***«Основи галузевої економіки та підприємництва»***

*Галузева структура економіки в широкому розумінні являє собою сукупність якісно однорідних груп господарських одиниць, що характеризуються особливими умовами виробництва в системі суспільного поділу праці й граючу специфічну роль у процесі розширеного відтворення.*

Галузева структура - це склад галузей і співвідношення між ними. Для детального вивчення галузевої структури конкретного національного комплексу треба спочатку чітко усвідомити, що таке галузь. Із розвитком науки та досвідом, набутим у практиці господарювання, змінювалися підходи до визначення змісту поняття "галузь".  
  


**Мета вивчення дисципліни** — опанувати теоретико-методологічні та соціально-економічні основи трудових відносин у розрізі окремих галузей і сфер економіки, сформувати цілісний світогляд щодо взаємозв’язку економічних процесів у суспільстві. З огляду на це вивчення дисципліни починається з ознайомлення із системою галузей економіки.

**Основні завдання дисципліни:**  
◄ ознайомити учнів зі структурою економіки країни, системою класифікації галузей економіки;  
◄навчити учнів аналізувати, детально вивчати і працювати з нормативними документами, що є суто специфічними в кожній галузі економіки;   
◄ виробити у учнів практичні навички використання здобутих знань для вирішення спеціальних проблем управління працею на макро-, мезо- і мікрорівнях;   
◄ розвинути у учнів почуття відповідальності за зібраний і підготовлений матеріал, що відбиває специфічність і особливість трудових відносин у тій чи іншій галузі економіки;   
◄сприяти формуванню у учнів світогляду щодо взаємозв’язку процесів, які відбуваються в суспільстві, і впливу на них управлінських рішень, пов’язаних з діяльністю персоналу.

**Тема 1: Поняття та класифікація галузей промисловості України**

**План**

1. *Галузь економіки.*
2. *Поняття „ галузь ”.*
3. *Структура національної економіки.*
4. *Інфраструктура економіки: види й значення для національної економіки.*
5. **Галузь економіки**

**Галузь економіки –** сукупність підприємств, які мають спільністю готової продукції, технологій задовольняючих потреб.

Сукупність національної економіки у тому, що вона становить собою сформовану систему національного й суспільного відтворення держави, у якій між собою взаємопов’язані галуз, види й форми громадської праці, сформовані внаслідок тривалого історичного еволюційного розвитку конкретної країни. Вплив на особливості національної економіки надають історичні, залишались культурні традиції, географічне розташування держави, його роль міжнародний поділ праці. Вивченню національної економіки присвячений ряд суміжних із нею наук і навчальних дисциплін:

* Економіка промисловості;
* Економіка будівництва;
* Економіка сільського господарства;
* Економічна теорія.

Структура народного господарства (від лат.structura – порядок) – комплекс виробництв в тій чи іншій країні, що виник з урахуванням поєднання громадського поділу праці, природних ресурсів, історичних традицій і територіальної специфіки.

Складна структура народного господарства визначається у вигляді таких понять, як сектор, галузь, сфера народного господарства. Залежно від сформованих відносин власності в народному господарстві виділяються такі сектори, як приватний, державний, кооперативний. Останнім часом це поняття використовують у зв’язку з специфікою громадського поділу праці. Так, виділяється так званий реальний сектор як сукупність галузей, у яких виробляється матеріальний продукт.

**Поняття „ галузь ” –** основний структурний підрозділ народного господарства, яке є сукупністю підприємств, установ і закупівельних організацій, виконують у процесі громадського відтворення однакові соціально – економічні функції незалежно від територіального розташування відомчої підпорядкованості. Відповідно галузевої структури має місце класифікація галузей народного господарства.

Група однорідних галузей народного господарства утворює **сферу народного господарства.** Так було в відповідності зі специфікою виробництва, і навіть розподілу і перерозподілу виробничих благ виділяються **виробнича і невиробнича** сфери.

**Виробнича сфера** народного господарства – можна адресувати галузі, що виробляють матеріальний продукт.

**Невиробнича сфера** – галузі, що виробляють невиробничі послуги. Виробничі галузі залежно від використання матеріального продукту та специфіки його створення діляться на: **промисловість, сільське господарство й будівництво.**

Галузі **важкої промисловості,** куди входить електроенергетика, паливна промисловість, металургія, хімічна промисловість та нафтохімічна галузі, деревообробна тощо.

Галузі **легкої промисловості**: текстильна, швейна, взуттєва, хутряна.

Галузі **харчової промисловості**: консервна промисловість, молочна промисловість, м’ясна промисловість, масложирова промисловість, макаронна промисловість, кондитерська промисловість, виноробна промисловість, пивоварна і безалкогольних напоїв промисловість, рибна промисловість, соляна промисловість, цукрова промисловість.

Галузі **сільського господарства,** своєю чергою, включає у собі галузі рослинництва і тваринництва.

У цілому нині сукупність всіх структурних підрозділів і становить макроекономічну структуру народного господарства.

**Структура національної економіки** – це сукупність історично сформованих стійких,талановитих в відтворенні функціональних зв’язків між різними одиницями національної економіки.

**Вирізняють такі види структури національної економіки:**

* 1. **Домашнє господарство,** під розуміє розгляд структури національної економіки як взаємозв’язку між домашніми господарствами. Виділення цього виду структур пов’язана з тим, що домогосподарства є потужним економічним суб’єктом, виробляють значну частину національного багатства, впливає на характер взаємозв’язків;
  2. **Соціальна структура** яка виходить із розподілу національної економіки визначені сектора, що є між собою у органічному взаємозв’язку. Розподіл проводиться у разі різним критеріям, наприклад груп населення, підприємств, видам праці. зазвичайвиділяють державний і приватний сектори економіки;
  3. **Галузева структура** передбачає виділення галузей економіки та визначення характеру та сутність взаємозв’язку з-поміж них. Галузь національної економіки – це одиниці національної економіки, у процесі громадського виробництва виконують схожі функціональні завдання. Цей вид структурування національної економіки має значення, оскільки дозволяє реалізувати якісне прогнозування економічного розвитку;
  4. **Територіальна структура,** передбачає аналіз географічного розподілу продуктивних наснаги в реалізації рамок національної економіки – поділ національної економіки різні економічні райони;
  5. **Інфраструктура** національної економіки, яка виходить із визначення роду й характеру взаємодії сфер економіки;
  6. **Структура зовнішньої торгівлі,** передбачає аналіз характеру співвідношень різних товарних груп, їх імпорту й експорту.

**Інфраструктура економіки: види й значення для національної економіки.**

Існує неоднозначне визначення інфраструктури. По – перше, під нею розуміється сукупність систем обслуговування, основне завдання якої у забезпеченні роботи виробництва та наданні різних послуг населенню. По – друге, під інфраструктурою розуміється сукупність одиниць, діяльність яких спрямовано забезпечення нормального функціонування національної економіки. Інфраструктура має значення для функціонування національної економіки, бувши невід’ємну значна її частина.

Виділяють такі основні види інфраструктури у зміцнілій національній економіці:

1. Виробнича інфраструктура;
2. Соціальна інфраструктура;
3. Ринкова інфраструктуру.

**Виробнича інфраструктура** – це сукупність одиниць національної економіки, основна мета функціонування якого є забезпечення нормально функціонувати виробничого процесу. Наприклад, вантажоперевезення, тонажнісудноперевезення тощо.

**Соціальна інфраструктура** – це сукупність одиниць національної економіки, функціонування яких пов’язане із забезпеченням нормальної життєдіяльності населення і людини. Іі роль у сучасній національній економіці постійно підвищується, а основне завдання залежить від забезпечення життєдіяльності населення в дедалі більше високому якісному рівні. Вплив соціальної інфраструктури на національну економіку у тому, що вона дозволяє забезпечити відтворення трудових ресурсів – основного ресурсу економіки.

**Ринкова інфраструктура** – це сукупність одиниць національної економіки , функціонування яких спрямоване забезпечення нормальної діяльності ринку та його розвитку. Вона представлена сукупністю різних організацій та установ, які забезпечують діяльність різних галузей економіки.

**Промисловість** – це основна й провідна галузь, що забезпечує потреби господарства в паливі, енергії, сировині, матеріалах, здійснює постійне технічне переозброєння всіх сфер і галузей економіки, а також задовольняє різні потреби населення.

**Тема : Економічний розвиток України, його можливості**

**План**

1. *Показники залежності економічного розвитку країн;*
2. *Можливості економічного розвитку України.*
3. *Аналіз можливостей України для економічного розвитку.*

Розвиток кожної країни залежить від наявності корисних копалин, родючості земель, географічного положення країн, чисельності населення та його професійної підготовки, культурного рівня, історичної спадщини, економіко-культурних зв’язків з іншими країнами.

Через ці обставини економіка країни складається з окремих галузей таких як:

* Промисловість;
* Сільське господарство;
* Будівництво;
* Торгівля;
* Транспорт
* Зв'язок, тощо.

Потенційні можливості економіки України, у порівнянні з іншими країнами світу, є значними, що дає підстави для оптимістичних прогнозів щодо економічного розвитку нашої країни.

Україна розташована майже у центрі Європи і є другою за розміром території (603,7 тис. км) європейською державою.

Її територія розташована у трьох природних зонах: змішаних лісів, лісостепу, степу. Більша частина країни лежить у басейні ріки Дніпро, рельєф рівнинний (95 відсотків загальної площі країни). Клімат на більшій частині території помірний, на крайньому півдні – субтропічний. Україна має дуже родючі землі має достатньою кількість корисних копален.

За чисельністю населення Україна посідає шосте місце у Європі, а це говорить про достатню кількість трудових ресурсів в країні.

**Отже, Україна має всі передумови для того, щоб її економіка стала могутньою і динамічною, а країна перетворилася на одну з розвинених країн світу.**

**Тема: Ринок як форма існування товарного виробництва**

**План**

1. Що таке ринкова економіка, її характеристика;
2. Принципи ринкової економіки;
3. Ринковий кругообіг товарів;
4. Товарне виробництво – основа ринкової економіки.

**Ринкова економіка** – система заснована на таких принципах: панування приватної власності, свобода вибору і конкуренція, особистий інтерес і обмежена роль держави.

**І принцип – економічна свобода** – можливість індивіда реалізувати свої інтереси і здібності шляхом активної участі в процесі відтворення. Грунтується економічна свобода на приватній власності і свободі підприємництва: кожен індивід має право і можливість використовувати наявні ресурси і створені блага, розпоряджатися ними, виходячи з особистих інтересів. Необхідними атрибутами економічної свободи є економічна відповідальність і ризик.

**ІІ принцип – особистий інтерес**, що виступає головним мотивом і рушійною силою економіки. Для споживача – максимізація корисності, для підприємця – максимізація прибутку.

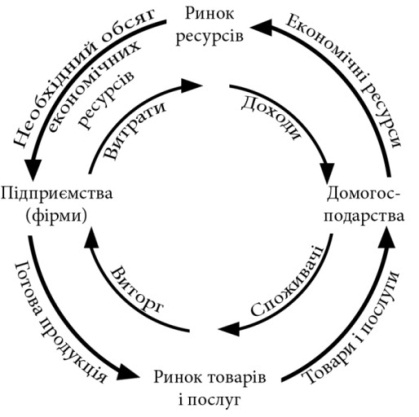
**Свобода вибору** є основою **конкуренції** – суперництва за більш повну реалізацію особистого інтересу. Конкуренція називається досконалою, якщо на ринку існує безліч покупців і продавців, однорідність товарів і послуг, відсутність контролю над ціною, свобода входу і виходу в дану галузь, вільний доступ до інформації.

Класичній ринковій економіці властива обмежена роль державного втручання в економіку.

Ринкова економіка забезпечує ефективність розподілу економічних ресурсів, гнучкість, мобільність їх з метою задоволення потреб покупця, практична відсутність товарного дефіциту. Однак вона має й недоліки:

1. Ринок не зацікавлений у виробництві суспільних благ;
2. Економічний розвиток нестабільний (банкрутства, безробіття, інфляція, розшарування суспільства);
3. Конкуренція має тенденцію до затихання і появи монополії.

Основними діючими особами ринкової економіки є домогосподарства і фірми, що беруть участь в ринковому кругообігу як самостійні й незалежні суб’єкти господарювання, що переслідують особисті інтереси.

*Домогосподарства* – власники різноманітних економічних ресурсів виступають продавцями їх на ринку ресурсів і покупцями готових товарів і послуг на ринку товарів і послуг. Підприємства, здійснюючи витрати, виступають покупцями на ринку ресурсів, забезпечуючи домогосподарствам відповідний вид доходу (заробітна плата, підприємницький дохід, відсоток, дивіденди), і продавцями готової продукції на ринку товарів і послуг. На схемі ринкового кругообігу рух за годинниковою стрілкою озна-чає рух грошей, а проти годинникової стрілки – рух ресурсів, товарів і послуг. Двоїстий зв'язок домо-господарств і підприємств через ринок ресурсів і ринок товарів і послуг забезпечує погодженість їхніх дій. Сучасна ринкова еко-номіка не може функціонувати без держави, і вона здійснює державне регулювання еко-номіки через юридичні регулюючі та контролюючі функції. Основою ринковою економіки є товарне виробництво, де виготовлення товарів і продаж, як видно з малюнка, відбувається постійно.

**Тема**

***Конкуренція: її суть та види***

1. Конкуренція, її суть і економічні основи. Закон конкуренції

2. Види конкуренції

1. **Конкуренція, її суть і економічні основи. Закон конкуренції.**

**Конкуренція** (від лат. concurrere – «зіткнення») **–** економічне суперництво, боротьба між суб’єктами господарської діяльності за кращі умови виробництва і реалізації товарів і послуг з метою отримання найбільшого прибутку;

**-** це боротьба між товаровиробниками за отримання найбільшого прибутку.

Основне завдання конкуренції – завоювати ринок у боротьбі за споживача, перемогти своїх конкурентів і забезпечити одержання сталого прибутку.

*Закон конкуренції* виражає внутрішньо необхідні, суттєві, сталі, причинно-наслідкові взаємозв’язки між економічними суб’єктами у боротьбі за найвигідніші умови виробництва і реалізації товарів з метою одержання найбільшого прибутку.

Кількісне вираження закону конкуренції можна здійснити за допомогою вимірювання стану конкурентоспроможності економічного суб’єкта.

**Конкурентоспроможність** – це володіння властивостями, що створюють певні переваги для суб’єкта конкуренції.

Конкурентні переваги підприємства визначаються за допомогою *коефіцієнта конкурентоспроможності*, який визначається відношенням ринкової вартості продукції до затрат виробництва, тобто:

КК=

де КК – коеф. конкурентоспроможності;

ВП – ринкова вартість продукції;

ВВ – затрати виробництва.

Коефіцієнт конкурентоспроможності не повинен досягати 1, бо це свідчитиме, що підприємство працює без прибутку. Чим більше коефіцієнт перевищує 1, тим успішніше діє суб’єкт конкуренції, тим міцніша його позиція на ринку.

Конкуренція – це складна суперечлива категорія. Вона одночасно має як позитивні, так і негативні наслідки.

Позитивні риси конкуренції:

1. Сприяє розвитку НТП;
2. Веде до покращення якості продукції і обслуговування споживачів;
3. Стимулює економію матеріальних, трудових і фінансових ресурсів;
4. Примушує постійно оновлювати асортимент продукції.

Негативні риси конкуренції:

1) Конкуренція створює умови для безробіття, інфляції та банкрутства окремих підприємств;

2) Сприяє виникненню економічних криз.

У ринковій економіці на конкуренцію **покладено ряд функцій:** регулювання, мотивації, розподілення та контролю. *(презентація)*

**Функція регулювання** полягає в тому, що основні виробничі фактори спрямовуються саме у ті сфери, які потребують їх найбільше і де вони будуть використані найефективніше. Це пов'язано з необхідністю для підприємців виробляти ті товари (надавати послуги, виконувати роботи), які потрібні споживачеві.

Змістом **функції мотивації** є здатність конкуренції стимулювати підприємців пропонувати на ринок найкращі товари за найнижчими цінами, а також знижувати витрати на їх виробництво. Утриматися на ринку, де панує конкуренція, і при цьому отримати прибуток можливо, лише якщо. виконувати зазначені вимоги.

Отже, прибуток перерозподіляється на користь підприємців, які використали свої ресурси найпродуктивніше. Саме в цьому виражається **функція розподілення.**

**Функція контролю** дає змогу не допустити неефективної діяльності підприємців, а також не дозволяє окремим підприємцям необмежене панувати на ринку і нав'язувати споживачам та іншим учасникам ринку свої правила гри.

1. **Види конкуренції**

Види конкуренції

Критерії класифікації

За методами конкурентної боротьби

За галузево-територіальною ознакою

За кількістю суб’єктів ринку та ступенем їх конкурентної сили

- внутрішньогалузева;

- міжгалузева;

- міжнародна

- досконала (чиста);

- недосконала (монополія, монополістична конкуренція, олігополія)

- цінова;

- нецінова;

- чесна;

- нечесна

*Внутрішньогалузева конкуренція –* це боротьба між товаровиробниками однієї галузі за вигідніші умови виробництва і реалізації товарів з метою одержання прибутку (сприяє зниженню витрат виробництва, впровадженню досягнень науки і техніки).

*Міжгалузева конкуренція –* це боротьба між товаровиробниками різних галузей економіки за найвигідніші умови (сфери) застосування капіталу (об’єкт: сфери найбільш прибуткового вкладення капіталу).

*Міжнародна конкуренція –* це конкуренція виробників на світовому ринку.

*Досконала (чиста) конкуренція* передбачає наявність на ринку великої кількості виробників і продавців, що пропонують покупцям однорідний товар. Нові фірми можуть легко ввійти в галузь; усі фірми мають однакову інформацію про ринок. Особливість даної конкуренції в тому, що продавець не може встановити ціну товару вищу ніж ринкова. Це ринки сільськогосподарських продуктів, зокрема зернових, фондові і валютні ринки або банки. *(Товарні ринки – ринки сировини – чай, кава, зерно; Валютні ринки - продавці й покупці на валютних біржах купують і продають різну валюту за ціною, яка диктується загальними ринковими умовами.)*

*Монополія* (від грец. monos-один, poleo-продаю) характеризується наявністю єдиного продавця на ринку конкурентного (часто унікального) товару і неможливістю входження інших фірм у цей ринок («Кока-кола»). В країні з ринковою економікою з монополізмом ведеться боротьба на державному рівні. ЧОМУ? *(високі ціни на продукцію, неповажне відношення до покупців, недостатній асортименти товарів, відсутність прогресу в розвитку виробництва, інше)*

Однак, є галузі, де монополія просто необхідна: виробництво атомної зброї, електромережі, тепломережі тощо.

Подібні підприємства відносять до природньої (державної, легальної) монополії. Конкуренція на цих підприємствах може лише збільшити сукупні витрати й зашкодити суспільству.

До них відносяться: комунальні служби, залізниці, телефонні компанії, постачальники газу, електрики. Вони підлягають суспільному регулюванню. Зокрема, ціни або тарифи на їхню продукцію дуже часто визначаються державними службами, відомствами.

*Монополістична конкуренція –* велика кількість виробників, які пропонують схожу, але не ідентичну продукцію. Кожна фірма пропонує особливий тип товару, який відрізняється якістю, оформленням, престижністю. Виробник має можливість встановлювати і впливати на ціну; споживач має можливість широкого вибору *(перукарні, кінотеатри, виробники одягу, взуття тощо)*

В умовах монополістичної конкуренції фірма виробляє не однакову продукцію, а диференційовану, тобто він стає монополістом своєї марки.

Виробники, які працюють на цьому ринку не являються великими підприємствами, вони потребують відносно невеликий початковий капітал і це підштовхує до вступу в галузь нові підприємства.

*Олігополія –* це структура ринку, на якому панує кілька великих фірм-виробників. Для доступу до ринку існують перешкоди: патенти, ліцензії, значні витрати на рекламу і забезпечення конкурентоспроможності товарів *(Ринок автомобілів, побутових електроприладів, комп’ютерної техніки)* .

*Цінова конкуренція –* головним методом боротьби є ціна. За цінової конкуренції перемагає той, хто домагається нижчої ціни продукції, ніж конкуренти.

*Нецінова конкуренція –* стратегія конкурентної боротьби, яка спрямована на створення передумов, які покращують реалізацію продукції (реклама, покращення якості продукції, умови продажу товару: продаж товарів у кредит, безкоштовна доставка товару додому та його встановлення, продаж товару із забезпеченням до нього запасних частин).

*Нечесна (недобросовісна) –* це конкуренція, спрямована на отримання комерційної вигоди й забезпечення панівного становища фірми на ринку через обман споживачів, партнерів чи державних органів. Найпоширенішими методами недобросовісної конкуренції є:

- дезінформація споживачів про товар або послугу (н-д, недостовірні відомості про якість, сорт, термін зберігання);

- неправомірне використання позначень товару іншого виробника;

- компрометація товарів конкурентів (поширення неправдивих, неточних відомостей про властивості товарів своїх конкурентів, порівняльна реклама);

- переманювання провідних спеціалістів фірм-конкурентів, шляхом підкупу, встановлення вищих окладів та надання різних пільг.

Державний контроль за дотриманням конкурентного (антимонопольного) законодавства, захист інтересів підприємців та споживачів від його порушень здійснює Антимонопольний комітет України відповідно до його повноважень, визначених законом.

Тема: *Конкуренція*

*Задача*

Компанія «Гарячий пиріжок» одержала виключні права на торгівлю пиріжками на місцевому стадіоні під час футбольних матчів. Компанія може встановити будь-яку ціну на свій товар. Перед тим як встановити ціну, компанія провела дослідження і подала його результати.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Ціна за 1 шт., грн. | Кількість покупців | Загальні витрати, грн. | Сума доходу, грн. | Прибуток (збиток), грн. |
| 1,00 | 1000 | 330 |  |  |
| 5,00 | 800 | 2800 |  |  |
| 7,00 | 500 | 2500 |  |  |
| 7,50 | 200 | 1000 |  |  |
| 8,00 | 50 | 275 |  |  |
| 10,00 | 10 | 80 |  |  |

Виконавши необхідні обчислення, заповніть таблицю досліджень і порадьте власникам компанії, яку ціну варто встановити на товар.

**Тема. Попит, пропозиція, ринкова ціна та гроші у функціонуванні економіки**

1. Закон попиту та його графічне зображення. Фактори, що впливають на зміну в попиті

2. Закон пропозиції та його графічне зображення. Фактори, що впливають на зміну пропозиції

3. Механізм встановлення ринкової рівноваги. Рівноважна ціна.

4. Гроші та інфляція

**1.** [**Попит**](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=165465&w=%D0%9F%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82#term) – кількість товару (послуг), яку бажають і спроможні (платоспроможний попит) купити споживачі за певну ціну в одиницю часу.

***Закон попиту.*** Обсяг попиту знаходиться в оберненій залежності від зміни рівня ціни при сталості усіх інших чинників. Чим вища ціна товару, тим менше на нього попит, і навпаки.

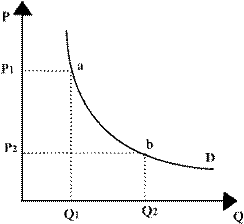
Про дію цього закону свідчить, по-перше, те, що низькі ціни посилюють у споживача бажання купувати товари, практика розпродажу товарів за зниженими цінами. По-друге, оскільки споживання підлягає дії принципу знижувальної граничної корисності (покупець товару отримує менше задоволення або корисності від кожної наступної одиниці продукції), то споживачі купують додаткові одиниці продукту лише за умови, що його ціна знижується. По-третє, підтвердженням цього є [ефект доходу](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=165465&w=%D0%95%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82+%D0%B4%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%83#term) та [ефект заміщення](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=165465&w=%D0%95%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82+%D0%B7%D0%B0%D0%BC%D1%96%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F#term).

Графічне зображення даної функції називають кривою попиту (лінія D), де

(Q) - обсяг попиту,

(P) - рівень цін.

Попит – функція від ціни. Q = f(P)



*Рис.1. Графчне зображення закону попиту*

**Нецінові чинники (фактори), що впливають на зміну в попиті:**

* величина доходів;
* ціни на взаємодоповнюючі (товар – комплемент) та взаємозамінні (товар – субститут );
* індивідуальні смаки (мода);
* очікування споживачів;
* кліматичні умови.

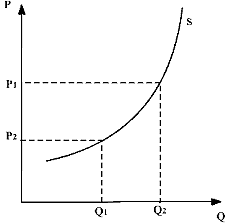
[**Пропозиція**](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=165465&w=%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D1%96%D1%8F#term) **–** кількість товару, яку продавці готові продати за певну ціну в одиницю часу.

***Закон пропозиції*.** Обсяг пропозиції прямо залежить від зміни рівня ціни при незмінності усіх інших факторів. Чим вище ціна, тим більша пропозиція, і навпаки. Графічне зображення даної функції називають кривою пропозиції  (лінія S),

де  (Q) - обсяг пропозиції,

(P)- рівень цін.

Пропозиція – функція від ціни. (Q) = f(P)



*Рис. 2. Графічне зображення закону пропозиції.*

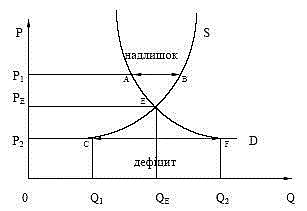
**Фактори, що впливають на зміну в пропозиції:**

* зміна цін на ресурси;
* технологія; податки і дотації;
* зміна мети виробництва;
* очікування виробників.

Зміни в пропозиції, зумовлені неціновими чинниками, змінюють положення кривої попиту, зсуваючи її праворуч або ліворуч. Рух по кривій (S) відображає зміну обсягу попиту під впливом ціни.

[**Рівноважна ціна**](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=165465&w=%D0%A0%D1%96%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%B6%D0%BD%D0%B0+%D1%86%D1%96%D0%BD%D0%B0#term) – ціна, при якій інтереси покупців і продавців задовільняються, балансуються.

**Рівноважна ціна** – ціна, за якої внаслідок дії конкурентних сил продавці пропонують стільки товарів, скільки покупці готові їх купити. Якщо ціна підніметься вище рівноважного рівня, то на ринку відбудуться такі зміни: обсяг попиту зменшиться, а пропозиція зросте. Утвориться надлишок товару. Якщо ціна опуститься нижче рівноважного рівня, то попит зросте, а пропозиція зменшиться, що призведе до дефіциту товарів на ринку. Для відновлення рівноваги в першому випадку ціна повинна знизитись, а у другому випадку – зрости і повернутися до рівноважного рівня.



*Рис. 3. Графічне зображення рівноважної ціни*

*Цінова еластичність попиту і пропозиції* показує міру залежності попиту чи пропозиції від ціни, відображає ступінь зміни обсягу попиту чи пропозиції під впливом зміни ціни.

4. **Гроші** - товар особливого роду, що служить загальним еквівалентом для усіх інших товарів.

Функції грошей:

1) міра вартості - полягає у здатності грошей як загального еквівалента вимірювати вартість усіх інших товарів, надаючи їй форму ціни;

2) засіб обігу - виконують роль посередника в обміні товарів і забезпечують їхній обіг;

3) засіб платежу - полягає в обслуговуванні грошима погашення різноманітних боргових зобов’язань між суб’єктами економічних відносин;

4) утворення скарбу - виконують ті гроші, які виходять з обігу, тимчасово переривають свій рух, нагромаджуються;

5) світові гроші - полягає в обслуговуванні грошима міждержавних економічних відносин, пов’язаних з розрахунками за зовнішньоторговельні операції, наданням кредитів та іншими угодами.

**Грошова система** – форма організації грошового обігу, яка історично склалася в країні й законодавчо закріплена державою. Елементи грошової системи: назва національної грошової одиниці; вид грошових знаків; порядок грошової емісії; встановлення курсу національної валюти і порядок її обміну на іноземну; наявність державних фінансових інститутів, які здійснюють регулювання грошового обігу в країні.

Паперові гроші - грошові знаки, замінники повноцінних грошей, оголошені урядом як обов’язковий до приймання засіб обігу та законний засіб платежу за борги. У зв’язку з функціями грошей як засобу обігу та платежу виникають кредитні гроші - векселі, банкноти, чеки, електронні гроші, кредитні картки.

[*Вексель*](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=250034&w=%D0%92%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B5%D0%BB%D1%8C#term) - боргове зобов’язання, яке видасться при купівлі товару в кредит. Боржник зобов’язаний оплатити свій вексель, виданий кредитором у строго визначений термін.

[*Банкнота*](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=250034&w=%D0%91%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%BD%D0%BE%D1%82%D0%B0#term) - кредитні знаки грошей, які випускаються емiсiйними банками. Це безстрокові зобов’язання i підлягають оплаті в будь-який час.

[*Чек*](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=250034&w=%D0%A7%D0%B5%D0%BA#term) - письмовий наказ власника поточного рахунку банку про виплату зазначеної суми тому, хто отримав чек або про переведення цієї суми на його рахунок.

[*Електронні гроші*](https://dl.tntu.edu.ua/mods/_core/glossary/index.php?g_cid=250034&w=%D0%95%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%96+%D0%B3%D1%80%D0%BE%D1%88%D1%96#term) – банківська система переказу грошових засобів за допомогою комп’ютерної техніки та засобів зв’язку, які замінюють паперові гроші та інші грошові документи при безготівкових розрахунках.

Кредитна картка – іменний платіжно - розрахунковий документ, який засвідчує особу власника рахунка в банку і надає йому право на придбання товарів і послуг у кредит без оплати готівкою. Рівняння І.Фішера - монетарне рівняння для визначення кількості грошей.

**М\*V=P\*Q,**

де M - пропозиція грошей ,

V- швидкість обігу грошей ,

P- рівень цін товарів ,

Q- обсяг виробництва товарів і послуг.

**Інфляція** – переповнення каналів грошового обігу масою надлишкових грошей, що веде до їх знецінення (зниження купівельної спроможності) та зростання загального рівня цін в країні.

*Внутрішні причини* інфляції: зростання державного боргу і дефіциту державного бюджету; надмірна емісія паперових грошей; порушення пропорцій відтворення між виробництвом і споживанням, грошовою масою і сумою товарних цін; мілітаризація економіки; монополія великих фірм; випередження темпів зростання заробітної плати порівняно з темпами зростання продуктивності праці.

*Зовнішні фактори* інфляції – інтернаціоналізація господарства, структурні світові кризи (енергетична, фінансова, продовольча).

Антиінфляційна політика включає: скорочення дефіциту бюджету, скорочення ставок податків, стимулювання середнього й малого бізнесу, регулювання валютного курсу, структурну перебудову економіки, роздержавлення і приватизацію.

***Антиінфляційна політика*** має два види:

* *адаптивна політика*, яка проявляється у пристосуванні до умов інфляції, у пом’якшенні її негативних наслідків, поступовому зниженні темпів зростання грошової маси;
* *активна політика* (шокова терапія) – базується на різкому скороченні темпів зростання грошової маси, особливо прийнятна в умовах гіперінфляції.

Соціальні наслідки:

1) зниження життєвого рівня усіх верств населення;

2) знецінення грошових заощаджень населення в банках та інших паперових активів;

3) посилення соціальної диференціації населення і напруги в суспільстві;

4) зменшення обсягу інвестицій.

**Тема : Підприємство як форма діяльності**

**в умовах ринкової економіки**

**План**

1. *Сутність підприємництва;*
2. *Функції та умови існування підприємства;*
3. *Види підприємницької діяльності.*

**Підприємництво** – сукупність економічних, юридичних, політичних, історичних та психологічних відносин.

**Підприємництво** – це тип господарської поведінки щодо організації, розробки, виробництва і реалізації благ з метою отримання прибутку та соціального ефекту.

**Передумови підприємництва:**

1. *Економічні* – полягають у тому, щоб у суспільстві функціонували різні власники приватні, колективні, державні – це сприятиме свободі підприємницької діяльності.
2. *Політичні* – полягають у створенні в країні сприятливого політичного клімату для підприємництва, що можливо досягти на основі розробки і здійснення стабільної економічної політики.
3. *Юридичні* – ґрунтуються на законодавстві нормативно-правових актів, розроблених у країні. Закони мають створити для усіх учасників ринкових відносин однакові «правила гри».
4. *Психологічні* – полягають в позитивній суспільній думці щодо підприємництва і особливо в його економічній, матеріально-технічній і організаційній підтримці.

**Функції підприємництва:**

1. *Творча* – сприяння, генеруванню та реалізації нових ідей, здійснення техніко-економічних наукових розробок і проектів.
2. *Ресурсна* – передбачає, що вона націлена на мобілізацію матеріальних, людських та фінансових ресурсів та їх ефективне використання.
3. *Організаційна* – поєднання ресурсів виробництва в оптимальних пропорціях і здійснення контролю за їх раціональним використанням.

Згідно з законом України «про підприємництво» підприємства в Україні здійснюється за такими принципами:

1. Вільний вибір діяльності на добровільних засадах.
2. Самостійне формування програми діяльності та вибір постачальників і споживачів виготовленої продукції, встановлення цін відповідно до законодавства.
3. Вільне наймання працівників.
4. Вільне розпорядження прибутком.

**Види підприємницької діяльності**

1. *Виробниче підприємництво* – здійснюється підприємцями, які виготовляють різноманітну продукцію, надають послуги, створюють духовні блага (навчання, музика).
2. *Комерційне* – пов’язане з процесом реалізації готові продукції (форми та продажу готові продукції).
3. *Посередницьке* – має на меті налагодження зв’язків між виробництвом продукції (послуг) та споживання. Представлене фірмами, що надають інформацію створюють рекламу, досліджують ринок, консультують ринок.
4. *Фінансове* – виконує функції, які пов’язані з рухом грошей, цінних паперів, надання кредитів та страхування майна і ризиків (страхові компанії, інвестиційні фонди та інші фінансово-кредитні банки. Суб’єктами підприємництва можуть бути громадяни України і інших держав, які не обмежені законом у правоздатності, юридичні особи всіх форм власності; не допускається заняття підприємницькою діяльністю таким категоріям громадян, військовослужбовцям, службовим особам органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, а також органам державної влади і управління, які покликані здійснювати контроль за діяльністю підприємства.

Не можуть бути зареєстровані як підприємці особи, які мають непогашену судимість за крадіжки, хабарництво та інші корисливі злочини.

**Класифікація підприємств:**

****

**Тема : Витрати виробництва. Собівартість.**

**План**

1. *Що таке витрати виробництва, елементи витрат;*
2. *Що таке прибуток, його види;*
3. *Рентабельність підприємства, вирахування рентабельності.*

**Витрати виробництва** – це те, у що обходиться виготовлення товару підприємству, фірмі або компанії.

Витрати класифікуються за такими ознаками:

* За центрами відповідальності;
* За видами продукції, робіт, послуг;
* За єдністю складу витрат;
* За видами витрат;
* За календарними періодами;
* За доцільністю витрачання, тощо.

За видами витрат в поліграфії витрати групуються за такими елементами:

* Матеріали;
* Основна і додаткова зарплата;
* Відрахування на соціальні потреби;
* Утримання і експлуатацію обладнання;
* Амортизацію обладнання;
* Інші витрати;
* Загальнозаводські витрати;
* Втрати від браку.

**Собівартість** – це всі поточні витрати підприємства на виготовлення та реалізацію, продукції, виражені у грошовій формі.

**Прибуток** – це та частина виручки, яка залишається підприємству після відшкодування усіх витрат, пов’язаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності.

Прибуток виступає основним джерелом фінансування розвитку підприємства, удосконалення його матеріально – технічної бази, забезпечення його усіх форм інвестування.

Прибуток може бути таких видів:

* Загальний (балансовий);
* Чистий.

**Загальний (балансовий) прибуток** – це весь прибуток підприємства, отриманий від усіх видів діяльності, до його оподаткування та розподілу. Загальний прибуток = Виручка – Собівартість.

**Чистий прибуток** – це прибуток після оподаткування, що реально поступає у розпорядження підприємства. Чистий прибуток = Загальний прибуток ПДВ – кредити.

Ступінь ефективної діяльності підприємства вимірюється прибутковістю та рентабельністю.

***Рентабельність*** *–* це відносний показник ефективності роботи підприємства, який у загальній формі обчислюється як відношення прибутку до витрат (ресурсів).

Рентабельність має кілька форм, залежно від того, які саме прибуток і ресурси використовують у розрахунках. Поняття рентабельність застосовують як до продукції та виробництва, так і до інвесторних ресурсів. Рентабельність продукції характеризує ефективність витрат на її виробництво і збут:

**Рп=**

Де РП – рентабельність продукції,

ПР. – прибуток від реалізації продукції,

СР. – повна собівартість реалізованої продукції.

**Тема**: **Прибуток підприємства. Джерела отримання прибутку**.

*В чому відмінність між поняттям «прибуток» і «дохід» ?* Прибуток – основний показник ефективності роботи підприємства і його максимізація – основна мета діяльності підприємства.*(* ***аналіз схеми № 1****).*

На прибуток підприємства впливає ряд чинників *(* ***схема № 2*)** а також обсягвиробленої продукції. Не завжди прибуток можна збільшити шляхом збільшення обсягів виробництва. Основними чинниками, які впливають на прибуток підприємства є попит на продукцію, знання ринку, правильного керування та планування діяльності підприємства. *Пригадайте, яка мета управління і планування ?*

Щоб обчислити загальний прибуток підприємства, треба від загального доходу відняти загальні витрати. : **Т R –ТС = ТР** , де Т R – загальний дохід, ТС – загальні витрати, ТР – загальний прибуток.

Знаючи з попереднього заняття види та способи обчислення витрат, ми можемо обчислити і прибуток.

Існуєає два види прибутку: економічний прибуток і бухгалтерський.

Економічний прибуток = бухгалтерський (валовий) – внутрішні витрати

Бухгалтерський прибуток = валовий дохід – витрати.

Чистий прибуток = валовий прибуток – податкові платежі.

Якість роботи підприємства визначають за відносним показником , який відображає ступінь прибутковості – рентабельністю ( відношення прибутку до вартості основних виробничих та оборотних засобів, виражене у відсотках).

|  |
| --- |
| **Види прибутку** |

|  |
| --- |
| **Економічний прибуток ЕР** |
| **Неявні витрати ІС** |
| **Явні витрати ЕС** |
| **ЕР = ТR – ТС,**  **де ТС = ЕС+ІС** |

|  |
| --- |
| **Бухгалтерський прибуток АсР** |
| **Явні витрати ЕС** |
| **АсР = ТR – ЕС** |

**загальний дохід (виторг)**

**Схема 1. Прибуток – *основний показник ефективності роботи підприємства***

**Виручка ТR (валовий дохід) –** *це сума грошей від реалізації підприємством певної кількості товарів і послуг за ринковою ціною***.**

**ТR = Р × Q , де Р –** ціна ; **Q –** кількість

**Граничний дохід** (**МR) –** є приростом загального доходу (виручки) при випуску додаткової одиниці продукції .

**МR =Δ ТR / ΔQ**

**де ΔТR -** зміна загального доходу

**ΔQ -** зміна випуску продукції

**Умови максимізації прибутку**





**У точках А і В прибуток ТР**

**дорівнює 0. Якщо ТС > ТR то ТР – мах в точці перетину**

**виробництво збиткове. ТР-мах, графіків МС і МR.**

**Коли відрізок між ТR і ТС найбільший.**

**Схема 2. Чинники впливу на підприємницький дохід**

|  |
| --- |
| **Підприємницький дохід** |

|  |
| --- |
| **Економічний прибуток** |

|  |
| --- |
| **Нормальний прибуток** |

|  |
| --- |
| **Чинники** |

|  |
| --- |
| **Розмір податків** |

|  |
| --- |
| **Банківський відсоток, орендна плата** |

|  |
| --- |
| **Попит на товари** |

|  |
| --- |
| **Вища капіталовіддача** |

|  |
| --- |
| **Знання ринку** |

|  |
| --- |
| **Ефективність використання ресурсів** |

|  |
| --- |
| **Кон’юнктура ринку** |

|  |
| --- |
| **Продуктивність праці** |

**Розв’язування задачі**

Визначити прибуток та рентабельність виробу на кожному з трьох підприємств, що випускають однакові моделі, якщо повна собівартість виробу складає по підприємствах: С1= 320 грн/шт.., С2= 350 грн/шт.., С3 = 385 грн/ шт.., а річний обсяг випуску становить N1= 15 тис. шт../рік,

N2 = 5 тис.шт/рік, N3= 1тис. шт../рік. Відомо, що нормативна рентабельність виробу складає 18%.

***Розв’язок****:*

1. Визначимо середньогалузеву собівартість приймача:

Ссг = (320×15000 + 350 ×5000 + 385 ×1000) / 21000 = **330.24** (грн.).

2. Визначимо оптову ціну виробу:

Цо = Ссг × ( 1+ Рв / 100) = 330.24 × (1+ 18/100) = **389.68 (**грн.**/**шт.)

3. Визначимо прибуток на один приймач по кожному підприємству:

Пі = Цоі- Сі

П1 = 389.68 – 320 = **69.68 (**грн.**/**шт.)

П2 = 389.68 – 350 = **39.68 (**грн.**/**шт.)

П3 **=** 389.68 – 385 = **4.68 (**грн.**/**шт.)

4**.** Визначимо рентабельність виробу по кожному підприємству:

Рві = Пі/Сі × 100

Рв1 = 68.69 /320 × 100 = **22 (%)**

Рв2 = 39.68 /350 × 100 = **11(%)**

Рв3 = 4.68 / 385 × 100 = **1.2 (%)**

**Відповідь.** Прибуток та рентабельність виробу на кожному з трьох підприємств становитиме відповідно: на 1- 69.68 грн/шт.. (22%), на 2- 39.69 грн/шт.. (11%), на 3 – 4. 68 грн/шт.. ( 1.2%).

***Тема:***  **Ринок праці.**

**Ринок робочої сили** – це система економічних відносин між його суб’єктами з приводу купівлі-продажу трудових послуг, які пропонуються найманими працівниками за цінами, що складаються під впливом співвідношення попиту і пропозиції.

**Робоча сила** – це товар і, як будь-який товар, він має свій ринок, на якому здійснюється його купівля-продаж. Суб’єктами ринку робочої сили є наймані працівники. Об’єктами – умови найму на роботу. Як і кожний товар, ціна на робочу силу визначається залежно від попиту і пропозиції.

**Умови існування ринку робочої сили:**

1. Наявність економічного простору і можливості вільного переміщення громадян.
2. Відсутність обмежень на заробітну плату, а також наявність житла і робочих місць.
3. Єдність правових умов, функціонування ринку на основі вільно обраного виду діяльності та конкурентоспроможності.
4. Організація єдиної в межах території, ефективно функціонуючої біржі праці.

**Міжнародна міграція робочої сили** – переміщення працездатного населення в межах світового господарства.

Міграція робочої сили в межах світового господарства постійно зростає і супроводжується певними якісними змінами.

**Міжнародна міграція робочої сили** – переміщення працездатного населення в межах світового господарства і формування на цій основі сукупності економічних відносин з приводу організації цього процесу та привласнення створеного його працею необхідного та додаткового продукту. Інтернаціональна вартість робочої сили (як свідчить досвід країн ЄС) утворюється на основі середніх для регіону рівнів освіти та кваліфікації працівників, середньої складності праці, середніх умов відтворення робочої сили нормальної якості.

Позитивні наслідки: зменшення безробіття, набуття емігрантами нових знань і досвіду, поліпшення їх та членів їх сімей умов життя, отримання країною-експортером додаткового джерела валютних доходів у формі грошових переказів від емігрантів.

Негативні наслідки: відтік кадрів високої освіти та кваліфікації з країни-експортера. Щоб послабити негативний вплив цих процесів, використовують державне регулювання міжнародної робочої сили.

**Державне регулювання міжнародної міграції робочої сили** – це сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу на міграційний рух працездатного населення, з метою його пристосування до потреб національної економіки.

**Тема:** **Податки у підприємницькій діяльності**

*Якщо ви порушуєте правила, вас штрафують; якщо ви дотримуєте правила, вас оподатковують.*

Л. Пітер

«Немає нічого визначеного у світі, окрім податків і смерті». Ці слова американського вченого і державного діяча Бенджаміна Франкліна найактуальніше характеризують сьогоднішній день.

Ми користуємося суспільними благами. Кожен з нас покладається на державу, яка повинна забезпечити національну безпеку, цивільний світ, доступ до освіти і охорони здоров’я, охорону довкілля і надання інших послуг. Для виконання своїх функцій державі потрібні гроші, значна частина яких формується за рахунок податкових вступів.

Будь-якій державі для виконання своїх функцій необхідні фінансові ресурси. Головним джерелом таких ресурсів є кошти, які держава збирає з фізичних і юридичних осіб у формі податків.

Податки з’явилися у сиву давнину разом із формуванням вкладних структур. У східних слов’ян першою формою податків були добровільні підношення своїх племен і данина з чужих.

З розвитком держави розвивались і податки, адже вони є платою суспільства за виконання державою її функцій.

Поняття «податки» має не лише економічний, але й філософський зміст. Податок – це елемент суспільного побуту, його важливий атрибут. Тема податків завжди була актуальною. Так, міністр Франції Кольбер три сторіччя тому зауважив: «…збирання податків подібне до скубання гусака: необхідно отримати максимальну кількість пір’я з мінімальним шипінням».

**Податки** – це обов’язкові платежі, які стягуються державою з юридичних і фізичних осіб.

Податкові надходження є базою доходної частини державного бюджету і водночас найбільш важливим регулятором соціально-економічних процесів. Податки сплачуються періодично, тому формується постійний потік коштів до бюджету.

Головними функціями податків є:

* фіскальна, яка полягає в тому, що податки забезпечують формування доходів державного бюджету;
* регулююча, за рахунок якої здійснюється регулювання структур економіки, зовнішньоекономічних зв’язків, науково-дослідних робіт, охорони навколишнього природного середовища та інших об’єктів;
* стимулююча – створення нових робочих місць, розвиток виробництва, стимулювання НТП.

Сукупність податків, зборів, інших обов’язкових платежів до бюджету і внесків до державних цільових фондів, а також сукупність державних податкових органів становлять **податкову систему**.

Класифікація податків надає кожному податку відповідне місце в податковій системі, завдяки чому вона виконує певні прогностичні функції (обґрунтовується необхідність уведення кожного нового виду податку). Класифікація податків здійснюється за кількома ознаками:

♦ за рівнем бюджетної системи (загальнодержавні та місцеві);

♦ за суб’єктом оподаткування (юридичні та фізичні особи);

♦ за формою оподаткування;

♦ за способом стягнення (прямі та непрямі);

♦ за економічним змістом об’єкта оподаткування (на доходи, на споживання, на майно);

♦ за системою ціноутворення (податки, що зараховують на собівартість, та податки, які сплачують із прибутку) тощо.

В умовах ринкової економіки фінансова політика держави базується на системі фінансових регуляторів. Такими фінансовими регуляторами є насамперед податки, що забезпечують вилучення і перерозподіл створеного валового внутрішнього продукту і формування централізованих фондів грошових ресурсів держави.

Робота з таблицею «Класифікація податків».

**Класифікація податків**

| № з/п | Критерій | Вид | Характеристика/ Приклад |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Об’єкт оподаткування | Прямі | Об’єктом оподаткування виступає прибуток, дохід, майно (податок на прибуток, податок з доходів фізичних осіб, податок на землю) |
| Непрямі | Об’єктом оподаткування виступають господарські операції, у цьому випадку податки є надбавкою до ціни і сплачуються кінцевим споживачем (ПДВ, акцизний збір, мито) |
| 2 | Ознака органів державної влади, що їх встановлюють і стягують, або ознака бюджетів, до якого сплачуються | Загальнодержавні | обов’язкові платежі, які встановлюються найвищими органами влади в державі та є обов’язковими до сплати за єдиними ставками на всій території України, ці податки можуть формувати дохідну частину як державного, так і місцевого бюджетів (ПДВ, акцизний збір, податок на прибуток тощо) |
| Місцеві | обов’язкові платежі, які встановлюються місцевими органами влади і є обов’язковими до сплати за встановленими ставками тільки на певній території, ці податки та збори надходять виключно до місцевих бюджетів (комунальний податок, податок на рекламу, ринковий збір тощо) |
| 3 | Порядок використання | Загальні | Знеособлюються при надходженні до бюджету (ПДВ, акцизний збір, податок на прибуток, податок з доходів фізичних осіб та ін.) |
| Спеціальні (Цільові) | Мають цільове призначення (збори на обов’язкове соціальне та державне пенсійне страхування) |
| 4 | Характер ставок | Тверді | Обчислюються у грошових одиницях на одиницю об’єкта оподаткування |
| Відсоткові (часткові) | Обчислюються у відсотках до об’єкта оподаткування |
| 5 | Характер відсоткових ставок | Регресивні | Ставки знижуються по мірі збільшення доходів |
| Пропорційні | Рівна частка податку в доходах незалежно від їх величини |
| Прогресивні | Чим вищий дохід, тим більша частка коштів стягується до бюджетів |
| 6 | Економічний зміст об’єкта оподаткування | На доходи та прибутки | Стягуються з чистого доходу з фізичних і юридичних осіб у момент його отримання (заробітна плата, прибуток, валовий дохід) |
| На майно | Стягуються внаслідок наявності конкретного виду майна, що перебуває в приватній, колективній та державній власності (податок на нерухоме майно (на нерухомість), податок з власників транспортних засобів) |
| На споживання | Стягуються в процесі споживання товарів, робіт і послуг (непрямі податки) |
| 7 | Суб’єкт оподаткування | З юридичних осіб | Податок на прибуток, комунальний податок |
| З фізичних осіб | Податок з доходів фізичних осіб |
| Змішані податки | Плата за землю, податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів |
| 8 | Джерела сплати | Які входять до валових витрат та собівартість | Збір на обов’язкове соціальне страхування, збір на обов’язкове державне пенсійне страхування, плата за землю, плата за торговий патент на деякі види підприємницької діяльності, податок на промисел, фіксований сільськогосподарський податок, податок на рекламу, комунальний податок тощо |
| Які сплачуються з прибутку підприємства або капіталу | податок на прибуток підприємства, податки з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів, збір за забруднення навколишнього середовища, державне мито тощо |
| Які входять до ціни виробу | Податок на додану вартість, акцизний збір |
| 9 | Порядок зарахування | Регульовані | Зараховуються до різних бюджетів, тобто розподіляються державою між рівнями бюджетної системи |
| Закріплені (директивні) | У повному обсязі надходять до одного бюджету |

Американський економіст Артур Лаффер надав графічний доказ тому, що до певного моменту підвищення податкової ставки збільшує суму доходів бюджету, а потім ці надходження починають зменшуватися.

Так Лаффер прийшов до висновку про існування оптимального рівня оподаткування, за якого державні доходи досягають свого максимуму.

Прихильники зменшення податків вважають, що високі податки призводять до зменшення розмірів ринку, оскільки покупцям і виробникам невигідно бути його учасниками.

Податкові системи розвинених країн ґрунтується на кількох головних принципах.

Принцип вигоди. Різні люди повинні оподатковуватися настільки, наскільки вони використовують програми, що фінансуються з податків.

Принцип платоспроможності. Розмір податку повинен відповідати величині доходів і майна платника.

Принцип справедливості. Хто має більші доходи повинні сплачувати вищі відсотки із своїх доходів.

Справедливість по горизонталі. Люди, які мають однакові доходи повинні сплачувати однакові податки.

*Завдання*

1. Скласти перелік податків, які сплачують громадяни України ( фізичні особи).
2. Акцизний податок в Україні (види акцизів, перелік підакцизних товарів)

**Тема : Сутність та основні поняття маркетингового менеджменту**

**на сучасному підприємстві**

**План**

*Менеджмент та мета менеджменту*

*Основне завдання менеджменту*

*Функції менеджменту*

*Концепція, прогноз, програма – засоби впливу управління*

**Менеджмент** (англ. Management – управління, завідування, організація) – це управління виробництвом або комерцією; сукупність принципів, методів, коштів і форм управління, що розробляються і що застосовуються з метою підвищення ефективності виробництва і збільшення прибутку.

Сучасний менеджмент включає дві невід'ємні частини:

* - теорію керівництва;
* - практичні способи ефективного управління або мистецтво управління.

Основною ціллю менеджменту є забезпечення прибутковості, або дохідності в діяльності фірми шляхом раціональної організації виробничого процесу.

Найважливішим завданням менеджменту є організація виробництва товарів і послуг з урахуванням потреб споживачів, забезпечення рентабельності діяльності підприємства і його стабільного становища на ринку. У зв'язку з цим – завдання менеджменту це:

* - *забезпечення автоматизації виробництва і перехід до використання робітників, які мають високу кваліфікацію;*
* *- стимулювання роботи працівників фірми шляхом створення для них кращих умов праці та встановлення більш високої заробітної плати;*
* *- постійний контроль за ефективністю діяльності фірми, координація всіх підрозділів фірми;*
* *- постійний пошук і освоєння нових ринків.*

Управління розглядається як процес взаємопов'язаних дій. Ці дії дуже важливі для успіху організації, їх називають управлінськими функціями. Кожна управлінська функція також є процесом, тому що складається із серії взаємопов'язаних дій.

*Процес управління* – це загальна сума всіх функцій, а саме:

* - планування;
* - організація;
* - мотивація;
* - контроль.

*Функції управління* – це конкретний вид управлінської діяльності, що здійснюється спеціальними прийомами і способами, а також відповідна організація робіт.

*Організація* – процес координації завданій підприємця і дій працівникв.

*Мотивація* – процес спонукання себе або інших до діяльності заради досягнення спільної мети.

*Планування* – припускає рішення про те, якими повинні бути мета організації і що повинні робити її члени, щоб досягти цих цілей. По суті – це підготовка сьогодні до завтрашнього дня, визначення того, що потрібно і як цього домогтися.

Планування, як основна функція менеджменту являє собою вид діяльності по формуванню засобів впливу, що забезпечують єдиний напрямок зусиль усіх членів фірми на досягнення загальних цілей. Планування як процес управління включає розробку і реалізацію засобів впливу: концепцію, прогноз, програму, план.

*Контроль* – це особливий вид діяльності на підприємстві, який зосереджений на спостереженні за процесом управління та на його оцінці. Контроль є кінцевою функцією менеджменту. У самому загальному виді контроль означає процес порівняння (зіставлення) фактично досягнутих результатів із запланованими.

* Контроль буває;
* Попередній;
* Поточний;
* Завершальний.

*Менеджмент* – найважливіше поняття в ринковій економіці. Його вивчають економісти, підприємці, фінансисти, банкіри і всі, хто стосується бізнесу.

*Управляти* – означає вести підприємство до його мети, витягуючи максимум можливостей з існуючих ресурсів”. Фахівцям нового покоління необхідні глибокі знання по менеджменту, а для цього треба чітко представляти суть і поняття менеджменту.

**Тема : Заробітна плата.**

**План**

1. *Економічна сутність оплати праці*
2. *Склад заробітної плати та її структура*

**Заробітна плата** – це одна з найважливіших і найскладніших економічних категорій, оскільки вона є одночасно і основним джерелом доходу найманих працівників, і суттєвою часткою витрат виробництва для роботодавців і ефективним засобом мотивації працівників.

В економічній теорії, **заробітна плата** – це ціна робочої сили, яка відповідає вартості предметів споживача і послуг, що забезпечують відтворення робочої сили, задовольняючи фізичні і духовні потреби працівників і членів його сім’ї.

**Функції заробітної плати:**

1. Відтворювальна;
2. Стимулююча;
3. Регулююча або ресурсно-розміщувальна;
4. Функція формування платоспроможного попиту населення.

Заробітна плата неоднорідна за своє. Природою і складається з декількох частин. Зокрема до її складу входять: ***основна заробітна плата, додаткова заробітна плата та інші заохочувальні і компенсаційні виплати.***

**Основна заробітна плата** – це винагорода за виконану працю відповідно до встановлених норм праці (норми часу, виробітку, обслуговування, посадових обов’язків).

Вона встановлюється у вигляді тарифних ставок (окладів) і відрядних розцінок для робітників та посадових окладів для службовців.

**Додаткова заробітна плата** – це винагорода за працю понад встановлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці. Включає доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати,

передбачені чинним законодавством, премії, пов’язані з виконанням завдань і функцій. Виділяють такі види додаткової заробітної плати: за роботу надурочний час; сумісництво професій; за роботу в нічний час тощо. Крім того, до додаткової заробітної плати відносять надбавки і доплати по тарифних ставках і окладах.

**Інші заохочувальні та компенсаційні виплати** – це виплати у формі винагород за підсумками роботи за рік, премії за спеціальними системам і положеннями, компенсаційні та інші грошові і матеріальні виплати, які не передбачені чинним законодавством, або які проводяться понад встановлені чинним законодавством норми.

**Під структурою заробітної плати** розуміють співвідношення окремих частин заробітної плати в загальному її обсязі. В економічно розвинутих країнах основна заробітна плата складає 85-90% у структурі заробітної плати. В України через економічну кризу питома вага тарифних ставок у заробітній платі в середньому коливається у межах 65-70%, що є одним з проявів кризи в організації оплати праці.

**Форми і системи оплати праці** – це способи встановлення залежності величини винагороди за працю від кількості і якості витраченої праці.

Основне їх призначення – забезпечення правильного співвідношення між мірою праці і мірою її оплати.

При погодинній формі заробітної плати (ЗППЧ) мірою праці виступає відпрацьований час, а заробіток працівнику нараховується згідно з його тарифною ставкою (ТС), чи посадовим окладом за фактично відпрацьований робочий час (РЧ):

**ЗППЧ = ТС х РЧ.**

При відрядній формі заробітної плати (ЗПВ) мірою праці є вироблена працівником продукція (або виконаний обсяг робіт) (ВП). А розмір заробітку прямо пропорційно залежить від її кількості та якості, виходячи із встановленої відрядної розцінки (ВР):

**ЗПВ = ВР х ВП.**

Системи заробітної плати характеризують взаємозв’язок елементів заробітної плати: тарифної частини, доплат, надбавок, премій.

**Системи погодинної форми оплати праці:**

1. Проста-погодинна.
2. Погодинно-преміальна.
3. Оплата праці за місячними посадовими окладами.

**Системи відрядної форми оплати праці:**

1. Пряма індивідуальна.
2. Непряма відрядна.
3. Відрядно-преміальна.
4. Відрядно-прогресивна.
5. Акордна.

**ЦІНОВА ПОЛІТИКА ТА МЕТОДИ ВСТАНОВЛЕННЯ ЦІНИ НА ТОВАР**

1. Поняття цін, їх види та функції

2. Методи ціноутворення

3. Вибір стратегії ціноутворення на підприємстві

1. Поняття цін, їх види та функції

Ціна є грошовим вираженням вартості товару. Роль ціни полягає в тому, що вона повинна покривати витрати на виробництво товарів (послуг) і приносити товаровиробнику гарантований прибуток, забезпечуючи справедливий рівень рентабельності. Функції цін:

1) вимірювально-інформаційна функція полягає у вираженні в єдиній грошовій формі різних за своєю натуральною формою товарів (послуг).

Ціна є критеріальним орієнтиром при обґрунтуванні підприємством рішення щодо доцільності і вигідності виробництва визначеного виду товарів (послуг), а також щодо розширення чи скорочення виробництва;

2) розподільна функція передбачає, що за її допомогою здійснюється перерозподіл доходів між товаровиробником і споживачем;

3) стимулююча функція полягає в тому, що ціна має інтенсифікувати виробництво, спрямовуючи його на залучення додаткового капіталу для розширення та розбудови діяльності підприємства;

4) регулююча функція полягає в тому, що ціна коригує попит і пропозицію товарів на ринку, а також визначає взаємини між споживачами і виробниками на рівні встановлення рівноважної ціни.

В практиці ціноутворення існує досить розгалужена *класифікація цін*:

- за обсягами реалізації продукції виділяють оптові і роздрібні ціни;

- за якістю виготовленої продукції розрізняють ціни для товарів вищої якості, першого сорту, другого сорту тощо;

- за часом дії розрізняють постійні, тимчасові (на освоювану продукцію), сезонні ціни (відповідно до пори року);

- за територіальною ознакою виділяють єдині (загальнодержавні), місцеві, світові ціни тощо;

- за ступенем визначеності розрізняють визначені ціни та ціни, що визначаються. *Під визначеною ціною* розуміють фіксовану вартість товару. *Під ціною, що визначається,* розуміють непряме посилання на умови обчислення ціни до моменту здійснення платежу.

- за способом фіксації ціни бувають: тверді, періодично тверді, рухливі та плаваючі.

*Тверда ціна* встановлюється в момент укладення контракту, вона не підлягає зміні протягом усього терміну його дії і не запежить від періодичності постачання товару (послуги).

*Періодично тверді ціни* на товар передбачають встановлення певної фіксованої суми, дійсної на визначений період часу.

*Рухлива ціна* - це ціна, яка переглядається, якщо ринкова ціна певного товару до моменту його постачання зміниться. Рухливі ціни, на відміну від періодично твердих, за умов істотних змін на ринку передбачають перегляд і коригування на певний відсоток.

*Плаваюча ціна* - це ціна, обчислена шляхом перегляду базисної ціни з урахуванням змін виробничих витрат в період укладання угод (формування портфелю замовлень).

- за ступенем оприлюднення розрізняють опубліковані ціни, до яких відносяться довідкові ціни, біржові котирування, ціни аукціонів, ціни фактичних угод, ціни пропозицій окремих фірм та розрахункові ціни.

- за ступенем урахування в ціні транспортних витрат (франкування цін) розрізняють тринадцять базисів постачання, зібраних в чотири групи:

"Е" - термін - EX Works (продавець передає товар покупцю на своїй території).

"F" - терміни - FCA, FAS і FOB (продавець зобов'язаний доставити товар перевізнику, визначеному покупцем);

"С" - терміни - CFR, CIF, CPT і СІР (продавець повинен укласти контракт на перевезення без прийняття на себе ризиків втрати або ушкодження товару або додаткових витрат внаслідок подій, що мають місце після відвантаження і відправлення);

"D" - терміни – DAF, DES, DEQ, DDU і DDP (продавець повинен нести всі витрати і ризики, необхідні для доставки товару в країну призначення.

Отже, ціна має враховувати корисність товарів чи суму якісних властивостей, заради яких цей товар придбавається.

2. Методи ціноутворення

Встановлення ціни регулюється загальноприйнятими методами:

- «середні витрати плюс прибуток»;

- розрахунок ціни на основі аналізу беззбитковості;

- встановлення ціни на основі відчутної цінності товару;

- вибір ціни на основі рівня поточних цін;

- визначення ціни на основі торгів.

*1. Метод «середні витрати плюс прибуток»* широко використовується при виконанні державних замовлень.

Ціна (Ц) на товар визначається за формулою:

Ц = С + П,

Де С – собівартість продукту, П – середня норма прибутку.

*2. Розрахунком ціни на основі аналізу беззбитковості* користуються фірми, діяльність яких щодо одержання прибутку обмежується відповідними законодавчими актами.

Точка беззбитковості (Break-Even Point) - об'єм або рівень операцій, при якому сукупний [дохід](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4) дорівнює сукупним [витратам](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8), тобто це точка нульового прибутку або нульових збитків.

Точка беззбитковості є одним з показників, застосовуваних для оцінки ефективності інвестиційних проектів. Оскільки точка беззбитковості відповідає обсягу продажів продукції, починаючи з якого її випуск повинен приносити прибуток, розрахований для її досягнення обсяг продажів (випуску) зіставляється із проектною потужністю створюваного підприємства.

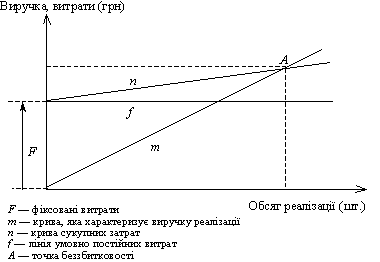
Аналіз беззбитковості проекту дозволяє виявити залежність розміру прибутку від визначальних факторів: обсягу продажів, зміни ціни продукції, видатків на будівництво підприємства цін на сировину і т.і. Ця інформація з урахуванням бажаного інтервалу значень цін продажу, видатків підприємства і т.і. може використовуватися для оцінки інвестиційного проекту й інвестиційного ризику.

Розрахунок точки беззбитковості проводиться за формулою:

Q = FC/(P — AVC),

де Q — точка беззбитковості (обсяг продажів); FC- сума постійних видатків; Р- ціна за одиницю продукції; AVC- змінні видатки на одиницю продукції.

Так само точку беззбитковості можна визначити графічним методом, будуючи графіки видатків і продажів.



Мал.1. Точка беззбитковості

Отже, на основі розрахунку точки беззбитковості можна дійти висновків щодо доцільності виробництва тих чи інших видів продукції, мінімальних цін або обсягів реалізації, які забезпечують беззбиткову діяльність. Аналізуючи точку беззбитковості, можна визначити, наскільки успішно підприємство працює (у разі його прибутковості) і наскільки глибокою є криза (у разі збитковості). На підставі відповідних висновків розробляються рекомендації щодо шляхів зменшення збитковості та збільшення прибутковості операційної діяльності підприємства.

*3. Метод встановлення ціни на основі відчутної цінності товару* обумовлений специфічними підходами до роботи на ринку. Розрахунок здійснюється на певну категорію покупців, які погоджуються платити гроші не лише за вартість товару, але й за комплекс інших послуг - доплати пов’язані з доставкою, обслуговуванням тощо. Рівень послуг, що надаються визначити важко – йдеться про особливі послуги, за які, за різних обставин і різних умов, покупці погоджуються платити різні кошти.

*4. Вибір ціни на основі рівня поточних цін* орієнтує діяльність фірми щодо ціноутворення передусім не на власні витрати, а на ситуацію на ринку, на цінову політику фірм-конкурентів. Фірма-лідер, як правило, диктує свої умови. Дрібніші фірми можуть собі дозволити орієнтуватись на лідера, змінювати ціни після того, як це зробив він. Цей метод досить поширений. Він створює атмосферу справдеивого підходу до встановлення ціни в цілому по галузі.

*5. Встановлення ціни на основі торгів.* Торги – метод укладання договорів купівлі-продажу чи підряду, за якими покупець оголошує конкурс на виробництво товару із заздалегідь визначеними техніко-економічними показниками. Одержавши і порівнявши пропозиції, замовник підписує контракт з виробником, який пропонує найвигідніші умови.

3. Вибір стратегії ціноутворення на підприємстві

Існує безліч підходів до проблеми ціноутворення. Підприємство встановлює вихідну ціну, а потім коригує її зважаючи на вплив різних факторів. Завдяки впливу цих факторів будують різні стратегії ціноутворення на вітчизняних підприємствах, зокрема в напрямках:

- встановлення цін на нові товари;

- ціноутворення в межах товарної номенклатури;

- встановлення цін за географічною ознакою;

- установлення цін зі знижками і заліками;

- установлення цін для стимулювання збуту;

- установлення дискримінаційних цін.

При випуску на ринок нового товару підприємство обирає одну з наступних стратегій:

*Стартегія «зняття вершків»:* із самого початку виготовлення і появи нового товару на ринку на нього встановлюється максимально висока ціна у розрахунку на споживача, готового купити цей товар за такою ціною. Ціни знижуються лише після того, як спаде перша хвиля попиту. Це дозволяє розширити зону продажу – залучити нових покупців.

Використання стратегії «зняття вершків» доцільне, коли:

- сформовано високий рівень попиту з боку досить значного числа покупців;

- витрати дрібносерійного виробництва не настільки високі, щоб звести нанівець фінансові вигоди підприємства;

- на ринку спостерігається низький ступінь конкуренції (через монопольне положення виробника);

- висока ціна підтримує репутацію високої якості товару.

*Ціна проникнення на ринок*: підприємство встановлює більш низьку ціну, ніж ціни на ринку на аналогічні товари конкурентів. Це сприяє залученню максимального числа покупців і завоювання ринку. Така стратегія можлива при великих обсягах виробництва.

Встановленню низької ціни сприяють такі умови:

- розширення ринку і зростання обсягів виробництва;

- скорочення сукупних витрат, а також витрат з розподілу товарів;

- жорстка конкуренція.

*«Психологічна» ціна:* така ціна визначається у розмірі дещо нижче круглої суми. Деякі фахівці впевнені, що ціна обов’язково повинна виражатись не круглим числом. Наприклад, 99, а не 100 грн. В результаті, у покупця створюється враження дуже точного визначення витрат на виробництво і неприпустимості обману, більш низької ціни, поступки покупцю і виграшу для нього. Враховується також і той психологічний момент, що покупцями подобається отримувати решту.

*Ціна проходження за лідером у галузі чи на ринку:* ціна на товар встановлюється, виходячи з ціни, пропонованої головним конкурентом (як правило, фірми, що домінує на ринку).

*Престижна ціна:* встановлюється на вироби дуже високої якості відомої фірми, що володіють унікальними властивостями.

**ТЕМА . ВИРОБНИЦТВО, ЯКІСТЬ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ**

**1. Продукція, її класифікація і вимірники обсягу**

**2. Якість продукції (послуг) як економічна категорія**

**3. Стандартизація та сертифікація продукції**

1. **Продукція, її класифікація і вимірники обсягу**

***Продукція*** - продукт виробництва в речовій або інформаційній формах, найчастіше в предметному вигляді, який кількісно вимірюється в натуральному і грошовому виразі.

Часто поділяють продукцію на продукцію виробничого призначення і продукцію особистого, родинного, суспільного споживання. Продукцією можна називати який завгодно результат, отриманий наприкінці його виготовлення.

Товарами у вузькому значенні слова називають об'єкти купівлі та продажу, тобто економічний продукт, який після свого створення підлягає продажу або призначений для продажу. Таким чином, товаром вважається який завгодно економічний продукт, що надходить після виготовлення до ринку. Однак у широкому значенні товар — це все те, що може задовольнити потребу і пропонується на ринку з метою привертання уваги, придбання, використання або споживання. Це може бути все, чим користуються люди, не уточнюючи при цьому, що ці предмети придбані або продані за кошти.

Роботами в економіці називають види діяльності, в яких сам процес виконання роботи вважається головним результатом діяльності і піддягає оплаті залежно від обсягу робіт, тривалості їх виконання (наприклад, будівельні, монтажні, земляні, ремонтні роботи). Виконана робота — це своєрідний вид економічного продукту, результат виробництва.

***Послуги*** — це один з найбільш поширених видів робіт, економічної діяльності, результатом якої с зміна якості вже існуючих виготовлених речей. Іншими словами, послуги — це види діяльності, робіт, у процесі виконання яких не створюється новий матеріально-речовий продукт, котрий раніше не існував, але змінюється якість уже існуючого, створеного продукту. Це блага, які надаються не у вигляді речей, а у формі діяльності. Таким чином, саме надання послуг створює бажаний результат.

До послуг відносять побутове, комунальне, транспортне обслуговування, навчання, лікування, культурно-виховну роботу, догляд за дітьми і літніми людьми. Разом з тим, окремі види послуг, зокрема інформаційні, являють собою по суті вироблений, або переданий з рук користувача, або переданий йому специфічний економічний продукт у вигляді відомостей, даних, інформації про об'єкти та процеси, встановлення контактів.

Для вимірювання рівнів, темпів та обсягів зростання виробництва в статистиці використовуються такі визначення: валова, товарна, чиста та реалізована продукція.

*Валова продукція* — це показник радянської статистики. Він характеризував обрахований у грошовому виразі сумарний обсяг продукції, яку було вироблено в промисловості певної галузі. Валова продукція охоплює як кінцеву, тобто завершену, так і проміжну, тобто незавершену продукцію, яка включає комплектуючі вироби, напівфабрикати, продукцію, виробництво якої лише розпочато.

В результаті при обчисленні валової продукції у масштабі галузі виникає "повторний рахунок" (подвійний рахунок), тому що проміжна продукція обраховується і самостійно, і в складі тієї продукції, до якої вона входить як самостійна частина. Наприклад, колеса для автомобіля обраховуються як валова продукція заводу з виготовлення коліс, але входять також і до валової продукції автомобільного заводу.

Другим вимірником обсягу виробництва є *товарна продукція*. Вона являє собою обсяг усієї виробленої підприємством за певний проміжок часу (як правило, за рік) кінцевої продукції у грошовому виразі.

Третім вимірником кількості виробленої продукції є *чиста продукція*. Це показник обсягу виробництва підприємства у грошовому виразі за певний період часу, який характеризує вартість знов створеного продукту. Чиста продукція визначається або як валова продукція за мінусом матеріальних витрат і амортизаційних відрахувань, або як сума заробітної плати, яка витрачена на створення продукції, та прибутку підприємства від продажу вироблених товарів. Інакше кажучи, цс аналог національного доходу на рівні підприємства.

Четвертим вимірником кількості проданого підприємством товару є *реалізована продукція*. Вона визначає обсяг продукції, яка продана підприємством за певний період і за яку сплачено покупцем, у грошовому еквіваленті.

1. **Якість продукції (послуг) як економічна категорія**

***Якість продукції*** — це сукупність властивостей продукції, які зумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення.

*Поняття "якість"* в економічній літературі визначається як ступінь відповідності виробу встановленим стандартам і технічним умовам, що дозволяють задовольнити конкретну потребу у витратах, тобто якість відображає здатність виробу виконувати задану функцію.

Загальновизнана ***класифікація*** десяти груп властивостей і відповідно показників:

*Показники призначення* характеризують корисний ефект від використання продукції за призначенням і обумовлюють сферу її використання.

*Показники надійності* — безвідмовність, збереження, ремонтопридатність, а також довговічність виробу. Для деяких виробів, які пов'язані з безпекою людини, безвідмовність може бути основним, а інколи і єдиним показником надійності. Збереження відіграє важливу роль для харчової промисловості. Ремонтопридатність визначає такі показники: середня вартість технічного обслуговування, імовірність виконання ремонту у визначений час. Довговічність визначається розміром витрат на підтримання виробу в працездатному стані.

*Показники технологічності* характеризують ефективність конструкторсько-технологічних рішень щодо забезпечення високої продуктивності праці при виготовленні та ремонті продукції.

*Показники стандартизації та уніфікації* — це насиченість продукції стандартними, уніфікованими та оригінальними складовими частинами, а також рівень уніфікації порівняно з іншими виробами. Усі деталі виробу поділяються на стандартні, уніфіковані та оригінальні. Чим менше оригінальних деталей, тим краще як для виробника продукції, так і для споживача.

*Ергономічні показники* відображають взаємодію людини з виробом і комплекс гігієнічних, антропометричних, фізіологічних і психологічних властивостей людини, які проявляються при користуванні виробом. Це можуть бути зусилля, які потрібні для керування трактором, місцезнаходження ручок у холодильника, кондиціонера в кабіні баштового крана або місцезнаходження керма у велосипеда, освітлення, температура, вологість і т. п.

*Естетичні показники* характеризують інформаційну виразність, раціональність форми, цілісність композиції, довершеність виконання і стабільність товарного вигляду виробу.

*Показники транспортабельності* виражають пристосованість продукції до транспортування.

*Патентно-правові показники* характеризують патентний захист і патентну чистоту продукції і є істотним фактором щодо визначення конкурентоспроможності.

*Екологічні показники* — це рівень шкідливих взаємодій з навколишнім середовищем, які виникають при експлуатації чи споживанні продукції, наприклад, вміст шкідливих домішок, імовірність викидів шкідливих часток, газів, випромінювання при зберіганні, транспортуванні та експлуатації продукції.

*Показники безпеки* характеризують особливості продукції для безпеки покупця і обслуговуючого персоналу, тобто забезпечення безпеки при монтажу, обслуговуванні, ремонті, зберіганні, транспортуванні, споживанні продукції.

Сукупність перерахованих показників формулює якість продукції. Але, крім усіх цих показників, велике значення має і ціна виробу.

Саме з ціною пов'язане питання економічно-оптимальної якості, або економічно-раціональної якості. Покупець, придбавши вироби, завжди співвідносить ціну виробу з набором властивостей, якими він володіє. Крім ціни, важливими є і експлуатаційні характеристики виробу, тому що вони впливають на витрати при експлуатації та ремонті, але, якщо товар характеризується тривалим строком служби, ці витрати цілком порівнянні з ціною виробу, а в деяких випадках і істотно перебільшують ціну продажу виробу.

Визначити знаменник формули не складно, оскільки він включає ціну продажу виробу, витрати на експлуатацію, ремонт і утилізацію виробу. Значно складніше визначити чисельник дробу, тобто якість, що включає різні показники. Цим займається ціла наука — *кваліметрія*, яка розробила достатньо обґрунтовані метоли кількісної оцінки якості, тобто приріст одиниці якості виробу по відношенню до гривні витрат.

Отже, якість продукції в умовах сучасного виробництва — найважливіша складова частина ефективності, рентабельності підприємства, тому їй необхідно приділяти постійну увагу.

Займатися якістю повинні всі — від директора підприємства до конкретного виконавця робочої операції. Система управління якістю об'єднує всі процеси щодо забезпечення, проектування та збереження якості.

***Управління якістю*** — це дії, які здійснюються при створенні та експлуатації або споживанні продукції з метою встановлення, забезпечення та підтримання необхідного рівня її якості.

При управлінні якістю продукції безпосереднім об'єктом управління, як правило, є процеси, від яких залежить якість продукції. Вони організовуються і протікають як на стадії до початку виробництва, так і на стадіях виробництва і після виробництва, тобто на всіх стадіях життєвого циклу продукції.

Останнім роками широке розповсюдження отримали стандарти ICO серії 9000, в яких відображено міжнародний досвід управління якістю продукції на підприємстві.

Відповідно до стандартів ICO життєвий цикл продукції, який у зарубіжній літературі позначається як "петля якості", включає в себе 11 станів.

За допомогою ***"петлі якості"*** здійснюється взаємозв'язок виробника зі споживачем, з усією системою, яка забезпечує вирішення завдання управління якістю продукції.

Поряд із системою управління якістю продукції, важлива роль у вивченні та реалізації програм якості належить гурткам якості (або групам якості). Як свідчить іноземний досвід, гуртки якості - це форма демократизації капіталу, вона створює зацікавленість працюючих у якості, змінює психологічний клімат на підприємстві.

Гуртки якості спочатку з'явилися у США, однак істотний імпульс цьому руху дали японські фірми, де відбулося і якісне, і кількісне їхнє зростання. Після цього вони охопили країни Європи, Америки та Азії.

Зараз все більшою мірою спостерігається перехід до застосування наукових методів оцінювання якості продукції, до масової механізації і автоматизації контролю якості за допомогою комп'ютерів. До них відносяться, насамперед, методи контролю, що не руйнують продукції: використання ізотопів, рентгеноскопії, гама-променів, ультразвуку, лазерних установок, барвних речовин і т. п. Автомобільні фірми стали першими розробляти й освоювати автоматичні методи вимірювання та контролю якості.

Контроль якості стає все важливішою і водночас дорожчою частиною виробничого процесу. Витрати, які пов'язані із забезпеченням високого рівня якості продукції, враховуючи складність сучасних технологічних процесів, устаткування, а також обсяг виробництва, досягли сотні мільйонів доларів. Загальні витрати на контроль якості становлять у США 8 % вартості кінцевого національного продукту.

Окремі фірми витрачають на такі цілі до 12 % усього обсягу виробничих затрат. Витрати на забезпечення якості та безпеки виробів у США становлять значні суми. При цьому ці витрати лягають на плечі не тільки виробників, а й споживачів, затрати яких на ремонт і обслуговування виробів часто перевищують первісно сплачену за них ціну.

Найефективнішим і найдешевшим методом економічного контролю, який не має собі рівних є *конкуренція*. Такого роду контроль коштує суспільству мінімальних витрат, він не тільки створює умови для забезпечення покупця товарами необхідної якості, а й сприяє виконанню цього у визначений строк. Це важлива динамічна сила, яка постійно підштовхує виробника до скорочення витрат виробництва та зниження цін, розширення виробництва та збуту, до боротьби за покупця, за покращення якості продукції.

***Конкурентоспроможність продукції*** — сукупність якісних та вартісних характеристик товару, яка забезпечує задоволення конкретної потреби покупця.

Конкурентоспроможним є той товар, комплекс споживчих і вартісних характеристик якого визначає його успіх на ринку, тобто здатність даного товару бути обміняним на гроші в умовах широкої пропозиції до обміну інших конкуруючих товарів-аналогів.

Фактори конкурентоспроможності товару містять у собі як істотні внутрішні причини, її визначальні, так і джерела (сили), що впливають на конкурентоспроможність товару.

Всі фактори, що впливають на конкурентоспроможність, можна розподілити на дві великі групи: зовнішні та внутрішні.

***Зовнішні фактори*** — це ті, на які підприємство впливати не може і в своїй політиці повинно сприймати їх як дещо незмінне. До них відносяться:

1. Діяльність державних владних структур (фіскальна та кредитно-грошова політика, законодавство). Наприклад, залежно від характеру податкової політики (розміри податкових ставок) підприємство отримуватиме високий прибуток чи, навпаки, зовсім його не отримуватиме.

2. Господарська кон'юнктура. Вона включає кон'юнктуру ринків сировинних та матеріальних ресурсів, ринків трудових ресурсів, ринків засобів виробництва, ринків фінансових ресурсів.

3. Розвиток родинних та підтримуючих галузей. Йдеться про розвиток нових технологій (ресурсозберігаючих, технологій глибокої переробки), нових матеріалів та джерел енергії. Впровадження їх у виробництво підвищує науковий та виробничий потенціал підприємства.

4. Параметри попиту. Вони включають зростання попиту на товари, що виробляються підприємством, його стабільність і дають можливість підприємству отримувати високий прибуток, а також закріпити своє положення на ринку.

Нестабільний попит, зміна вимог покупця до якості продукції підприємства, зниження покупної можливості населення не створюють умов для забезпечення певної конкурентоспроможності підприємства.

До ***внутрішніх факторів*** належать:

1. Діяльність керівництва та апарату управління підприємства (організаційна та виробнича структури управління, професійний та кваліфікований рівень керуючих кадрів і т. д.).

2. Система технологічного оснащення. Оновлення устаткування та технологій, тобто заміна їх на більш прогресивні, забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилює внутрішню гнучкість виробництва.

3. Сировина, матеріали і напівфабрикати. Якість сировини, комплектність її перероблення та величина відходів серйозно впливають на конкурентоспроможність підприємства. Зменшення виходу готової продукції з сировини (це особливо характерно для харчової промисловості), некомплексне її перероблення призводять до збільшення витрат виробництва, а значить, до зменшення прибутку, через що не можна розширити виробництво. Внаслідок цього знижується конкурентоспроможність. І навпаки, поліпшення використання сировини, її комплексна переробка знижують витрати виробництва, а значить, підвищують конкурентоспроможність.

4. Збут продукції: його об'єм та витрати реалізації. Цей фактор суттєво впливає на підвищення конкурентоспроможності підприємства: можна досягти непоганих результатів у виробництві, випускаючи продукцію вищої якості і відносно невисокої собівартості, але все буде зведене нанівець через непродуману збутову політику. Тому підприємство намагається здійснити ефективний збут за рахунок продажі продукції, необхідної ринку, стимулювання збільшення об'ємів продаж, завойовуючи нові ринки збуту. Все це робиться, з одного боку, на основі формування "свого" покупця, проведення ефективної ціпової політики і т. п., а з іншого — шляхом ефективного забезпечення сировиною, необхідними матеріалами та устаткуванням за доступними цінами.

***Конкурентоспроможність*** — це відповідність товару запитам ринку за технічними, економічними, естетичними та іншими вимогами. Вона може бути визначена відношенням корисного ефекту до сумарних затрат, які включають витрати на придбання та експлуатацію (споживання товару), тобто до ціни споживання. Оптимальні умови конкурентоспроможності товару (К) можна подати як вираз:

http://pidruchniki.ws/imag/econom/ivan_ep/image374.jpg

де К — конкурентоспроможність;

Ек — корисний ефект;

Цсп — ціна споживання.

З цієї формули виходить, що на ринку найбільшим успіхом користуватиметься не той товар, за який виробник (або реалізатор) запросить мінімальну ціну, а той, який вимагає мінімальних витрат у процесі споживання (експлуатації), оскільки ці витрати можуть бути значно більшими за ціну продажу.

Критерій конкурентоспроможності — це якісна та (або) кількісна характеристика продукції, що слугує основою для оцінювання її конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність товару — це, насамперед, ступінь відповідності його характеристик до вимог ринку, який визначається завжди конкретно за певним товаром (або групою товарів) на певному ринку для певної цільової аудиторії (сегмента споживачів). Для визначення ступеня цієї відповідності використовують одиничні та групові параметричні індекси.

**3. Стандартизація та сертифікація продукції**

***Головне завдання стандартизації*** — створити систему нормативно-технічної документації, яка визначає прогресивні вимоги до продукції, що виготовляється на потреби народного господарства, населення, оборони країни, експорту, а також контроль за правильністю використання цієї документації.

Державна система стандартизації України має бути спрямована на забезпечення:

— реалізації єдиної технічної політики у сфері стандартизації, метрології та сертифікації;

— захисту інтересів споживачів і держави з питань безпеки продукції і процесів, робіт і послуг для життя, здоров'я та майна громадян, охорони навколишнього природного середовища;

— взаємозамінності та сумісності продукції, її уніфікації;

— якості продукції відповідно до розвитку науки і техніки, потреб населення і народного господарства;

— економії всіх видів ресурсів, поліпшення техніко-економічних показників виробництва;

— безпеки народногосподарських об'єктів з урахуванням ризику виникнення природних і техногенних катастроф та інших надзвичайних ситуацій;

— створення нормативної бази функціонування систем стандартизації та сертифікації продукції;

— обороноздатності та мобілізаційної готовності країни. Основні принципи стандартизації:

— урахування рівня розвитку науки і техніки, екологічних вимог, економічної доцільності й ефективності виробництва для виробника, користі та безпеки для споживачів і держави в цілому;

— гармонізація з міжнародними, регіональними, а в разі необхідності — з національними стандартами інших країн;

— забезпечення відповідності вимог нормативних документів актам законодавства;

— участь у розробленні нормативних документів усіх зацікавлених сторін (розробників, виробників, споживачів, органів державної виконавчої влади тощо);

— взаємозв'язок і узгодженість нормативних документів усіх рівнів;

— придатність нормативних документів для сертифікації продукції;

— відкритість інформації про діючі стандарти і програми робіт із стандартизації з урахуванням вимог чинного законодавства.

Організація робіт у системі управління якістю визначається стандартами, які регламентують технічний рівень продукції, її надійність, довговічність, економічні, естетичні й ергономічні характеристики. Отже, ***стандарт*** — це документ, що встановлює для загального і багаторазового застосування правила, загальні принципи або характеристики, які стосуються діяльності чи її результатів, з метою досягнення оптимального ступеня впорядкованості у певній галузі, та розроблений у встановленому порядку на основі консенсусу.

В Україні використовуються такі категорії нормативних документів із стандартизації:

— державні стандарти України;

— галузеві стандарти;

— стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок;

— технічні умови;

— стандарти підприємств.

*До державних стандартів України* прирівнюються державні будівельні норми і правила, а також державні класифікатори техніко-економічної та соціальної інформації.

Порядок розроблення і застосування державних класифікаторів установлюється Державним комітетом України зі стандартизації, метрології та сертифікації.

Міжнародні, регіональні та національні стандарти інших країн застосовуються в Україні відповідно до її міжнародних договорів.

*Галузеві стандарти* розробляються на продукцію за відсутності державних стандартів України чи в разі необхідності встановлення вимог, які перевищують або доповнюють вимоги державних стандартів. Обов'язкові вимоги галузевих стандартів підлягають безумовному виконанню підприємствами, установами й організаціями, що входять до сфери управління органу, який їх затвердив.

*Стандарти науково-технічних та інженерних товариств* розробляють у разі необхідності поширення результатів фундаментальних і прикладних досліджень, одержаних в окремих галузях знань чи у сферах професійних інтересів. Ці стандарти можуть використовуватися на основі добровільної згоди користувачів.

*Технічні умови і стандарти підприємств* містять вимоги, що регулюють відносини між постачальником (розробником, виробником) і споживачем (замовником) продукції.

***Сертифікація***— це сукупність дій та процедур з метою підтвердження (за допомогою сертифікату відповідності або знака відповідності) того, що продукція (товар чи послуга) відповідає обов'язковим вимогам норм і стандартів, що діють в Україні.

Сертифікація продукції здійснюється уповноваженими органами із сертифікації — підприємствами, установами і організаціями з метою:

— запобігання реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров'я та майна громадян і навколишнього природного середовища;

— сприяння споживачеві в компетентному виборі продукції;

— створення умов для участі суб'єктів підприємницької діяльності в міжнародному економічному, науково-технічному співробітництві та в міжнародній торгівлі.

Залежно від того, хто її проводить, сертифікація буває трьох видів:

- самосертифікація (проводиться виробником);

- сертифікація, яка здійснюється споживачем;

- сертифікація, яка проводиться третьою стороною (спеціалізованою організацією, незалежною від виробника чи споживача). Найбільшою довірою в міжнародній і вітчизняній практиці користується сертифікація третьою стороною.

Сертифікація продукції в Україні поділяється на обов'язкову та добровільну.

Законом України "Про захист прав споживачів" визначено, що товари (роботи, послуги), на які актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища, ***підлягають обов'язковій сертифікації*** згідно з чинним законодавством. Перелік товарів (робіт, послуг), які підлягають обов'язковій сертифікації, затверджується Кабінетом Міністрів України. Реалізація та використання таких товарів (у тому числі й імпортних), виконання робіт та надання послуг без сертифікату відповідності забороняються.

Стосовно товарів (робіт, послуг), що підлягають обов'язковій сертифікації, споживачу повинна надаватись інформація про їх сертифікацію.

Під час проведення сертифікації та в разі позитивного рішення органу з сертифікації заявникові видається **сертифікат** та право маркувати продукцію спеціальним ***знаком відповідності***. Форма, розміри і технічні вимоги до знаку відповідності визначаються державним стандартом. Знак відповідності не може бути застосований, якщо порушено правила його використання.

Обов'язками виробників (постачальників, виконавців, продавців) продукції є:

- проведення в установлені терміни і в установленому порядку сертифікації продукції;

- забезпечення виготовлення продукції згідно з вимогами нормативного документа, відповідно до якого вона сертифікована;

- реалізація продукції виключно за наявності сертифікату відповідності;

- повідомлення органу з сертифікації про внесення змін до технічної документації або технологічного процесу виробництва сертифікованої продукції.

***Добровільну сертифікацію*** мають право проводити підприємства, організації, інші юридичні особи, що взяли на себе функції органу з добровільної сертифікації, а також органи, акредитовані в державній системі сертифікації. Правила добровільної сертифікації встановлюються органами з добровільної сертифікації, які подають Державному комітету України зі стандартизації, метрології та сертифікації інформацію для їх реєстрації в установленому Комітетом порядку. Заявник з добровільної сертифікації мас право сам встановлювати номенклатуру вимог, відповідно до якого проводиться сертифікація.