «друкарський верстат», за допомогою якого Національний банк України «друкує» гроші. Емісійні операції (випуск в обіг коштів або вилучення їх з обігу) є суттю діяльності центрального банку. Здійснюючи їх, він намагається забезпечити таку кількість грошей в обігу, яка необхідна для обслуговування процесу обміну товарами та послугами в економіці.

¹ Складено за: Як працює «друкарський верстат» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://news.dtkr.ua/finance/currency-and-securities/30795>; Вінокуров Я. Держава запустила «друкарський верстат», але це поки не впливає на ціни. Що буде далі? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/04/28/686351/>; Суков О. Інфляційний податок. Хто його платить і чому [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/inflyacionnyu-nalog-kto-ego-platit-i-rochemu-16032021-418926>

Саме тому обсяг емісії коштів розраховують на підставі прогнозних показників розвитку економіки: обсягу валового внутрішнього продукту, інфляції, параметрів бюджету тощо. І тому центральні банки не кредитують уряд для покриття бюджетного дефіциту, бо такі гроші не матимуть відповідного товарного покриття і призведуть до інфляції.

Вираз «друкарський верстат» є образним і запозиченим із минулих часів, коли гроші випускалися в обіг лише в готівковій формі. Наразі емісія грошей відбувається лише в безготівковій формі шляхом зарахування відповідної суми коштів на кореспондентські рахунки українських банків у Національному банку. Коли ж гроші вилучають з обігу, то відповідну суму, навпаки, списують із цих рахунків.

Що стосується готівкових грошей, то їх справді виготовляють за допомогою друкарського верстата в Банкотно-монетному дворі Національного банку України. Однак в обіг готівкові гроші випускають лише в обмін на безготівкові. На загальний обсяг грошей в обігу операції перетворення безготівкових коштів на готівкові не впливають.

Загальну суму коштів на кореспондентських рахунках банків, а також готівкових коштів, які перебувають в обігу, називають базовими грошима, або монетарною базою. Тобто це обсяг коштів, випущений на даний момент в обіг центральним банком.

Проте за умов війни Національний банк України через гостру необхідність у коштах на потреби оборони та підтримки населення був змушений вдаватися до емісії грошей. Якщо обирати між високою інфляцією, яку спричинить «друк» гривні, та відсутністю коштів на оборону країни, то вибір на користь емісії став очевидним.

З іншого боку, за умов війни першопричиною інфляції є наразі дефіцит державного бюджету. Цей дефіцит уряд покриває шляхом емісії грошей, включаючи «друкарський» верстат. У результаті цього кількість грошей в економіці зростає, вони частково знецінюються, і при цьому власники грошових знаків (населення і бізнес) втрачають у купівельній спроможності, «сплачуючи» інфляційний податок. Водночас уряд отримує дохід у вигляді надрукованих грошей (сеньйораж), оскільки внаслідок емісії вся нова валюта надходить до державної скарбниці.

Запитання до кейса

1. Чому Національному банку України заборонено фінансувати видатки уряду?
2. Чому необхідна додаткова емісія грошей за кризових умов і під час воєнного стану?
3. Як ви розумієте сутність інфляційного податку та сеньйоражу? Хто його платить і чому?

12 Сукупний попит і сукупна пропозиція

12.1. Макроекономічний кругообіг

Економістів, які розглядають економіку як єдине ціле, називають *макроекономістами*, оскільки вони вивчають загальну поведінку людей і підприємств у національній економіці.

Ключові моделі та теорії

Економістів, які вивчають національну економіку, можна вважати водночас детективами і лікарями. Детективи ретельно збирають докази й формують гіпотези про те, що могло статися на місці події; відтак — здійснюють перевірку гіпотез. Економісти також збирають дані (по країнах і за певний час) та намагаються зробити висновок про ймовірний зв'язок між державними витратами й іншими макроекономічними змінними (наприклад, інфляцією, безробіттям і реальним ВВП). Вони намагаються зрозуміти, чому одні країни багаті, а інші бідні, що спричиняє зростання цін на товари, що є причиною безробіття і чи можна щось зробити для його зниження.

Досліджувати макроекономічні проблеми дуже складно, оскільки вони залежать від великої кількості різноманітних агентів (споживачів, підприємств, уряду). Тому економісти спочатку вивчають спрощені моделі, припускаючи, наприклад, що всі домогосподарства однакові. Коли на основі їх вивчення виникають обґрунтовані припущення, вони почи-

нають ускладнювати моделі поступово, щоб побачити, чи зміниться ситуація¹ (рис. 12.1).

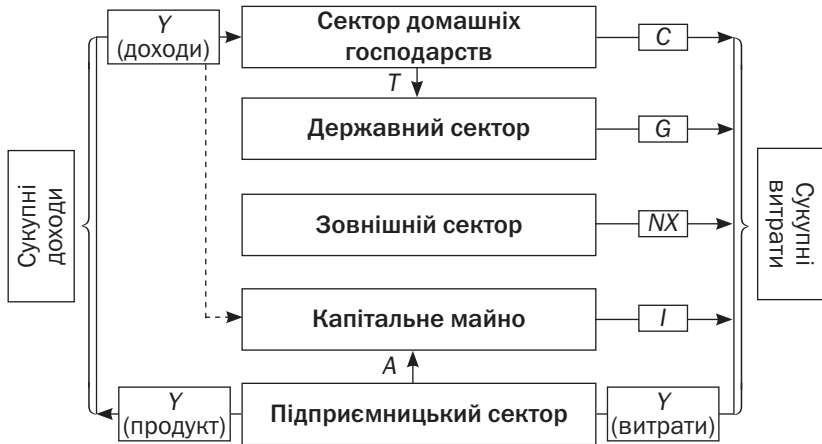


Рис. 12.1.

Макроекономічний кругообіг у відкритій економіці із зовнішнім сектором²

Однією з найпростіших є *модель кругообігу економічної діяльності*. Вона дає загальне уявлення про те, як економічні суб'єкти взаємодіють на різних ринках, обмінюючись товарами та послугами, виробничими ресурсами і грошима.

Макроекономічний кругообіг — це потік ресурсів і продуктів, урівноважений відповідним рухом доходів та витрат.

Сьогодні більшість економік є *змішаними відкритими економіками*, що віддзеркалює факт існування зв'язків національної економіки із зовнішнім світом через:

- зовнішні торговельні зв'язки, які охоплюють імпорт (*IM*) та експорт (*EX*) товарів і послуг;

¹ Підручник з економіки. 10 клас [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uahistory.co/pidruchniki/krypska-economy-10-class-2018-profile-level/39.php>

² Макроекономіка: базовий електронний текст лекцій [Електронний ресурс] / укладачі: проф. Малий І. Й., проф. Радіонова І. Ф., доц. Куценко Т. Ф., доц. Федірко Н. В. та ін. — Київ : КНЕУ, 2017. — 200 с. Режим доступу: http://feu.kneu.edu.ua/ua/depts4/mdu/disciplines_of_bachelor_level_mdu/macroeconomics/

- міжнародні фінансові зв'язки, що охоплюють операції з отримання позик і надання кредитів, з купівлі-продажу реальних і фінансових активів (нерухомості, цінних паперів тощо).

Макроекономічний кругообіг у змішаній відкритій економіці як теоретична модель відображає загальну економічну рівновагу, умовами якої є пропорції (співвідношення), дотримання яких забезпечує неперервне функціонування економіки та демонструє її цілісність.

12.2. Сукупний попит

Макроекономічний аналіз поведінки ринку товарів та послуг здійснюють за допомогою сукупних змінних, до яких належить сукупний попит.

Ключові поняття

Сукупний попит (AD) — обсяг виробництва товарів, який споживач готовий колективно придбати за існуючого рівня цін, тобто це сума коштів, які економічні суб'єкти планують витратити на товари вітчизняного виробництва.

Кількісно сукупний попит визначають плановим рівнем витрат в економіці (12.1):

$$AD = Y = C + I + G + NX, \quad (12.1)$$

де *AD* (*Aggregate Demand*) — сукупний попит; *C* (*Consumption*) — споживчі витрати; *I* (*Investment*) — валові внутрішні приватні інвестиції; *G* (*Government Spending*) — державні закупівлі товарів і послуг; *NX* (*Ex — Im*) (*Net Export*) — чистий експорт; *Ex* (*Total Exports*) — експорт; *Im* (*Total Imports*) — імпорт.

До чинників, що визначають сукупний попит, належать: рівень цін, доходи населення і його наміри щодо майбутнього, податки, інвестиції підприємств тощо. Визначальний серед зазначених чинників — загальний рівень цін. Що нижчий цей показник, то більшу частину реального обсягу національного виробництва захочуть придбати населення, підприємства, уряд, а також іноземні споживачі. Серед важливих цінових

чинників — ефект багатства, ефект відсоткової ставки та ефект чистого експорту (табл. 12.1).

Таблиця 12.1

Цінові чинники сукупного попиту

<p>Ефект багатства (доходу)</p>	<p>Зі зростанням цін купівельна спроможність зменшується.</p> <p>Власники доходів відчують себе реально біднішими.</p> <p>Люди починають більше заощаджувати, менше витратити.</p> <p><i>Зменшується сукупний попит</i></p>
<p>Ефект відсоткової ставки</p>	<p>Зі зростанням загального рівня цін покупцям потрібно більше грошей для купівельних операцій.</p> <p>Зростає попит на гроші, що, за незмінної пропозиції грошей, викликає підвищення відсоткової ставки.</p> <p>Відбувається скорочення обсягу інвестицій та споживання за рахунок кредиту.</p> <p><i>Зменшується сукупний попит</i></p>
<p>Ефект чистого експорту (валютного курсу)</p>	<p>Якщо в національній економіці ціни зростають швидше, ніж ціни на імпортовані товари, то вітчизняні споживачі куплятимуть імпортні товари.</p> <p>Водночас товари вітчизняного експорту втрачатимуть конкурентні переваги за кордоном, тому чистий експорт почне зменшуватися.</p> <p><i>Зменшується сукупний попит</i></p>

На величину сукупного попиту впливають також чинники, не пов'язані зі зміною рівня цін. Неціновими чинниками сукупного попиту є різноманітні *шоки* — раптові зміни умов рівноваги на ринках, викликані заходами економічної політики, зовнішньоекономічними, політичними та природними чинниками.

12.3. Сукупна пропозиція

Другою змінною макроекономічного аналізу є сукупна пропозиція.

Ключові поняття

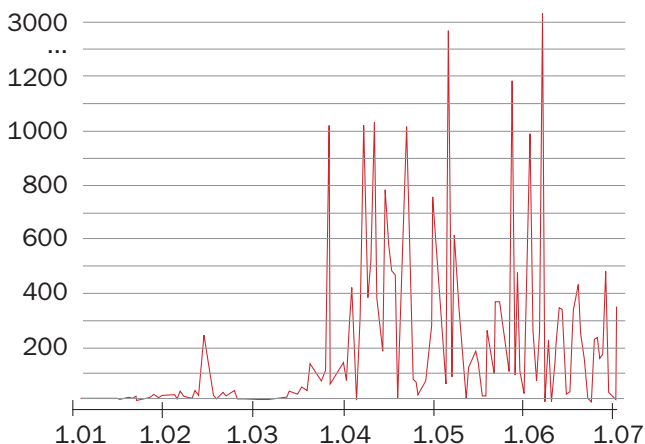
Сукупна пропозиція (AS) — загальний обсяг товарів та послуг в економіці, який може бути запропонований фірмами за певного рівня внутрішніх цін.

Зв'язок між рівнем цін та обсягом сукупної пропозиції залежить від тривалості періоду, протягом якого взаємодіють сукупний попит і пропозиція, ціни і витрати у виробництві.

Сукупну пропозицію обчислюють протягом року, оскільки зміни в пропозиції зазвичай відстають від змін попиту. Зростання цін є показником того, що підприємствам необхідно розширювати виробництво, щоб задовольнити вищий рівень сукупного попиту. Коли попит зростає за умов постійної пропозиції, споживачі змагаються за наявні товари і, отже, платять вищі ціни. Ця динаміка спонукає фірми збільшувати обсяг виробництва, щоб продати більше товарів. Як наслідок — збільшення пропозиції змушує нормалізувати ціни, а обсяги виробництва залишаються на підвищеному рівні.

Економіка у фокусі

Кількість медичних масок, закуплених через Prozorro (тис. шт.)



1. Проаналізуйте графік закупівель медичних масок навесні 2020 р.¹. Поясніть причини таких сплесків.
2. Наведений графік характеризує попит чи пропозицію?

На сукупну пропозицію безпосередньо впливають такі чинники: зміни розміру та якості робочої сили, технологічні інновації, підвищення заробітної плати, збільшення виробничих витрат, зміни податків виробників, субсидій та зміни інфляції.

Як ви вважаєте?

Аутсорсинг або автоматизація мають позитивний чи негативний вплив на сукупну пропозицію?

12.4. Макроекономічна рівновага

Ринковий механізм постійно створює передумови як для порушення, так і для відновлення економічної рівноваги.

Ключові поняття

Макроекономічна рівновага — стан національної економіки, коли сукупний попит і сукупна пропозиція, виробництво і споживання є збалансованими, тобто існує пропорційність між ресурсами та їх використанням.

У ситуації макроекономічної рівноваги реальний ВВП, що спостерігається в економіці, і загальний рівень цін такі, що немає жодних стимулів для збільшення або зниження цін. Це за умови, що всі інші детермінанти пропозиції і всі інші детермінанти сукупного попиту залишаються незмінними².

Відхилення від стану рівноваги, спричинені впливом внутрішніх та зовнішніх чинників, автоматично задіюють сили, які прагнуть до збалансованості.

¹ Пилипенко Я. Закупівлі масок у Prozorro: як змінювались ціни [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://dozorro.org/blog/yak-zminyuvalisya-cini-na-medichni-maski-v-prozorro-protyagom-piv-roku>

² Макроекономічна рівновага [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://knoow.net/uk/ekonomika-i-biznes/ekonomika>

Робота з даними

Індекс с/г виробництва



1. Проаналізуйте динаміку сільськогосподарського виробництва у 2021 р.¹ (всі дані представлені у відсотках до аналогічного місяця 2020 р.). Поясніть динаміку.
2. Які чинники впливають на сукупний попит та сукупну пропозицію сільськогосподарської продукції?

Однією з найпоширеніших моделей сучасного тлумачення макроекономічної ринкової рівноваги є *модель AD–AS*. Вона дає змогу об'єднати або агрегувати всі окремі ринки в єдиний загальний ринок країни і об'єднати тисячі окремих цін у єдину сукупну ціну; зібрати рівноважну кількість окремих товарів та послуг у єдине ціле і назвати його реальним обсягом національного виробництва².

Взаємодія та взаємозв'язок між сукупним попитом (*AD*) та сукупною пропозицією (*AS*) здійснюється через систему цін: точка перетину кривих сукупного попиту і сукупної пропозиції

¹ Звіт Національної Асоціації банків України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://nabu.ua/ua/silke-gospodarstvo-2.html>

² Сукупний попит та фактори, що його визначають [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://voz.wunu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/03/script-8.pdf>

ції визначає рівноважний рівень цін і рівноважний реальний внутрішній обсяг виробництва.

Модель $AD-AS$ дає змогу встановити причини коливання рівня цін і реальних обсягів національного виробництва, розкриває взаємозв'язок між ними та економічною політикою; пояснює такі явища, як інфляція, безробіття, ділові цикли. Цю модель застосовують для прогнозування впливу на економіку різноманітних чинників, для планування й координації заходів економічної політики в короткостроковому і довгостроковому періодах.

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. Назвіть основні універсальні економічні цілі й ті, що притаманні лише Україні.
2. Укажіть, які цінові чинники впливають на сукупний попит і сукупну пропозицію.
3. Які зміни в нецінових чинниках впливають на сукупний попит?
4. Які нецінові чинники впливають на сукупну пропозицію?
5. Чому майже неможливо досягти макроекономічної рівноваги?

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. Дайте визначення кругообігу доходів та витрат у національній економіці.
2. Чим сукупний попит відрізняється від індивідуального?
3. Макроекономічна рівновага — це...
4. Назвіть компоненти сукупних витрат.

КЕЙС

СПОЖИВЧИЙ ПОПИТ І ДОБРОБУТ

Вплив добробуту на споживчий попит проявляється через зміну цін на фінансові активи та нерухомість. Різке зростання цін на нерухомість і цінні папери підвищує попит на них, що зумовлює зменшення попиту на споживчі товари та послуги (ламана зміститься ліворуч), і навпаки.

Глибока диференціація доходів у суспільстві зменшує обсяг споживчих витрат і зміщує ламану споживчого попиту ліворуч. Це спричиняється тим, що, по-перше, глибока диференціація доходів озна-

чає, що частка осіб із досить високими доходами незначна, а частка з низькими доходами — велика. По-друге, у міру стрімкого зростання доходів схильність до споживання знижується (це стосується найбагатших), а можливості бідних розширювати споживання обмежені їхніми низькими доходами.

Наявність заборгованості та її обсяг щодо зобов'язань зменшує поточний споживчий попит, зміщує ламану ліворуч. Зменшення боргу або його відсутність зміщує її праворуч. Очікування споживачів впливають на їхню поведінку залежно від того, які вони — оптимістичні чи песимістичні. Так, якщо споживачі очікують падіння рівня реальних доходів, то їх попит буде зменшуватися, і навпаки. Отже, оптимістичні очікування зміщують криву споживчого попиту праворуч, а песимістичні — ліворуч.

У таблицю внесено нецінові чинники, які впливають на динаміку основних компонентів AD .

Чинники	Компонент AD	Зміна
Збільшення населення	Споживання	Збільшення через зростання чисельності споживачів
Скорочення пропозиції грошей		
Підвищення індивідуальних податків		
Скорочення виробництва в інших країнах		
Підвищення цін на житлові будинки		

Запитання і завдання до кейса

1. Заповніть таблицю. У другому стовпчику вкажіть відповідний компонент сукупного попиту (AD), у третьому — характеристику його зміни (за прикладом).
2. Знайдіть приклади (у відкритих джерелах) впливу зазначених чинників та реакції ринку на цей вплив.
3. Що таке сукупний попит?

13 Економічне зростання

13.1. Цілі економічної політики держави

Ринкова економіка є найефективнішою формою організації суспільного виробництва. Але вона — нестабільна система, що проявляється через наявність безробіття, інфляцію, непостійний темп економічного зростання. Ринковий механізм здатний боротися з кризовими явищами в економіці, наприклад через конкуренцію між покупцями та продавцями, однак через недосконалість цього механізму виникають ситуації, у яких не обійтися без втручання держави¹.

Ключові поняття

Державне регулювання економіки — сукупність закономірних дій, правил застосування різних методів та засобів впливу, спрямованих на досягнення цілей державної економічної політики.

Призначення економічної політики держави — сприяти природному еволюційному економічному розвитку, запобігати зловживанням економічною владою з боку окремих осіб, груп, підприємств, а також кризовим явищам в економіці.

Залежно від конкретних обставин цілі економічної політики можуть і повинні змінюватися, гнучко реагувати на

¹ Мельничук К. Чи повинна держава втручатися в економіку? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://conferencekneu.wordpress.com/2017/05/01>

фактичний стан економіки, її проблеми та суперечності¹. Показниками ефективності економічної політики є економічне зростання, ефективна зайнятість, стабільність цін, економічна ефективність, економічна свобода, соціальна безпека.

Отже, економічне зростання — провідна ціль і показник економічної політики. Адже саме від цього зростання передусім залежать потенційні можливості будь-якої країни щодо забезпечення життєвого рівня свого народу². Основна мета економічного зростання — підвищення національного добробуту. Що вищий виробничий потенціал країни, то вищі темпи економічного зростання, то вищий рівень та якість життя населення країни³.

Ключові поняття

Економічне зростання — кількісна характеристика змін параметрів економічної системи: збільшення валового внутрішнього продукту (ВВП), обсягів споживання, сукупного попиту, робочої сили, населення, капіталу, інвестицій тощо, які зазвичай сприяють соціально-економічному розвитку.

Економічний розвиток — виникнення якісних змін в економічній системі суспільства, які зумовлюють підвищення ефективності її функціонування та удосконалення базових елементів основних структур.

Економічне зростання варто відрізнити від економічного розвитку. Політичні та військові потрясіння, соціальні конфлікти, екологічні катастрофи можуть призупинити розвиток економіки будь-якої країни, відкинути її на кілька десятиліть назад, а іноді призвести і до остаточної загибелі, як це було з давніми цивілізаціями.

В основі розвитку економіки — досягнення науки, технічного прогресу, розширення їхнього технологічного застосування, що дає змогу частково заміщувати дефіцитні ресурси,

¹ Розвиток економічної та соціальної політики [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://osvita.ua/vnz/reports/politolog/17433/>

² Необхідність регулюючої ролі держави в ринковій економіці [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.cpk.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=455

³ Економічні цикли [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://disted.edu.vn.ua/courses/learn/12949>

знижувати загальну ресурсоемність виробництва, дотримуватися екологічних вимог і обмежень. Усе це впливає на обсяги та структуру виробництва і ВВП.

Економічний розвиток передбачає таку поведінку та зростання здібностей працівників, які б утверджували новітні технології; він ґрунтується на сучасній освіті, інфраструктурі та інституціях; означає систематичне і довготривале поліпшення матеріальних та духовних умов життя людей на основі зростання продуктивності праці й капіталу.

Водночас у суспільстві змінюються стандарти рівня життя, освіти, культури, охорони здоров'я, інформаційного забезпечення населення і бізнесу, формуються нові й розвиваються традиційні потреби суспільства. Зростає роль міжнародного наукового співробітництва, наприклад в освоєнні космічного простору, в галузі генетики та енергетики майбутнього. Отже, соціально-економічний розвиток на тривалих часових інтервалах можна розглядати як прогресивний, поступальний процес.

Як ви вважаєте?

Чи може впливати на вибір шляху економічного зростання географічне розташування держави?

Отже, економічне зростання є однією з характеристик економічного розвитку і розглядається як важлива економічна мета, оскільки збільшення національного продукту з розрахунку на одну людину означає підвищення рівня її життя.

Економічне зростання визначають і вимірюють двома способами:

- збільшення реального ВВП за певний проміжок часу;
- збільшення реального ВВП на одну особу за той же період.

Робота з даними

Орендна плата	24	Індивідуальні податки	41
Державні закупівлі товарів і послуг	105	Нерозподілений прибуток	4
Доходи, отримані за кордоном	12	Витрати на особисте споживання	325
Імпорт	10	Експорт	57

Продовження таблиці

Податок на прибуток корпорацій	9	Внески на соц. страхування	43
Відсотки за державними облігаціями	19	Доходи від власності	63
Трансфертні платежі	16	Заробітна плата	382
Валові інвестиції	76	Непрямі податки на бізнес	11
Дивіденди	18	Відсоткові платежі	25
Доходи, отримані іноземцями	8	Вартість спожитого капіталу (амортизація)	17

1. Визначте ВВП (за витратами).
2. Визначте ВВП (за доходами).

Основні фактори економічного зростання — кількість і якість природних ресурсів, кількість і якість трудових ресурсів, обсяг основного капіталу і технологій. Ці фактори економічного зростання називають *факторами пропозицій*. Саме вони уможливають зростання виробництва. Тільки доступність великої кількості кращих за якість ресурсів, у т. ч. передовий технологічний потенціал, дає змогу збільшувати виробництво реального продукту. Збільшення виробничих можливостей та зростання потенційного ВВП пов'язані або зі зміною кількості ресурсів, або зі зміною їхньої якості.

З огляду на це виокремлюють два типи економічного зростання:

- 1) екстенсивний тип економічного зростання — економічне зростання, зумовлене збільшенням кількості ресурсів, простим додаванням факторів виробництва (залучення до виробництва нових земель, збільшення кількості працівників, будівництво фабрик та заводів, розроблення нових родовищ корисних копалин);
- 2) інтенсивний тип економічного зростання — економічне зростання, пов'язане з удосконаленням якості ресурсів, використанням досягнень науково-технічного прогресу, підвищенням кваліфікації працівників, навчанням

сучасних методів ведення бізнесу тощо. Наприклад, за рахунок нових технологій і виробництва високотехнологічної продукції для світового ринку досягли економічного успіху країни, які свого часу були дуже бідними. Серед них Японія, Корея, Тайвань, Сінгапур, Китай, Мальта¹.

13.2. Економічна нестабільність та бізнес-цикли

Здорова економіка характеризується зростанням, стабільністю цін, високим рівнем зайнятості та довірою споживачів. Підприємства можуть бути конкурентоспроможними і не страждати від впливу величезних монополій, а середніх доходів достатньо для задоволення громадянами своїх потреб. Більшість людей навіть можуть дозволити собі деякі предмети розкоші. Однак коли економіка стає нестабільною, ціни зростають, люди втрачають довіру і починають боротися, щоб просто вижити.

Ключові поняття

Економічна нестабільність — стан економіки, за якого хоча б один із чинників, що впливають на неї, виходить з рівноваги².

Існує дві групи передумов макроекономічної нестабільності:
— зовнішні (природні, воєнно-політичні тощо);
— внутрішні (циклічність розвитку економіки).

Циклічність — це форма розвитку економіки як єдиного цілого, рух від однієї макроекономічної рівноваги до іншої. Її можна розглядати як один із способів саморегулювання ринкової економіки.

¹ Новіков В. Україна поїдання, а не розвитку. Чому нам потрібні нові технології? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/09/18/651678/>

² Economic Instability: Definition & Examples [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://study.com/academy/lesson/economic-instability-definition-examples.html>

Ключові поняття

Економічний цикл (бізнес-цикл) — послідовність піднесень і спадів ділової активності протягом кількох років, рух суспільного виробництва від одного економічного підйому до іншого, який постійно повторюється на фоні загальної тенденції до зростання.

У загальному вигляді економічний цикл — це результат коливання різних показників економічної активності (темпів зростання ВВП, загального обсягу продажів, загального рівня цін, рівня безробіття, завантаження виробничих потужностей тощо)¹ (рис. 13.1).

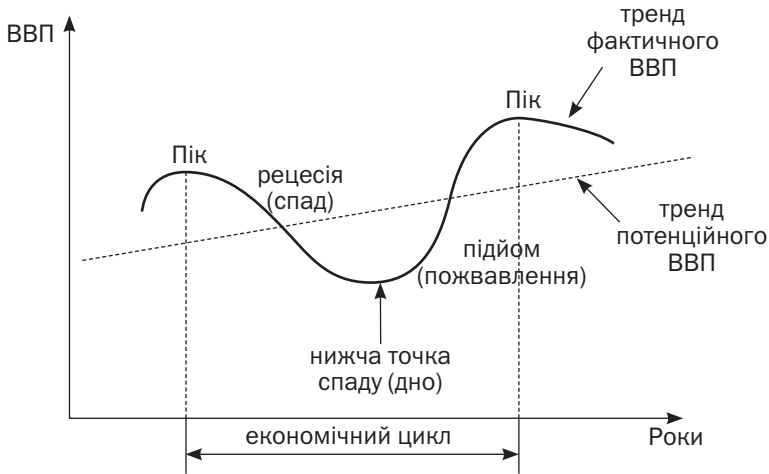


Рис. 13.1.
Фази економічного циклу

Економіка ніколи не перебуває в стані спокою². Піднесення змінюється спадом (кризою). Обсяги ВВП, зайнятості й виробництва скорочуються. Ціни і прибутки знижуються, безробіт-

¹ Макроекономічна нестабільність економічного розвитку [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://tk.znu.edu.ua/nmk/Lec_et_8.pdf.com/academy/lesson/economic-instability-definition-examples.html

² Основні принципи макроекономічної нестабільності [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/21954/

тя і кількість банкрутств зростають. За спадом виникає депресія. Зрештою досягається певна критична точка, після якої починається поживлення. Відновлення може бути повільним або швидким, однак рівень виробництва підвищується, а зайнятість зростає. Поживлення характеризується зростанням темпів приросту цін. Після досягнення в економіці повної зайнятості, тобто повного використання виробничих ресурсів, економіка переходить до фази піднесення. Нова смуга піднесення може означати тривалий, стійкий рівень поживленого попиту, збільшення кількості вільних робочих місць, підвищення життєвого рівня населення або ж швидке роздування цін і зростання спекуляції, що можуть спричинити нову кризу.

Економіка у фокусі

В історії людства економічні кризи первісно відбувалися у формі криз недовиробництва аграрної продукції, від середини XIX ст. — недоспоживання, пов'язаного із порушенням рівноваги між промисловим виробництвом та платоспроможним попитом¹.

Найбільшими світовими економічними кризами у XX та XXI ст. були Велика депресія (1929—1933), азійська фінансова криза (1998), фінансово-економічна криза (2008—2009), економічна криза, спричинена пандемією коронавірусу (2020). Україна після здобуття незалежності також пережила низку власних економічних криз: трансформаційну кризу (перехід з планової економіки на ринкову), кризи в 1990-х, у 2004 р., у 2014—2015 рр.; кризу у 2022 р. внаслідок російської війни проти нашої держави.

13.3. Економічне відновлення

Економічне відновлення відбувається після рецесії, коли економіка пристосовується і відновлює частину втрачених прибутків, а потім урешті-решт переходить до справжнього розширення, коли зростання прискорюється і ВВП починає рухатися до нового піку.

¹ Економічна криза [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=18776

Ключові поняття

Економічне відновлення — стадія ділового циклу після спаду, який характеризується тривалим періодом поліпшення ділової активності.

Зазвичай під час відновлення економіки валовий внутрішній продукт і доходи зростають, а безробіття знижується — економіка відновлюється.

Ключові моделі та теорії

Антициклічне регулювання економіки вперше було застосовано під час Великої депресії 1929—1933 рр. Держава організувала громадські роботи для безробітних, закуповувала надлишки продукції, надавала допомогу постраждалим компаніям, здійснювала виплати безробітним. Перші теоретичні засади антициклічного регулювання були розроблені Дж.-М. Кейнсом, Р. Гарродом, Е.-Г. Гансеном, А.-Ф. Бернсом та ін.

Під час відновлення економіки відбувається процес економічної адаптації та адаптації до нових умов, охоплюючи чинники, які спочатку спричинили рецесію, і нову політику та правила, розроблені урядами й центральними банками у відповідь на неї. Робоча сила, капітальні блага та інші виробничі ресурси, пов'язані з бізнесом, який зазнав краху в період рецесії, переорієнтовуються на нові види діяльності.

За рецесії багато підприємств припиняють свою діяльність або скорочують її, щоб зменшити витрати за умов зменшення попиту на їхню продукцію. Працівників звільняють, ділові активи продають, весь бізнес може бути ліквідований. Праця та капітал як фактори виробництва переживають період безробіття. Більшість працівників та капітальних активів урешті-решт переходять до інших підприємств, які можуть використовувати їх продуктивно. Іноді це схоже на їх попереднє використання, а іноді виникають нові робочі місця та напрями бізнесу. Цей процес і є відновленням економіки, своєрідним одужанням, за якого неефективні підприємства ліквідовуються, а інвестиції перерозподіляються для більш вигідного використання.

Відновлення може змінити всю структуру економічної діяльності, іноді різко, а іноді ледь помітними способами. Економіка долає проблеми шляхом перерозподілу, переробки та

повторного використання ресурсів на нові цілі. Це схоже на те, як організм розщеплює мертві та пошкоджені тканини після травми, щоб виробляти нові, здорові клітини.

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. Укажіть, чим різняться екстенсивний та інтенсивний темпи економічного зростання.
2. Які причини породжують економічну нестабільність?
3. Чому відновлення економіки часто порівнюють з одужанням людського організму?
4. Що в період спаду може стимулювати піднесення?
5. Поясніть, чому економічний розвиток є циклічним.

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. Назвіть фази економічного циклу.
2. Назвіть причини економічних криз.
3. Як можна виміряти економічне зростання?
4. Які найважчі економічні кризи трапилися у світовій економіці та в Україні?

КЕЙС

ЕКОНОМІЧНІ КРИЗИ ТА ЇХНІ ПРОЯВИ¹

Одним із перших проявів Великої депресії став обвал біржі в 1929 р. 29 жовтня біржа втратила понад 14 млрд доларів. Це еквівалентно 500 мільярдам доларів на сьогоднішній день. Сума перевищувала річний федеральний бюджет більш ніж у 10 разів. Падіння біржі хоч і стало початком депресії, але швидше крах викликало те, що підприємці, які дізналися про стрімку втрату грошей, кинулися в банки, щоб знімати з рахунків чесно нажиті долари. Це спричинило повний обвал і численні банкрутства.

Хоча в березні 1930 р. президент США Герберт Гувер зробив офіційну заяву, в якій ішлося про те, що найгірше вже позаду і економіка країни відновлюється, найгірше тільки починалося.

¹Цікаві факти про Велику депресію [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://dovidka.biz.ua/tsikavi-fakti-pro-veliku-depresiyu/>

Американці зненавиділи свого президента. Ті, хто залишився без даху над головою, називали халупи, у яких доводилося ночувати, на честь президента — гувервіле. Часто використовували вирази «гуверівська юшка», «гуверівська ковдра», «гуверівські свині» тощо.

Чиказький гангстер Аль Капоне здобув популярність серед «простих людей», бо відкрив у той період безкоштовну їдальню. Для тисяч людей це було єдине місце, де вони могли поїсти.

Велика депресія США започаткувала новий напрям у моді для жінок: тонка талія, низький каблук і мінімум косметики. Модельєри створили новий образ без необхідності оновлювати гардероб.

Під час депресії рівень безробіття становив понад 25 %, тобто роботу мала тільки кожна четверта людина. Однак навіть ті, хто працював, були змушені вести злиденне існування через те, що зарплату урізали майже втричі, а ціни на продовольство і одяг виросли прямо пропорційно. Коли почалася Друга світова війна, рівень безробіття, за офіційними даними, знизився до 10 %. «Чорне» населення потерпало найбільше — їм скорочували зарплату найбільше і звільняли першими.

Майже всі підприємці й фермери в період Великої депресії збанкрутували, багато людей скоювали тяжкі злочини. Знамениті бандити того часу Боні і Клайд стали майже національними героями, незважаючи на те що грабували і вбивали.

У ці роки в кіно ходило більше 65 % американських громадян. Щотижня кінотеатри збирали майже 80 мільйонів людей. Популярними фільмами були «Віднесені вітром», «Чарівник країни Оз» і «Кінг Конг».

Запитання і завдання до кейса

1. Дайте характеристику Великій депресії 1930-х рр. (причини, прояви, наслідки).
2. Як соціально-психологічний стан людей впливає на економічний стан економіки?
3. Як економічні процеси впливають на соціальні процеси (моду, прихильність, звички)?

14 Світова економіка

14.1. Міжнародна торгівля

Сучасне життя неможливо уявити без різноманіття товарів і послуг, вироблених в усьому світі. Бразильська кава, польські яблука, японські автівки, американські гаджети, незліченна кількість китайських товарів — усе це можна купити і в українських магазинах або через інтернет-торгівлю.

Ключові поняття

Міжнародна торгівля — обмін товарами та послугами через міжнародні кордони чи території.

У світі не існує нації чи країни, які могли б жити без співпраці з іншими націями і країнами, тобто в абсолютному економічному вакуумі. Археологи постійно знаходять речі, що свідчать про існування різноманітних економічних зв'язків. Міжнародні економічні відносини існували не тільки між сусідами, а й між народами різних континентів. Особливої ваги набуло економічне, соціальне та політичне значення міжнародної торгівлі в останні десятиліття.

Міжнародна торгівля є формою відносин між товаровиробниками різних країн, вона виникає на основі міжнародного поділу праці й виражає їхню взаємну економічну залежність¹.

¹ The Meaning and Definition of Foreign Trade or International Trade — Explained! [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.yourarticlelibrary.com/foreign-trade/the-meaning-and-definition-of-foreign-trade-or-international-trade-explained/5972>

У більшості країн міжнародна економічна діяльність формує значну частку валового внутрішнього продукту (ВВП), оскільки вони активно торгують між собою. Вона допомагає згладити нерівномірний розподіл природних, людських, інвестиційних ресурсів між країнами світу, сприяє ефективному виробництву різноманітних товарів, яке потребує різноманітних технологій чи комбінації ресурсів.

Економіка у фокусі

Японія має якісну робочу силу; кваліфікована праця в цій країні коштує дешево, оскільки є в надлишку. У зв'язку із цим Японія спроможна ефективно виробляти (з низькими витратами) різноманітні товари, використовуючи багато кваліфікованої праці: фотокамери, смартфони, автомобілі преміум-класу та ін.

Австралія, навпаки, володіє великими земельними просторами, але недостатньою кількістю людських ресурсів і капіталу, тому дешево виробляє такі товари, як пшениця, вовна, м'ясо тощо.

Бразилія має родючі ґрунти і надлишок некваліфікованої робочої сили, тропічний клімат зумовлює рясні опади — це означає, що там є все необхідне для виробництва дешевої кави.

1. На виробництві яких товарів спеціалізується Україна?
2. Які товари визначають спеціалізацію економіки країн-сусідів України?
3. Як спеціалізація економіки України позначається на її зовнішній торгівлі?

Отже, всі країни потребують товарів і послуг, щоб задовольнити потреби внутрішнього ринку. Їх виробництво потребує ресурсів, однак у кожній країні вони обмежені. Жодна країна не має змоги виробляти всі потрібні їй товари та послуги, тому купує в інших країн те, чого не вистачає для задоволення потреб економіки і населення (табл. 14.1).

Таблиця 14.1

Основні показники міжнародної торгівлі

Показники	Характеристика
Показники масштабу	1. Експорт — вивезення за кордон країни товарів, призначених для продажу на іноземних ринках або для переробки в інших країнах.

Продовження таблиці 14.1

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Імпорт — ввезення з-за кордону товарів, послуг і результатів інтелектуальної діяльності, призначених для реалізації на внутрішньому ринку. 3. Зовнішньоторговельний оборот — сума вартості експорту та імпорту країни або групи країн за визначений період часу
Показники структури	<ol style="list-style-type: none"> 1. Товарна структура торгівлі — співвідношення часток конкретних товарів у структурі експорту, імпорту та зовнішньої торгівлі. 2. Географічна структура торгівлі — співвідношення часток окремих країн та їх груп у структурі експортно-імпортних операцій країни. 3. Видова структура торгівлі — розподіл за видами товарного обміну (частка товарних потоків, які реалізують каналами традиційної, зустрічної торгівлі або торгівлі коопераційною продукцією)
Показники результативності	<ol style="list-style-type: none"> 1. Усі види сальдо платіжного балансу за відповідними статтями (сальдо торговельного балансу, сальдо балансу послуг і некомерційних операцій, сальдо балансу за поточними операціями). 2. Індекс «умови торгівлі» — співвідношення темпів зростання експортних та імпортних цін даної країни. Якщо показник менший від одиниці, то це свідчить про випереджальні темпи зростання експортних цін проти імпортних, тобто про здобуття країною позитивного ефекту від зовнішньої торгівлі. 3. Обсяги експорту, імпорту та зовнішньоторговельного обороту на душу населення — сума вартості проданої, купленої на зовнішньому ринку продукції, а також експорту та імпорту загалом. 4. Експортна, імпортна та зовнішньоторговельна квоти — питомі частки експорту, імпорту і зовнішньоторговельного обігу у ВВП країн

14.2. Міжнародна спеціалізація

Обмін товарами між економічними суб'єктами різних країн (зовнішня торгівля), як і обмін у межах національного господарства, дає їм змогу досягати своїх економічних цілей. Зовнішня торгівля уможливорює спеціалізацію у виробництві конкретних видів продукції й використанні виробничих переваг (переваг спеціалізації), які здобувають і суб'єкти економіки, і країни.

Ключові поняття

Міжнародна спеціалізація виробництва — спеціалізація країн на виробництві конкретних видів продукції або послуг і міжнародний обмін ними.

Суб'єкти економіки можуть спеціалізуватися за видами діяльності, товарами та послугами тощо. На цьому базується *міжнародний поділ праці* — зосередження окремих країн на виробництві конкретних видів продукції та послуг, а також обмін ними на основі взаємної вигоди.

Міжнародний поділ праці — реальне явище, оскільки країни різняться за географічним положенням, природними ресурсами, структурою господарства, навичками і майстерністю трудового населення (населення, яке пропонує ринку праці свою робочу силу) тощо.

Як ви вважаєте?

Що означає вислів «лібералізація зовнішньої торгівлі в Україні»?

У результаті міжнародного поділу праці у країнах світу формуються галузі міжнародної спеціалізації, які значною мірою орієнтовані на експорт своєї продукції. Саме ці галузі представляють країну в міжнародному поділі праці. Наприклад, Об'єднані Арабські Емірати є світовим експортером нафти, Швейцарія — точної механіки, Україна — сільськогосподарської продукції (пшениці, соняшнику та соняшникової олії).

Експортерами продукції можуть бути індивідуальні підприємці, підприємства, організації, корпорації (юридичні особи) і держава.

14.3. Абсолютні та відносні (порівняльні) переваги

Різні країни мають змогу виробляти завдяки своїм природним особливостям або виробничому потенціалу конкретні товари та послуги в більших обсягах на одиницю витрат чи з меншими витратами на одиницю продукції порівняно з іншими країнами, що виробляють такий самий товар. У цьому полягають їхні абсолютні переваги на світовому ринку.

Абсолютні переваги — здатність країни виробляти товар чи послугу, використовувати менше ресурсів, ніж інші, або виробляти більше товару чи послуги, використовуючи однакову з ними кількість ресурсів.

Багато країн завдяки використанню специфічних виробничих чинників виробляють товари та послуги з нижчою вартістю, ніж інші, здобуваючи завдяки цьому порівняльні переваги.

Відносні (порівняльні) переваги — здатність країни виробляти товари та послуги з відносно нижчою вартістю, ніж в інших країнах.

Ключові моделі та теорії

Дослідження міжнародної торгівлі започаткували А. Сміт і Д. Рікардо у XVIII—XIX ст. У праці «Дослідження про природу й причини багатства народів» А. Сміт сформулював теорію абсолютних переваг (доцільно імпортувати товари з країни, у якій витрати менші в абсолютному розмірі, а експортувати товари, витрати на які нижчі в експортерів), а також аргументував ефективність поділу праці та спеціалізації на міжнародному рівні.

Д. Рікардо в праці «Основи політичної економіки й обкладання податками» обґрунтував теорію порівняльних переваг (порівняння альтернативних витрат доводить, що країни можуть вигравати від торгівлі завдяки наявності порівняльної переваги у продуктивності).

14.4. Платіжний баланс

Результати зовнішньоекономічної діяльності країни знаходять своє узагальнене відображення в платіжному балансі.

На практиці платіжний баланс — це статистичний звіт, який містить інформацію про зовнішньоекономічні операції резидентів (зареєстрованих у країні суб'єктів діяльності) за певний період. В Україні відповідальним за складання платіжного балансу є Національний банк України.

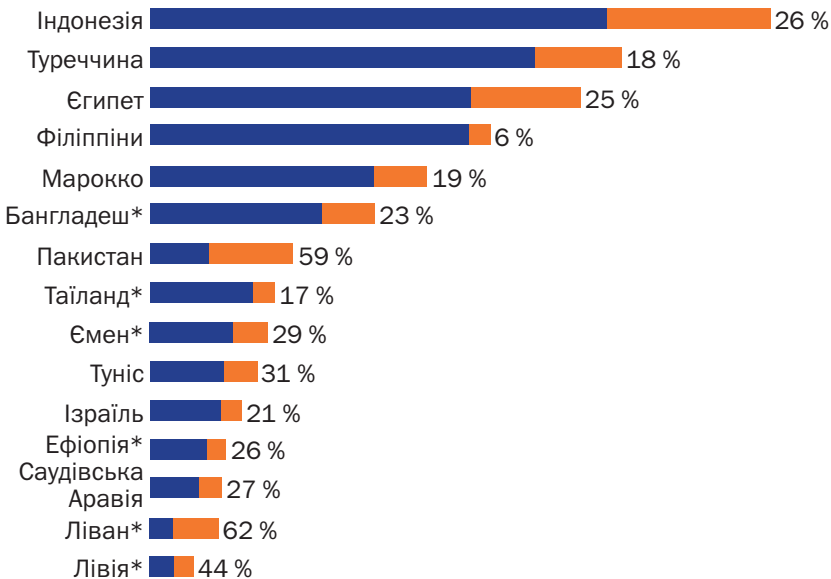
Ключові поняття

Платіжний баланс — сукупність економічних операцій між резидентами та нерезидентами (громадяни і фірми за конкретний період часу (рік, квартал, місяць).

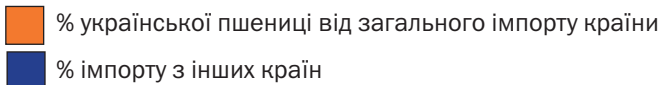
Платіжний баланс як узагальнений документ, що характеризує економічний стан та ефективність світогосподарських зв'язків країни, охоплює торговельний баланс, баланс послуг та баланс руху капіталів і кредитів.

Робота з даними

Топ-імпортери української пшениці (2021 р.)



* дані за 2020 рік



1. Проаналізуйте діаграму¹. Який висновок можна зробити з наведених даних?
2. Яке місце посідає Україна у світовому рейтингу експорту пшениці? Чому Україна спеціалізується на експорті пшениці?
3. Чому Україна експортує саме на ринки Індонезії, Туреччини, Єгипту тощо?

Платіжний баланс лаконічно розкриває характер міжнародних економічних відносин країни із зарубіжними партнерами та її місце у світовому поділі праці. На його стан впливають: рівень розвитку окремих країн, регіонів, підсистем світового господарства; циклічні коливання економіки; інфляція; структурні кризи та війни; зміни в умовах міжнародної торгівлі; зростання державних витрат, зокрема на військові цілі.

Завдання і запитання для перевірки знань

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ НА РОЗУМІННЯ (РОЗГОРНУТІ ВІДПОВІДІ)

1. Які показники використовують для аналізу міжнародної торгівлі?
2. Які основні тенденції характеризують сучасну міжнародну торгівлю?
3. У чому полягають особливості торгівлі послугами?
4. Поясніть сутність позитивного/негативного сальдо платіжного балансу.
5. Як визначити напрями спеціалізації країн?
6. Чи зумовлює абсолютна перевага також і порівняльну перевагу?

ЗАПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ (КОРОТКІ ВІДПОВІДІ)

1. Дайте визначення міжнародної торгівлі.
2. Що показує платіжний баланс?
3. Поясніть принцип порівняльних переваг.
4. Що дає економічна спеціалізація країнам?

¹ «Українська рана» на ринку пшениці. Хто замінить нас на ринках Близького Сходу та Африки? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://latifundist.com/spetsproekt/971-pshenichna-ukrayinska-rana-v-svitovomu-eksporti-zerna-hto-stane-plastirem>

КЕЙС**ЯК ВІЙНА РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ ВПЛИНУЛА НА ТОРГІВЛЮ НАШОЇ ДЕРЖАВИ З ЄС?**

Важливим завданням зовнішньої політики України є інтеграція до європейського цивілізаційного простору. Основними напрямками співробітництва між Україною і ЄС є енергетика, торгівля та інвестиції, юстиція і внутрішні справи, наближення законодавства України до законодавства Євросоюзу, охорона навколишнього середовища, транспортна сфера, транскордонне співробітництво, співпраця у сфері науки, технологій та космосу. Як невід’ємна частина Європи, Україна орієнтується на утверджену в провідних європейських країнах модель соціально-економічного розвитку.

Європейський Союз є головним торговельним партнером України. За результатами 2021 р. питома вага торгівлі товарами та послугами з ЄС становила 39 % від загального обсягу торгівлі України, а у 2020 р. — 38,8 %. У 2021 р. експорт українських товарів та послуг до ЄС сягнув 26,8 млрд дол., обсяг імпорту 27 країн ЄС в Україну — 28,9 млрд дол. Частка країн ЄС в українському експорті за цей час зросла з 34 % до майже 40 %. Найбільші статті українського експорту до Євросоюзу — чорні метали, залізні руди, зерно та олія. Із країн Євросоюзу Україна імпортує обладнання, машини та інші товари з високим ступенем обробки.

У червні 2022 р. ЄС скасував мита на українські товари для підтримки української економіки в умовах війни. Це рішення доповнило можливості, які українські експортери мають відповідно до Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Крім того, на рік призупинено всі антидемпінгові мита на імпорт товарів походженням з України та інших захисних заходів щодо українських товарів. Лібералізація торгових відносин передбачає, що Україна буде дотримуватися європейських правил щодо походження товарів та відповідних процедур у рамках Угоди про асоціацію, утримуватиметься від будь-яких нових обмежень на імпорт з ЄС, забезпечуватиме повагу до демократичних принципів, прав людини та основних свобод, верховенства права, боротьби з корупцією.

Запитання і завдання до кейса

1. Які галузі виграють найбільше від скасування обмежень на торгівлю?
2. Як скасування торговельних обмежень допоможе підтримати економіку України?
3. Що отримає ЄС від скасування мит?

Література

1. Антошкіна Л. І. Методологія економічних досліджень / Л. І. Антошкіна. Київ : Знання, 2015.
2. Гальчинський А. С. Економічна методологія. Логіка оновлення / А. С. Гальчинський. — Київ : АДЕФ, 2010.
3. Данильян О. Г. Організація та методологія наукових досліджень / О. Г. Данильян. — Харків : Право, 2017.
4. Дейлі Г. Поза зростанням. Економічна теорія сталого розвитку / Герман Дейлі ; пер. з англ. Інститут сталого розвитку. — Київ : Інтелсфера, 2002.
5. Економіка підприємства : структурно-логічний навч. посіб. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ; ред. С. Ф. Покропивний. — Київ : КНЕУ, 2001.
6. Історія економіки та економічної думки : підручник / за ред. В. Д. Базилевича. — Київ : Знання, 2018.
7. Кононенко О. Ю. Актуальні проблеми сталого розвитку : навч.-метод. Посіб. / О. Ю. Кононенко. — Київ : ДП «Прінт сервіс», 2016.
8. Кудінова А. В. Трансформація відносин споживання в глобальній економіці : монографія / А. В. Кудінова. — Київ : КНЕУ, 2015.
9. Макроекономіка: базовий електронний текст лекцій / укл. : І. Й. Малий, І. Ф. Радіонова та ін. — Київ : КНЕУ, 2017.
10. Міжнародна економіка : підручник / Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, Я. М. Столярчук. — Київ : КНЕУ, 2014.
11. Мікроекономіка : підручник / [А. П. Наливайко, Л. А. Азьмук, П. Г. Банщикова та ін.]; за наук. ред. А. П. Наливайка. — Київ : КНЕУ, 2011.
12. Основи економічної науки : курс лекцій / В. С. Савчук, О. О. Беляєв, К. Т. Кривенко та ін. — Київ : КНЕУ, 2011.
13. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: Національна доповідь / К. О. Ващенко, З. С. Варналій та ін. — Київ : Держкомпідприємство, 2008.
14. Регіональна економіка : тексти лекцій / О. В. Ольшанська, М. І. Фащевський, І. В. Білоконь та ін. — Київ : КНЕУ, 2009.
15. Скирпан О. П., Палюх М. С. Фінансовий облік : навч. посіб. — Тернопіль : ТНЕУ, 2008.
16. Стігліц Дж. Економіка державного сектора / Дж. Стігліц. — Київ : Основи, 1998.

Зміст

Передмова	3
Як працювати з навчальним посібником	6

Частина 1. ЕКОНОМІКА

Розділ 1. Сутність та особливості економічних проблем

1.1. Економіка як наука	8
1.2. Ключова економічна проблема	9
1.3. Межі можливостей виробництва	11
1.4. Економіки й ринки	13
1.5. Економічні цілі	18
1.6. Поведінкова економіка	19

Розділ 2. Конкуrentні ринки

2.1. Попит	26
2.2. Ціна, дохід і перехресна еластичність попиту	28
2.3. Пропозиція	33
2.4. Цінова еластичність пропозиції	35
2.5. Ринкова рівновага	38
2.6. Ціна і розподіл ресурсів	41
2.7. Надлишок споживача і виробника	41
2.8. Субсидії та податки	42

Розділ 3. Ринкові структури

3.1. Досконала конкуренція	48
3.2. Бар'єри для входу на ринок	50
3.3. Монополії	51
3.4. Цінова дискримінація	52
3.5. Олігополії	53
3.6. Незалежність на олігополістичних ринках	55
3.7. Монополістична конкуренція	57

Частина 2. ПІДПРИЄМСТВО ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО

Розділ 4. Економіка фірми

4.1. Виробництво і продуктивність	60
4.2. Спеціалізація	62

4.3. Витрати фірми	65
4.4. Закон спадної віддачі	69
4.5. Економія та втрати від масштабу	70
4.6. Довгострокові середні витрати	71
4.7. Дохід і прибуток фірми	72
4.8. Цілі фірми	73

Розділ 5. Підприємництво

5.1. Підприємницька активність та її роль у розвитку економіки	80
5.2. Типи, види, системи підприємництва	83
5.3. Підприємництво як інноваційна діяльність	88

Розділ 6. Підприємництво як власна справа

6.1. Організаційно-правові форми підприємництва	95
6.2. Основні принципи організування підприємницької діяльності та механізм започаткування власної справи	98
6.3. Бізнес-планування	105

Розділ 7. Фінансові основи підприємницької діяльності

7.1. Фінансовий базис підприємства	114
7.2. Господарський облік	116
7.3. Обліково-фінансова документація підприємства	121
7.4. Види та порядок ціноутворення	124

Частина 3. СУСПІЛЬНЕ ВІДТВОРЕННЯ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК

Розділ 8. Провали ринку

8.1. Екстерналії як ринкові явища	131
8.2. Суспільні блага	135
8.3. Недосконала інформація	136
8.4. Соціальна нерівність	137

Розділ 9. Оподаткування

9.1. Економічна природа податків	141
9.2. Типи оподаткування	143
9.3. Цілі оподаткування	143
9.4. Оптимальна ставка податку	144
9.5. Види податків	145

Розділ 10. Ринок праці	
10.1. Особливості ринку праці	151
10.2. Попит і пропозиція робочої сили	154
10.3. Заробітна плата	158
10.4. Мінімальна заробітна плата та прожитковий мінімум	161
10.5. Боротьба з безробіттям	163
Розділ 11. Інфляція	
11.1. Сутність інфляції	170
11.2. Вимірювання інфляції	172
11.3. Види інфляції за темпами	173
11.4. Наслідки інфляції	174
Розділ 12. Сукупний попит і сукупна пропозиція	
12.1. Макроекономічний кругообіг	177
12.2. Сукупний попит	179
12.3. Сукупна пропозиція	181
12.4. Макроекономічна рівновага	182
Розділ 13. Економічне зростання	
13.1. Цілі економічної політики держави	186
13.2. Економічна нестабільність та бізнес-цикли	190
13.3. Економічне відновлення	192
Розділ 14. Світова економіка	
14.1. Міжнародна торгівля	196
14.2. Міжнародна спеціалізація	199
14.3. Абсолютні та відносні (порівняльні) переваги	200
14.4. Платіжний баланс	200
Література	204

Навчальне видання

**КУДІНОВА Алевтина Віталіївна
КУЛАГА Ірина Володимирівна
ЛОПУХ Ксенія Володимирівна**

**ОСНОВИ
ЕКОНОМІЧНИХ
ЗНАНЬ**

**Навчальний посібник для здобувачів
професійної (професійно-технічної) освіти**

*Схвалено
для використання в освітньому процесі*

Навчальний посібник виготовлений
відповідно до СОУ 18.1-02477019-07:2015
«Поліграфія. Підручники і навчальні посібники
для загальноосвітніх навчальних закладів»

Відповідальна за випуск Г. А. Теремко
Редактор Г. Т. Сенькович
Коректор Т. А. Дічевська
Дизайн і графічні роботи В. М. Штогриня
Комп'ютерна верстка, обробка ілюстрацій,
оригінал-макет Є. М. Байдюка

Формат 60×90/16. Ум. друк. арк. 13,0
Наклад 37 981 прим.

Видавничий центр «Академія»,
03057, м. Київ, вул. Олександра Довженка, б. 3.
Тел./факс: (044) 456-84-63.
E-mail: academia.book@gmail.com
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 7175 від 02.11.2020 р.

Видруковано у АТ «Харківська книжкова фабрика “Глобус”
корпоративне підприємство ДАК “Укрвидавполіграфія”»,
вул. Різдва, 11, м. Харків, 61012.
Свідоцтво серія ДК № 3985 від 22.02.2011 р.

ЦІЛІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

(ухвалені на Саміті ООН зі сталого розвитку від 25 вересня 2015 року)

1 ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ
в усіх її формах та всюди



2 ПОДОЛАННЯ ГОЛОДУ
(досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування та сприяння сталому розвитку сільського господарства)



3 МІЦНЕ ЗДОРОВ'Я ТА БЛАГОПОЛУЧЧЯ
(забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх у будь-якому віці)



4 ЯКІСНА ОСВІТА
(забезпечення інклюзивної та рівної якісної освіти для всіх та заохочення навчання впродовж усього життя)



5 ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ
(забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчаток)



6 ЧИСТА ВОДА ТА НАЛЕЖНІ САНИТАРНІ УМОВИ
(забезпечення доступу та раціонального використання водних ресурсів та санітарії)



7 ЧИСТА ТА ВІДНОВЛЮВАНА ЕНЕРГІЯ
(забезпечення доступу до недорогих, надійних, відновлюваних та сучасних джерел енергії)



8 ГІДНА ПРАЦЯ ТА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ
(сприяння економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості)



9 ІНДУСТРІЯ, ІННОВАЦІЇ ТА ІНФРАСТРУКТУРА
(створення стійкої інфраструктури, сприяння індустріалізації та інноваціям)



10 СКОРОЧЕННЯ НЕРІВНОСТІ
всередині країн та між ними



11 СТАЛИЙ РОЗВИТОК МІСТ ТА ГРОМАД
(забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості й екологічної стійкості міст і населених пунктів)



12 ВІДПОВІДАЛЬНЕ СПОЖИВАННЯ ТА ВИРОБНИЦТВО
(забезпечення переходу до раціональних моделей споживання та виробництва)



13 БОРОТЬБА ЗІ ЗМІНОЮ КЛІМАТУ
(вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі змінами клімату та його наслідками)



14 ЖИТТЯ ПІД ВОДОЮ
(збереження та раціональне використання океанів, морів і морських ресурсів задля сталого розвитку)



15 ЗАХИСТ ЕКОСИСТЕМ СУШІ
(сприяння їх раціональному використанню, припинення процесу деградації земель та втрат біорізноманіття)



16 МИР ТА СПРАВЕДЛИВІСТЬ
(сприяння побудові мирного та інклюзивного суспільства задля сталого розвитку, забезпечення доступу до правосуддя для всіх і створення ефективних, підзвітних та заснованих на широкій участі інституцій на всіх рівнях)



17 ПАРТНЕРСТВО ЗАДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ
(зміцнення засобів реалізації та активізація глобального партнерства задля сталого розвитку)



ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНИХ ЗНАНЬ

а|кадемія

academia-pc.com.ua

