



Тема 7. Загальні основи ринку.

Суб'єкти ринкової економіки



Ринкова економіка

- є найефективнішою формою організації економічного життя;
- сфера прояву та відтворення товарного виробництва, яка ґрунтується на балансі попиту і пропозиції;
- форма організації економіки, за якої продукт, що виробляється, стає товаром, тобто виробляється з метою продажу **на ринку**.



Основні риси сучасної ринкової системи:

- Автономність дій учасників ринку
- Економічна свобода
- Конкуренція
- Мобільність ресурсів
- Поінформованість суб'єктів господарювання
- Соціалізація та глобалізація економічних взаємозв'язків

Ринок - невід'ємний атрибут ТОВАРНОГО ГОСПОДАРСТВА

В умовах ринку продукт в умовах ринку створюється не для власного споживання, а для споживання іншими через **обмін**.



Сучасне розуміння поняття ринку:

- інститут або механізм, що зводить разом покупців і продавців;
- Група людей, які вступають в тісні ділові відносини і укладають важливі угоди щодо будь-якого товару
- Відносини між людьми, що проявляються через обмін, який функціонує на ґрунті законів товарного виробництва і обігу

**Ринок вирішує три основні проблеми:
що? як? і для кого виробляти?**

Ринок як фаза обміну процесу відтворення

Відтворення як безперервний процес повторення і відновлення виробництва включає в себе:

- ▶ Виробництво
- ▶ Розподіл
- ▶ Обмін – процес руху матеріальних благ і послуг від одного суб'єкта до іншого. Форма опосередкованого зв'язку виробників і споживачів.
- ▶ Споживання



Умови виникнення і функціонування ринку:

- ▶ **суспільний поділ праці**, що ґрунтується на спеціалізації
- ▶ **економічна відокремленість суб'єктів господарювання**, зумовлена наявністю різних форм власності
- ▶ **Конкуренція товаровиробників;**
- ▶ **Достатня ємність ринку**
- ▶ **Вільний обмін товаром і послугами**
- ▶ **Розвинута грошово-кредитна система.**

Суб'єкти та об'єкти ринку

Об'єкти ринку: специфічні групи товарів і послуг (товари, послуги, технологія, інформація)

Суб'єкти ринку: фізичні, юридичні особи, які вступають в економічні відносини товарообміну та послуг в одних випадках як споживачі, в інших як виробники (домашнє (сімейне) господарство, підприємства (фірми), держава).

Функції ринку:



- ▶ регулююча – регулює виробництво товарів та послуг;
- ▶ розподільча – встановлює необхідні відтворювальні пропорції, забезпечує збалансованість економіки;
- ▶ контролююча – визначає суспільну значимість створеного продукту та витраченої на його виготовлення праці;
- ▶ стимулююча – спонукає знижувати індивідуальні витрати праці, використовуючи нову техніку;
- ▶ інформаційна – інформує про стан справ в господарчому житті.

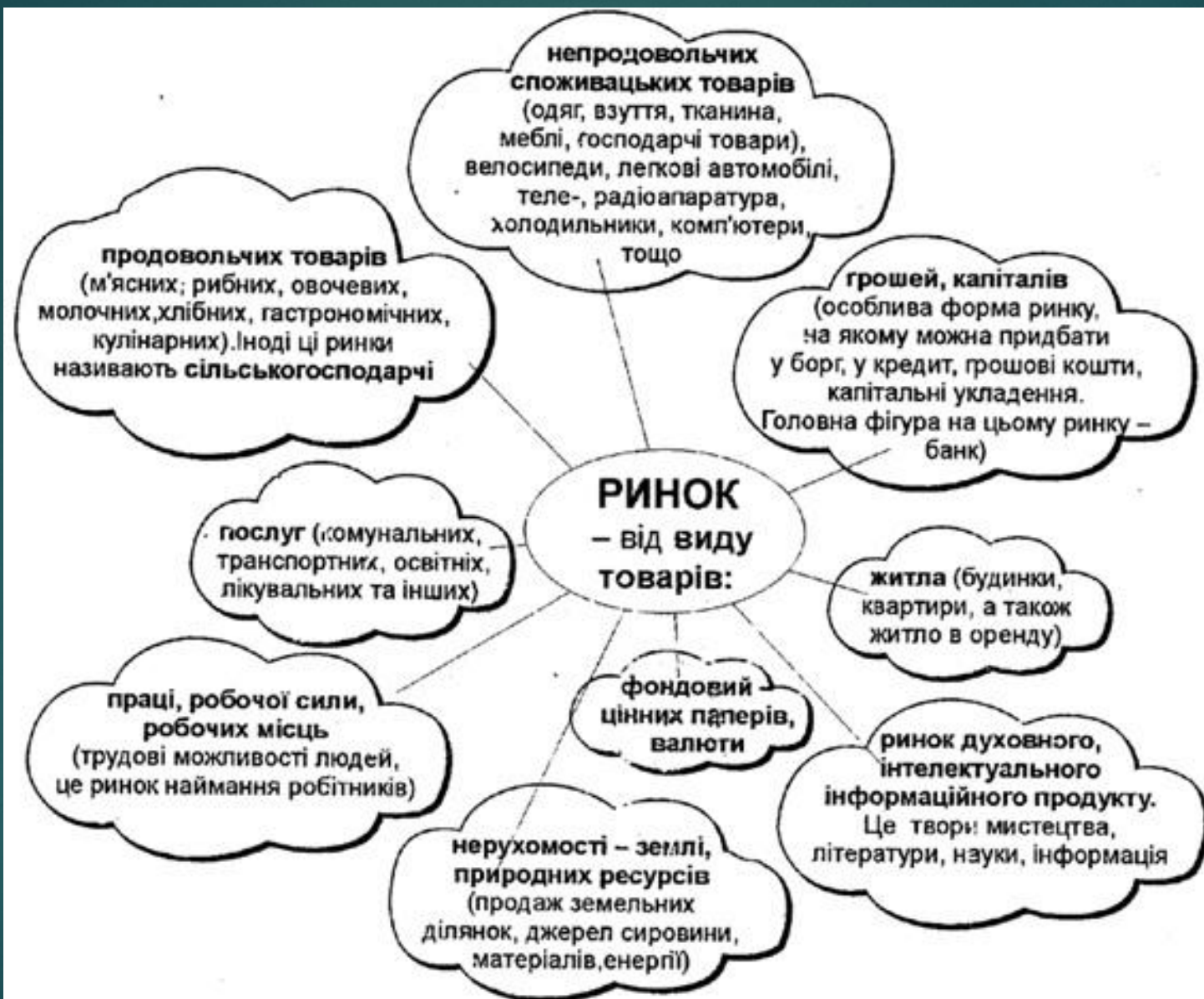
Характерні риси ринку:

- ▶ вільна конкуренція між товаровиробниками та власниками ресурсів;
- ▶ вільний перелив капіталів між товаровиробниками та власниками ресурсів;
- ▶ вільний перелив капіталів між галузями і регіонами;
- ▶ реалізація товарів по цінам рівноваги, які виражають реальне співвідношення між попитом і пропозицією.

Види ринків:

1. За об'єктами обміну:

- ▶ ринок ресурсів (праці, капіталу, землі та нерухомості)
- ▶ товарний ринок (споживчих товарів, послуг, науково-технічних розробок та інформації)
- ▶ фінансовий ринок (грошей, цінних паперів, валютний)



▶ **2. Залежно від того, хто є покупцем товару, і з якою метою він купується, розрізняють:**

- ▶ - споживчий ринок – окремі особи і господарства, які купують товари для особистого споживання
- ▶ - ринок виробників – організації, які купують товари для використання їх у процесі виробництва
- ▶ - ринок проміжних продавців – організації, що купують товари для наступного перепродажу їх з прибутком для себе
- ▶ - ринок державних установ – державні організації, що купують товари або для наступного їх використання у сфері комунальних послуг, або для передачі цих товарів тим, кому вони потрібні;
- ▶ - міжнародний ринок – покупці за межами країн, включаючи закордонних споживачів, виробників, проміжних продавців, держави.

3. Залежно від умов, в яких діють суб'єкти господарювання:

- ▶ Вільний – багато продавців, багато покупців, товари однорідні, вхід і вихід на ринок вільний, інформація доступна
- ▶ Монополізований (олігополія, монополія) – один продавець або обмежена їх кількість, багато покупців, доступ на ринок та до інформації обмежений
- ▶ Монополістичної конкуренції – відносно велика кількість продавців, диференціація товару, вільні вхід на ринок і вихід
- ▶ Регульований – держава законодавчо обмежує економічну свободу окремих суб'єктів господарювання, формуючи та захищаючи конкурентне середовище.



4. За територіальною ознакою:

- ▶ місцевий,
- ▶ регіональний,
- ▶ національний,
- ▶ світовий.



5. Стосовно відповідності чинному законодавству:

- ▶ легальний,
- ▶ тіньовий.

Механізм взаємодії попиту і пропозиції на ринку товарів і послуг

На конкурентному ринку товарів саме покупець визначає, що виробляти через систему цін.

Попит – це платоспроможна потреба людей.

Величина попиту – це кількість товару чи послуги, яка буде придбана за певної ціни, за певний проміжок часу

Чим менше ціна товару, тим більшим є обсяг попиту, і навпаки, чим вища ціна, тим менше знайдеться покупців на даний товар.

Ця зворотна залежність між ціною та обсягом попиту називається **законом попиту**.

Закон пропозиції

Пропозиція – це та кількість товарів та послуг, які виробляються і продаються на ринку. Ринкова пропозиція визначається бажанням і здатністю продавців надавати товари для продажу на ринку.

Величина пропозиції – це та кількість товару, яка буде запропонована для продажу за даної ціни, за певний період часу.

Залежність між ціною і величиною пропозиції вже не зворотня, а пряма.

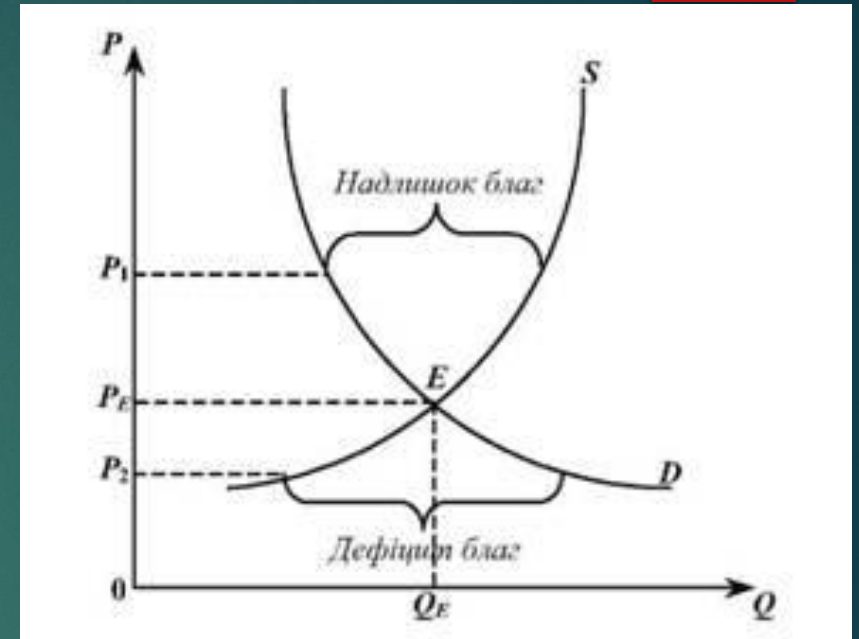
Закон пропозиції передбачає, що по мірі збільшення цін виробники пропонують до продажу більшу кількість товару, а по мірі їх падіння – меншу.

Рівновага попиту і пропозиції

В точці зустрічі **E** попит кількісно дорівнює пропозиції і ціна виступає як врівноважена ціна, або ціна рівноваги.

За ціни рівноваги кількість продукції, в межах якої споживачі мають намір продовжувати закупки, буде відповідати тій кількості продукції, яку виробники мають намір постачати на ринок.

Тільки за такої ціни відсутня тенденція до збільшення або зниження ціни.



Конкуренція

- ▶ Походить від латинського слова **Concurrere**, що означає «зіштовхнутись».

Як економічна категорія означає суперництво і боротьбу між товаровиробниками за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів і послуг, за привласнення найбільших прибутків.

Органічний зв'язок ринку і конкуренції:

- умовою функціонування і розвитку сучасного цивілізованого ринку є конкурентна боротьба між різними суб'єктами підприємницької діяльності;
- ефективність функціонування ринку залежить від здатності суб'єктів підприємницької діяльності впливати на рівень цін;
- найважливішою умовою функціонування і розвитку цивілізованого ринку є реальний плюралізм типів і форм власності, що передбачає свободу економічної діяльності господарюючих суб'єктів на основі економічної відокремленості.



Позитивні риси:

- ▶ є важливою рушійною силою розвитку економічної системи;
- ▶ сприяє НТП суспільства;
- ▶ змушує знижувати витрати виробництва шляхом економії ресурсів, зростання продуктивності праці;
- ▶ змушує покращувати якість продукції, її асортимент, обслуговування споживачів;
- ▶ змушує знижувати і вирівнювати ціни;
- ▶ стимулює перелив капіталів між галузями;
- ▶ відбувається дія закону вартості, попиту і пропозиції, інтенсифікація дії закону зростання продуктивності праці.

Негативні риси:

- ▶ посилює процес концентрації виробництва, який у свою чергу, призводить на певному етапі до виникнення монополій;
- ▶ випускають надмірну кількість товарів, що призводить до криз перевиробництва;
- ▶ конкуренція посилює боротьбу між капіталістами за скорочення витрат виробництва шляхом зниження заробітної плати;
- ▶ зростає інтенсивність праці, що сприяє зростанню армії безробітних;
- ▶ використання нечесних методів конкуренції великими компаніями призводить до придушення малих та середніх підприємств, їх масового банкрутства;
- ▶ міжнародна конкуренція, що з боку транснаціональних корпорацій ведеться нецивілізованими методами (шляхом підкупу тощо) придушує національних товаровиробників у інших країнах.

2. Інфраструктура ринку

Інфраструктура (з лат. «інфра» нижче, «структура» будова) – це сукупність базових галузей (або матеріальна основа економічної системи) та сукупність економічних відносин (передусім, відносин економічної власності), що виникають і розвиваються у процесі діяльності людей щодо використання об'єктів інфраструктури та привласнення умов і результатів такої діяльності, а також державного регулювання цих галузей.



Функції інфраструктури:



- ▶ Постачання різних видів ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових, інформаційних) між функціонуючими підприємствами та організаціями, виробниками і споживачами.
- ▶ Купівля-продаж різноманітних товарів.
- ▶ Забезпечення інформацією учасників ринку.
- ▶ Підвищення ефективності роботи суб'єктів ринкових відносин внаслідок їх спеціалізації.
- ▶ Організаційно-правове оформлення регульованих ринкових відносин.
- ▶ Відображення економічної кон'юнктури загалом, найважливіших видів ринку зокрема.
- ▶ Сприяння процесу державного регулювання економіки та контролю над ринковими процесами.

Елементи інфраструктури:

- ▶ різні види бірж – фондова, товарна, робочої сили, валютна)
- ▶ аукціони,
- ▶ ярмарки,
- ▶ банки,
- ▶ страхові компанії,
- ▶ інформаційні центри,
- ▶ рекламні агентства,
- ▶ торгові палати,
- ▶ консалтингові та аудиторські компанії та ін.



3. Домогосподарства в системі економічного кругообігу

Домашнє господарство – це окрема господарююча одиниця, що складається з однієї або групи осіб, об'єднаних місцем проживання і спільним бюджетом, яка є власником і постачальником ресурсів в економіку та одержує натомість кошти для придбання необхідних благ з метою забезпечення своєї життєдіяльності.



Функції сім'ї

- ▶ Соціальна та виховна
- ▶ Дітонароджувальна
- ▶ Споживча
- ▶ Постачальницька - домашні господарства постачають підприємствам незамінні виробничі ресурси: робочу силу, підприємницькі здібності, а також капітал, землю тощо.
- ▶ Виробнича та посередницька



У політико-економічному аспекті :

- ▶ кожне домогосподарство, як правило, є автономною самодостатньою економічною ланкою (суб'єктом), що має власний бюджет доходів і витрат;
- ▶ Формування доходів сім'ї, їх використання, узгодження доходів та витрат і утворюють **бюджет сім'ї**.
- ▶ Витрати домогосподарств на споживання пов'язані з попитом та з такими явищами як ефект доходу, ефект заміщення, споживчий надлишок.
- ▶ Дохід що залишається у розпорядженні споживача після внесення податків та інших виплат може використовуватися або на **споживання** або на **заощадження**.

4. Підприємство і підприємництво

Підприємництво – це ініціативна, самостійна діяльність осіб або підприємства, спрямована на отримання прибутку, здійснювана на свій страх і ризик під особисту майнову відповідальність.

Підприємництво допускається в будь – якій галузі господарської діяльності, не забороненій законом: промисловості, сільському господарстві, торгівлі, побутовому обслуговуванні, видавничій, банківській і консультаційній діяльності, в сфері операцій з цінними паперами тощо.

Основними сферами підприємницької діяльності є: виробництво (продукції, послуг), торгівля і комерційне посередництво.



В науковій літературі пропонується розглядати підприємництво з точки зору економічної визначеності в чотирьох аспектах:

- ▶ *економічна категорія*, що виражає відносини між суб'єктами господарської діяльності, спрямованої на досягнення такої комбінації економічних ресурсів, яка здатна забезпечити їм комерційний успіх – максимізувати дохід, підірвати монополію конкурентів та створити свою власну монополію;
- ▶ *тип господарської поведінки*, що ґрунтується на самостійності та незалежності суб'єктів стосовно вибору: що, скільки, як, для кого (для чого) виробляти; на повній відповідальності за прийняті рішення та їх наслідки і спрямуванні діяльності на досягнення комерційного успіху
- ▶ *господарське мистецтво* – постійна економічна, організаторська та управлінська творчість з метою пошуку способів адаптації (якщо ситуацію не можна змінити) і прагнення до змін, які можуть у перспективі забезпечити комерційний успіх
- ▶ *метод економічного мислення*, властивий людям, здатним до підприємництва, який характеризується оригінальністю ідей та підходів до вирішення господарських проблем

Суб'єкти та форми підприємництва

Суб'єктами підприємницької діяльності виступають фізичні особи (власники), фірми, державні інститути.

Оснoву підприємницької діяльності складає та або інша форма власності: приватна, акціонерна, державна, кооперативна.

Форми підприємництва:

- індивідуальне,
- колективне,
- державне.



Розрізняють: мікропідприємництво, мале підприємництво, середній бізнес, великий бізнес.

Типовими організаційними формами підприємницької діяльності в світовій практиці є:

- ▶ повне товариство,
- ▶ товариство з обмеженою відповідальністю,
- ▶ командитне товариство,
- ▶ акціонерне товариство.

- ▶ **Підприємство** - самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу).

Воно має дві економічні ознаки:

- ▶ *по-перше*, виробництво продукції або послуг для задоволення суспільних потреб;
- ▶ *по – друге*, одержання прибутку (доходу).



Розрізняють такі поняття:



- ▶ **Організаційна форма підприємства** – це спосіб взаємозв'язку окремих елементів продуктивних сил (факторів виробництва).
- ▶ **Економічна форма підприємства** - являє собою господарські або економічні зв'язки і має такі конкретні форми, як бюджетне, орендне, кооперативне, акціонерне тощо.

Типи підприємств:

- приватні (недержавні), до яких часто відносять і колективні (кооперативні),
- державні,
- змішані.

