

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

В. Є. САФОНОВА, В. Я. БОБРОВ

ОСНОВИ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

Частина II

*Затверджено
Міністерством освіти і науки України
як підручник
для студентів вищих навчальних закладів*

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2014

УДК 330
ББК 65.011.3я7
С21

Рецензенти: *В. С. Савчук*, д-р екон. наук, проф., член-кор. НАН України
В. Б. Захожай, д-р екон. наук, проф.
В. І. Куценко, д-р екон. наук, проф.

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 3 від 27.03.13)

*Затверджено Міністерством освіти і науки України
(лист № 1.4/18-Г-138.1 від 10.01.09)*

Сафонова В. Є., Бобров В. Я.

С21 Основи ринкової економіки і підприємництва: підруч. для студ. вищ. навч. закл. — Ч. 2 / В. Є. Сафонова, В. Я. Бобров — К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2014. — 530 с. — Бібліогр. : с. 521–526.

ISBN 978-617-02-0148-5

У підручнику висвітлено актуальні проблеми ринкової економіки та підприємництва на основі економічної теорії. Зміст і структура підручника втілюють сучасні надбання вітчизняної та світової економічної науки. У другій частині досліджено питання теорії ринкового механізму, його дії на мікро- та макrorівні, а також у світовій економіці. Виклад матеріалу охоплює не тільки проблеми сучасного розвитку економіки України та інших держав, а й перспективи майбутньої інноваційної динаміки і прогресу суспільства у ХХІ ст.

Підручник устаткований необхідними таблицями, рисунками, графіками, глосарієм, запитаннями для самоконтролю рівня засвоєння теоретичного матеріалу і забезпечує можливість використання новітніх освітніх технологій.

Для студентів, аспірантів і викладачів вищих навчальних закладів. Підручник буде корисним також науковцям, керівникам та службовцям державних установ, працівникам комерційних структур, усім, хто прагне оволодіти основами ринкової економіки і підприємництвом.

УДК 330
ББК 65.011.3я7

© В. Є. Сафонова, В. Я. Бобров, 2014
© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2014

© ДП «Видавничий дім «Персонал», 2014

ISBN 978-617-02-0148-5

ПЕРЕДМОВА

Друга частина підручника на основі економічної теорії розкриває закономірності становлення механізму функціонування ринкової економіки та розвитку підприємництва в Україні. Значну увагу приділено розкриттю сутності об'єктивних умов розвитку ринкового господарства, визначенню ринкових структур, особливостям ціноутворення в умовах ринкової конкуренції.

На сучасному фактичному матеріалі побудовані розділи, що стосуються сутності підприємництва, його функцій, умов існування та розвитку в Україні; ринку робочої сили і проблеми зайнятості, соціальної захищеності населення. Значне місце відведено питанням управління, прогнозування і планування економіки в умовах ринку.

Досліджено механізм функціонування фінансової, кредитної і банківської систем, ринку цінних паперів. Розкрито сутність сучасних економічних систем та інтеграції України у світову систему господарства. Висвітлено найсучасніші напрями мікро- та макроекономічної політики держави в інноваційному русі України до вищого етапу соціально-економічного розвитку.

РОЗДІЛ 1

ЗАКОНИ, СТРУКТУРА І МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ВСТУП

ВІЛЬНИЙ РИНОК (*free market*) — ринок, заснований на економічній відокремленості юридично самостійних товаровиробників. Ця відокремленість примушує їх (як власників засобів виробництва) спеціалізуватися на тому виді виробництва, який вони вважають найвигіднішим. Вигода визначається попитом, потребою суспільства в продукції та його платоспроможністю. Ринок заснований на системі вільного підприємництва.

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ (*investigation of market*) — кількісний і якісний аналіз одного ринку або сукупності ринків, що здійснюється з метою вивчення потенційного обсягу ринку, попиту на товари й послуги, конкретного середовища, цін. Дослідження ринку є складовою частиною маркетингу.

ЕКОНОМІЧНА РІВНОВАГА (*economical balance*) — етап економічної системи, ринку, що характеризується наявністю збалансованості, урівноваженням двох різноспрямованих чинників (наприклад, рівновага попиту і пропозиції, виробництва і споживання, доходів і витрат). Рівновага може бути нестійкою, короткотерміною, а також стійкою і довготерміною.

ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПОПИТУ (*elastic demand*) — показник, що показує, на скільки відсотків може змінитися попит на товар на вільному ринку при зміні ціни його на 1 %. Широко використовується для прийняття рішень про рівень та зміну цін.

ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПРОПОЗИЦІЇ (*elastic supply*) — реакція пропозиції на зміну ціни.

ІДЕАЛЬНИЙ РИНОК (*ideal market*) — вільний висококонкурентний ринок, якому властиві такі ознаки: необмежена кількість учасників ринку; значна кількість продавців і покупців, вільний вхід на ринок і вихід з нього; вільні ціни; однорідність однойменних продуктів, представлених на ринку; відсутність силового тиску одних учасників на інших.

КОН'ЮНКТУРА (*conjuncture*) — 1) сукупність умов і їх взаємозв'язки, що склалися у сфері економіки, визначаючи її розвиток; 2) економічна ситуація, що формується на ринку і характеризується певними рівнями попиту і пропозиції, ринковою активністю і цінами, обсягами продажу.

КОН'ЮНКТУРА РИНКОВА (*market conjuncture*) — співвідношення попиту і пропозиції на конкретні види товарів і послуг. Кон'юнктуру ринку вивчають за допомогою системи макропоказників: обсяг виробництва, попит, пропозиція, споживання, техніка і методи торгівлі, рівень цін, банків-

ський відсоток, рівень заробітної плати, оборот зовнішньої торгівлі тощо. За допомогою цих показників розробляють прогнози, які використовують підприємці.

ОБ'ЄКТИ РИНКОВОГО ГОСПОДАРСТВА (*objects of market economy*) — товари і послуги, чинники виробництва (праця, земля, засоби виробництва, природні ресурси), капітал, гроші, цінні папери, державні пільги та субсидії, соціальні сплати і преференції.

ПОПИТ (*demand*) — суспільна або особиста потреба в матеріальних благах або послугах, засобах виробництва і предметах споживання. Розрізняють попит платіжний і сукупний.

ПОСТАВКА ТОВАРУ (*goods delivery*) — заключний етап виконання договору купівлі-продажу, на якому відбувається платна передача товару продавцем покупцю. Поставка може мати форму безпосередньої передачі товару покупцеві або доставки транспортом в місце, вказане покупцем. Фірма, що здійснює поставку товару, іменується постачальником.

ПРЕФЕРЕНЦІЇ (*preferences*) — переваги, пільги, які надаються окремим підприємствам (фірмам, компаніям), регіонам, державам з метою підтримки певних видів діяльності, у тому числі в ринковій сфері; здійснюються у формі зниження податків, звільнення від платежів, надання пільгових кредитів, зменшення або звільнення від митних платежів.

ПРОДАЖНА ЦІНА (*sale price*) — “ціна за готівку”; ціна, за якою товар продається за готівку.

РИНКОВА ЕКОНОМІКА (*market economics*) — економіка, заснована на принципах вільного підприємництва, різних формах власності на засоби виробництва, ринкового ціноутворення, договірних відносин між господарюючими суб'єктами, обмеженого втручання держави в господарську діяльність.

РИНКОВА СТРАТЕГІЯ (*marketing strategy*) — система заходів, які використовує фірма для розширення своєї збутової діяльності.

РИНКОВА ЦІНА (*market price*) — ціна, що складається на вільному, конкурентному ринку під впливом попиту і пропозиції; рівноважна ціна.

РИНКОВЕ ГОСПОДАРСТВО (*market economy*) — суспільна форма організації економіки, заснована на товарному виробництві, що забезпечує взаємодію між виробником і споживачем через ринок.

РИНКОВІ ФОНДИ (*market funds*) — сукупність товарів, що пропонуються на внутрішньому ринку населенню для особистого споживання.

РИНОК (*market*) — місце купівлі-продажу товарів і послуг, укладання торгових угод і операцій; система економічних відносин, пов'язаних з обміном товарів і послуг між виробниками та споживачами продукції, в результаті яких формуються попит, пропозиція і ринкова ціна.

РІВНОВАЖНА ЦІНА (*balance of price*) — ціна товару, що встановлюється на ринку при урівноваженні попиту та пропозиції на цей товар.

СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ (*segment of market*) — поділ ринку на окремі частини (сегменти) за певною ознакою (видами товарів, що продаються, валютою, групами споживачів тощо).

СПОЖИВАЧ (*consumer*) — особа або організація, що використовує продукт чиєїсь діяльності, в тому числі власний.

СПОЖИВЧА ПОВЕДІНКА (*consumer line of conduct*) — сукупність ознак і показників, що характеризують дії споживачів, включаючи їхні споживчі інтереси, попит на товари і послуги, структуру споживання, способи використання доходів.

СПОЖИВЧЕ ПРАВО (*consumer law*) — сукупність юридичних, законодавчих норм і правил, що мають за мету захист інтересів споживачів.

СУБ'ЄКТИ РИНКОВОГО ГОСПОДАРСТВА (*subjects of market economy*) — домашнє господарство, підприємство (фірма), банк, держава. Між суб'єктами ринкового господарства встановлюється система взаємовідносин, яка відображає їхні цілі, взаємовигідні або різноспрямовані інтереси, форми організації та взаємодії з приводу руху різнорідних об'єктів ринкових зв'язків.

ТОВАРНІ ЗАПАСИ (*stock of commodities*) — кількість товарів певного виду, що знаходяться у сфері обігу (в перевезенні та на складах, у сховищах, в торговельній мережі). Наявність товарних запасів є важливою умовою неперервності процесу виробництва. Водночас запаси не повинні бути надлишковими, оскільки це зумовлює зростання витрат.

ТОВАРООБОРОТ (*commodity circulation*) — 1) рух товарів у сфері обігу, пов'язаний з обміном їх на гроші і переходом від виробника до споживача; 2) обсяг проданих і куплених товарів у грошовому вираженні за певний період.

УКЛАДАННЯ УГОДИ (КОНТРАКТУ) (*conclusion of contract*) — завершальна стадія оформлення угоди між сторонами, що домовляються, підписання документів і здійснення інших необхідних формальностей, після чого виникають взаємні права й зобов'язання сторін, що беруть участь у договірному процесі.

1.1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У сучасній науковій і навчальній літературі, в політичних й законодавчих документах поняття “ринок”, “ринкове господарство”, “ринкова економіка” вживаються як тотожні, однозначні. Слід, однак, мати на увазі, що за всієї спорідненості цих понять у змісті їх є певні відмінності.

Передусім розглянемо поняття “ринкове господарство”.

Ринкове господарство — це структура (середовище), у межах якого відтворюються й панують відносини та зв'язки товарного виробництва.

З одного боку, ринкове господарство ототожнюється з процесом товарного виробництва, з другого — товарне виробництво, в свою чергу, є такою організацією господарства, коли продукти виробляються для обміну, купівлі-продажу.

Поняття ринкового господарства є багатомірним. Воно містить багато складових — сферу товарного виробництва; сферу обміну; сукупність актів купівлі-продажу і збалансування попиту і пропозиції у процесі розширеного відтворення. Виходячи з цього, можна вважати, що ринок є складовою частиною ринкового господарства, через механізм якого перетворюються на реальність товарно-грошові відносини. Формуючи конкурентне середовище, ринок виступає ефективним організатором товарного виробництва.

Крім виробництва і споживання економічного продукту потрібна сукупність дій, які забезпечують просування продукту від виробника до споживача.

Сферу діяльності, пов'язану з розподілом, обміном економічного продукту, його рух від виробників до споживачів, називають **сферою обігу**.

Ця сфера — шлях продукту від “воріт” підприємства (фірми), що його виробило, до “столу” споживача. При цьому мається на увазі не тільки транспортування, а й перехід власності на продукт з одних рук до інших, продаж його однією особою і купівля іншою.

Як бачимо, товарне виробництво тісно пов'язане з товарним обігом. **Товарний обіг** — це обмін продуктів праці за посередництвом грошей у формі купівлі-продажу.

Товарний обіг складається з купівлі-продажу засобів виробництва, предметів споживання, а також матеріальних послуг. Природно, що купівля-продаж товарів (або обмін) передбачає ринок.

На ринку, як правило, виступають дві головні діючі особи: **продавці** та **покупці**. Між ними і встановлюються відносини купівлі-продажу. Розглянемо як продавців і покупців трьох головних суб'єктів економіки — державу, підприємства (фірми) і населення у вигляді домашніх господарств. Їхні товарно-грошові відносини через ринок, на якому вони виступають і в ролі продавця, і в ролі покупця, подано на рис. 1.

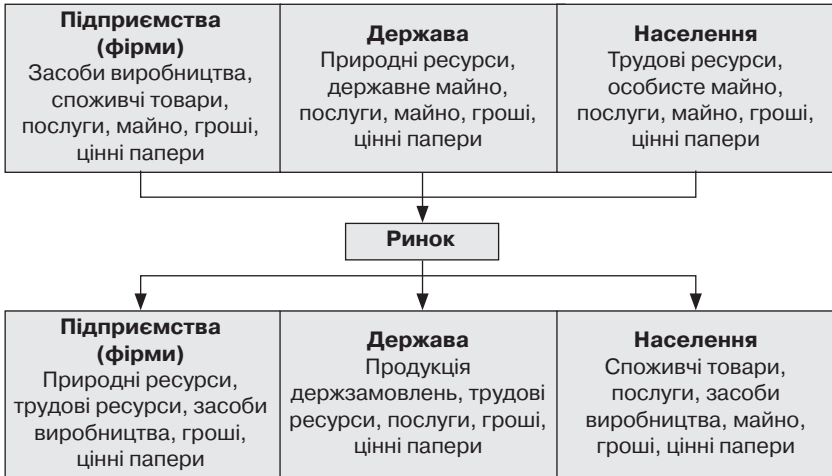


Рис. 1. Головні суб'єкти економічних відносин

Кожний з трьох суб'єктів товарно-грошових відносин постачає на ринок товари, що є їхньою власністю. Підприємства продають передусім вироблені ними засоби виробництва, які мають придбати інші покупці (держава, підприємства, населення). Вони реалізують також споживчі товари і послуги, якими користується переважно населення.

Держава має можливість поставляти на ринок природні, паливно-енергетичні ресурси, що є у її розпорядженні, а також надає державні платні послуги (оренда землі тощо) і державне майно (під час аукціонів у процесі приватизації).

Головний товар, який продає на ринку праці населення, є його робоча сила. Водночас населення може торгувати на ринку різними товарами, які йому належать.

Усі три суб'єкти ринкових відносин можуть продавати цінні папери у вигляді акцій, облігацій, векселів. І держава, і підприємства, і населення використовують на ринку гроші як засіб оплати за куплені товари і отримують їх у вигляді платежу за реалізований товар. Різниця полягає лише в тому, які це розрахунки: готівкові чи безготівкові.

Держава як покупець придбає на ринку в населення робочу силу для використання на державній службі. У підприємств вона ку-

пує замовлені товари і послуги, потрібні для задоволення загальнодержавних потреб.

Отже, те що на схемі позначено одним словом “Ринок”, фактично є *сукупністю численних видів товарно-грошових відносин, які характеризують ринкове господарство в цілому.*

У будь-якому суспільстві важливі економічні проблеми вирішуються по-різному. Історії суспільного розвитку відомі такі три типи організації економіки: проста (традиційна) система, командна система, ринкова система.

Господарство за **простою (традиційною) системою** у початковій періоді історії розвивалося на основі інстинкту, звичаїв, традицій. Однак і тепер у деяких економічно слабкорозвинених, відсталих народностей діють господарські рішення, засновані на звичаях і традиціях. Ці традиції передаються з покоління в покоління. Освячені часом і підтримувані спеціальними ритуалами звичаї визначають засоби праці, обмін, розподіл і споживання вироблених продуктів. Введення сучасних наукових і технічних досягнень у господарське життя таких традиційних систем обмежено, оскільки суперечить стародавнім традиціям та релігійним устоям.

Які передумови з погляду історії та логіки необхідні для того, щоб виникли ринкові відносини?

По-перше, продавці товару повинні бути його власниками. Перетворення товарного обміну на регулярне явище тісно пов'язано з поширенням приватної власності. Вона надає право розпорядження готовою продукцією, створюючи особисту зацікавленість у здешевленні виробництва товарів, високій якості їх та поліпшенні споживчих властивостей. Крім того, приватна власність стимулює відповідальність та ініціативу.

По-друге, обмін має утвердитися як необхідний і сталий процес. Перехід від випадкового обміну до явища, що систематично повторюється і є життєво необхідним, пов'язаний із суспільним поділом праці та спеціалізацією виробництва. Згадаємо: як від загальної сукупності первісних племен відокремилися племена скотарів (тобто виникає тваринництво як самостійна галузь трудової діяльності), так само пізніше від землеробства відокремилось ремесло, виникли його спеціалізовані галузі.

Зародження ринкової економіки ми спостерігаємо у стародавніх рабовласницьких державах. Вона відіграє все більшу роль у серед-

ньовічних феодальних землях і містах, хоча там було чимало перешкод, які гальмували розвиток ринкових відносин.

З переходом до індустріального (капіталістичного) суспільства виникає єдиний національний ринок, економіка ґрунтується переважно на товарному виробництві й обміні.

Виходячи з викладеного можна доповнити попереднє визначення **ринкового господарства** — задоволення потреб через обмін, попит і пропозицію між самостійно функціонуючими суб'єктами господарювання.

Ринкове господарство функціонує як система **вільного підприємництва**. Про її переваги над командно-адміністративною системою ми вже говорили у попередніх розділах. Однак кожна економічна система повинна дати відповідь на такі запитання:

1. Скільки товарів і послуг слід виробляти?
2. Що потрібно виробляти: який набір товарів і послуг найповніше задовольнятиме матеріальні потреби суспільства?
3. Як цю продукцію слід виробляти або як має бути організоване виробництво?
4. Хто має отримати цю продукцію або як вона розподілятиметься?

Відповідь на перше і друге запитання може бути такою. Оскільки підприємство (фірма) у ринковій системі керується мотивом отримання прибутку і недопущення втрат, воно виробляє лише ті товари, реалізація яких може принести дохід. Товари для виробництва вибираються, за образним висловом американських економістів, “голосоуванням доларом”. Споживачі витрачають свої долари на ті товари, які вони хочуть і можуть купити. Це справедливо також і щодо постачальників ресурсів. Ресурси поставляються в ті галузі і тим підприємствам, на продукцію яких є попит.

На третє запитання можна відповісти так. У ринковій економіці виробництво здійснюють лише ті фірми, які спроможні застосовувати економічно найкращу організацію і технологію виробництва, оскільки вони забезпечують їм найбільший прибуток.

На четверте запитання відповідь може бути такою: будь-який ринковий продукт розподіляється між споживачами за їхнім бажанням і спроможністю сплатити відповідну ринкову ціну.

У ринковій економіці відсутній адміністративний контроль за виробництвом і споживанням. Функції контролю тут виконує механізм конкуренції.