The background features a low-poly, geometric design composed of various shades of blue and green triangles. The triangles are arranged in a way that creates a sense of depth and movement, with some appearing to float or be part of a larger, fragmented structure. The overall aesthetic is modern and clean.

Тема 3. Теоретичні ОСНОВИ мікроекономіки

ПЛАН

1. *Поняття мікроекономічного рівня і суб'єктів господарювання*
2. *Форми організації господарювання на мікрорівні*
3. *Економічна природа попиту та пропозиції*
4. *Кон'юнктура ринку*



Мікроекономіка - це частина економічної теорії, що вивчає діяльність окремих суб'єктів ринку - домогосподарств і підприємств та окремі ринки.





Домогосподарство — це сукупність осіб, які спільно проживають, забезпечують себе всім необхідним для життя, ведуть спільне господарство, повністю або частково об'єднують і витрачають кошти.

Ці особи можуть перебувати або не перебувати в родинних стосунках. Домогосподарство може складатися з однієї і більше осіб.



Підприємство – це самостійний господарюючий суб'єкт; створений для виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг з метою задоволення суспільних потреб і одержання прибутку.

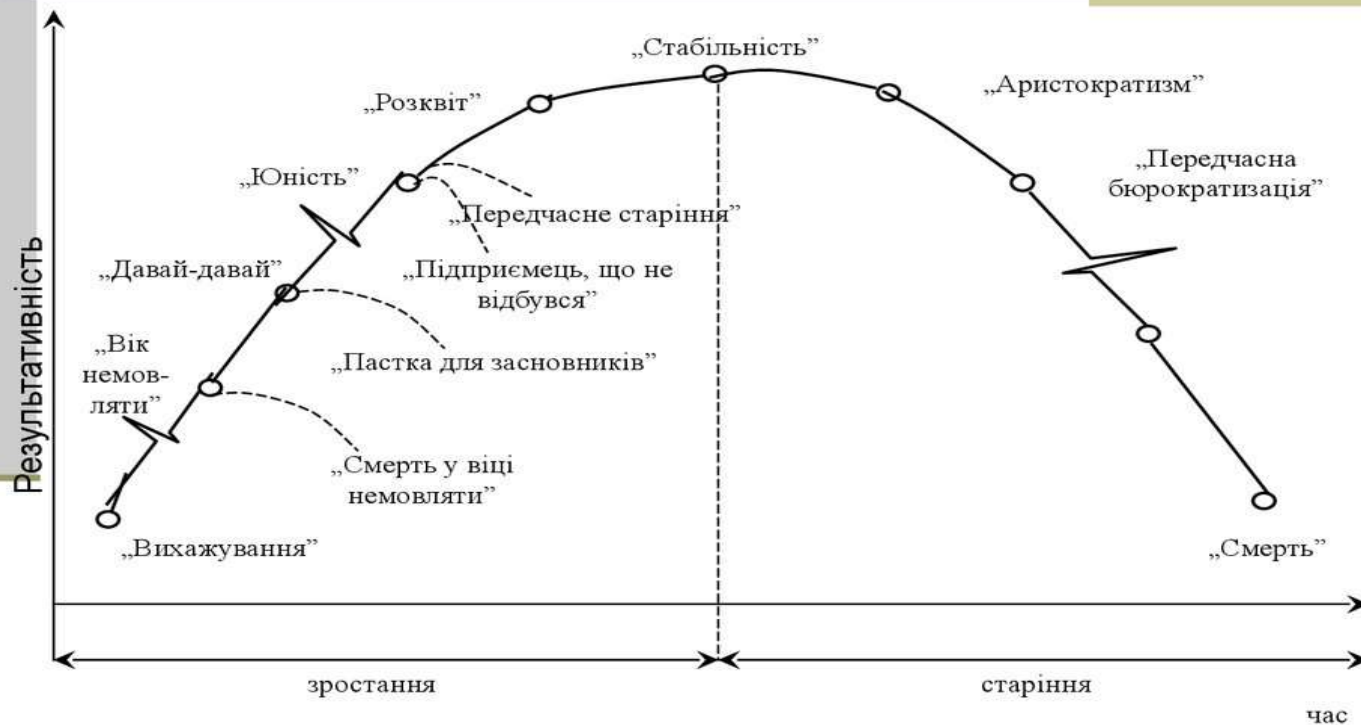
Поняття «підприємство» є узагальнюючим.

Воно, ***по-перше***, визначає підприємства як суб'єкти господарювання стосовно всіх форм і видів власності в Україні (організаційні форми і підприємств).

По-друге, дане поняття є загальногалузевим, тобто взагалі визначає промислові (фабрики, заводи, шахти), будівельні, транспортні, сільськогосподарські, торгові, побутові та інші підприємства.



Модель життєвого циклу організації (за Ісааком Адізесом) 1988 р.



Залежно від форм власності, передбачених законодавством, в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

- 1. Приватне підприємство**, яке діє на основі приватної власності одного (кількох) громадянина (громадян) чи юридичної особи (підприємства) із використанням його (їх) праці або найманих працівників.
- 2. Підприємство колективної** власності діє на основі колективної власності. До них належать усі товариства, виробничі та інші кооперативи, підприємства споживчої кооперації, громадські та релігійні організації, інші підприємства, передбачені законодавством.
- 3. Комунальне підприємство** діє на основі комунальної власності територіальної громади. Таке підприємство утворюється органом місцевого самоврядування (районною радою, міськрадою або обласною радою) у розпорядчому порядку на базі відокремленої частини комунальної власності. існують два види комунальних підприємств: комунальне комерційне підприємство, майно якого закріплюється на праві господарського відання (наприклад комунальне підприємство «Київський метрополітен»), і комунальне некомерційне підприємство, майно якого закріплюється на праві оперативного управління (наприклад комунальне підприємство «Притулок для тварин» у Києві).
- 4. Державне підприємство** діє на основі державної власності та випускає товари й надає послуги, необхідні для розвитку національної економіки.



Попит і пропозиція — економічна модель, що описує процес **ціноутворення** на **ринку**. Ця модель вводить поняття **попиту** та **пропозиції** в якості універсальних характеристик ринку та доводить, що, за умовами певних припущень, ці характеристики **урівноважуються** та приводять до встановлення певної **ціни** на даний **товар**.

При цьому попит — представлена на ринку потреба в товарах, а пропозиція — кількість товару, який є на ринку або може бути доставлений на нього. Висновок моделі про урівноваження добре відповідає поведінці великого числа ринків та вважається важливим **економічним законом**.

ЧИННИКИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ПОПИТ

Об'єктивні

Економічні

Базовий рівень розвитку виробництва
Обсяг реальних потреб та рівень їхнього задоволення
Середній рівень грошових доходів населення
Структура і рівень ринкових цін
Рівень цін споріднених товарів і товарів-замінників
Принципи розподілу доходів

Соціальні

Рівень розвитку масової культури, духовних цінностей
Соціальна структура суспільства
Освітній ценз населення
Поширений спосіб життя

Демографічні

Ємність ринку зумовлена чисельністю населення
Розміри та склад середньої сім'ї
Статеві-віковий склад населення
Співвідношення міського та сільського населення

Суб'єктивні

Психолого-традиційні

Уподобання та смаки споживачів
Поведінка продавця та відносини, що склалися між ним і споживачем
Місцеві традиції та принципи виховання
Сила і особливості релігійних звичаїв

Естетичні

Привабливість зовнішніх якостей товару
Реклама
Форми продажу

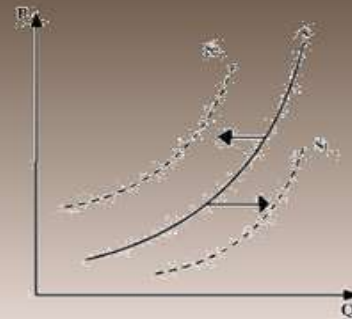
Природно-кліматичні

Клімат
Кількість опадів
Середні та екстремальні температури
Рельєф та місцезнаходження
Флора і фауна

Фактори, що змінюють пропозицію:

- Зміни в собівартості виробництва;
- Зміни цін на інші товари-субститути;
- Політика держави;
- Перспективні очікування виробників;
- Кількість товаровиробників.

Вплив даних факторів на пропозицію



Кон'юнктура ринку

Кон'юнктура ринку - це економічна ситуація, що склалася на ринку стосовно попиту, пропозиції, рівня цін, товарних запасів, становища основних фірм - конкурентів.

Для оцінки ринкової кон'юнктури застосовують ринкові індикатори:

- *Ціни;*
- *Продуктові запаси;*
- *Показники ділової активності.*



Елементи інфраструктури бізнесу:

- кредитна система і комерційні банки;
- організаційно оформлене посередництво на товарних, сировинних, фондових і валютних біржах;
- аукціони, ярмарки і інші форми організованого не біржового посередництва;
- біржі праці;
- інформаційні технології і засоби ділової комунікації;
- податкова система і податкова інспекція;
- страхові компанії;
- рекламні і інформаційні агентства, засоби масової інформації;
- торгові палати, інші об'єднання ділових людей;
- митна система;
- профспілки робітників, що працюють по найму;
- комерційно-виставкові комплекси;
- система підготовки кадрів;
- консультативні (консалтингові) компанії;
- аудиторські компанії;
- господарські суди;
- суспільні і державно-суспільні фонди призначені для стимулювання ділової активності.



**Загальна схема інфраструктури бізнесу як частини
макросередовища підприємства**



- I - мікросередовище підприємства бізнесу;
- II - безпосереднє оточення (інфраструктура);
- III - макрооточення (II+III - макросередовище).

The background features a low-poly, geometric design composed of various-sized triangles in shades of blue, teal, and light green. The triangles are arranged in a way that creates a sense of depth and movement, with some appearing to float or be part of larger, fragmented shapes. The overall aesthetic is clean, modern, and professional.

Дякую за увагу)