

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ ФІРМИ, ЦІЛІ ТА УМОВИ ІСНУВАННЯ ФІРМИ.....	6
1.1. Теорія фірми Шумпетера, Пенроуз та Коуза.....	6
1.2. Класифікація фірм за формою власності.....	16
1.3. Доходи фірми. Фактори виробництва та їх групування.....	19
РОЗДІЛ 2. ВИТРАТИ ВИРОБНИЧИХ ФІРМ.....	27
2.1. Характеристика витрат фірми.....	27
2.2. Прибуток фірми.....	35
2.3. Позитивний та негативний ефект від масштабу діяльності.....	44
РОЗДІЛ 3. ФІРМА НА РИНКУ ДОСКОНАЛОЇ ТА НЕДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ.....	53
3.1. Досконала конкуренція. Фірма на ринку досконалої конкуренції.....	53
3.2. Фірма на ринку недосконалої конкуренції.....	65
3.3. Методи нецінової конкуренції фірми в умовах трансформаційної економіки України.....	78
ВИСНОВКИ.....	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	91

ВСТУП

В Україні інтенсивно йде процес формування ринкових відносин. Найкращому їх розвитку сприяє підприємницька діяльність. Ринкова економіка не можлива без фігури підприємця – вільного і діяльної людини, господаря і знавця своєї справи, вмілого організатора і керівника. За допомогою фірм відбувається інтенсивне функціонування і розвиток ринкових відносин. Поведінка фірми на ринку має велике значення не тільки для підприємця і співробітників фірми, але і для інших груп суб'єктів: домашніх господарств, держави та іноземців. Фірма інтегрує і організовує економіку на мікро-рівні. А сукупність фірм визначає ефективність національної, регіональної та світової економіки в цілому. *Фірма завжди стоїть в центрі ринкової економіки, і її функціонування безпосередньо позначається на ринкових відносинах.*

Теорія фірми розробляється різними науками: економічною теорією (переважно в розділі цього товару), теорією менеджменту (аналіз наслідків для діяльності фірми, що впливають з прийняття цілей, відмінних від максимізації прибутку), поведінковими науками (які припущення про максимізацію чого б то ні було замінили припущенням про поведінку на основі принципу достатності або досягнення задовільного рівня). Нас в цій роботі цікавить погляд економічної теорії, в рамках якої теорія фірми є важливою складовою частиною цього товару.

Теорія фірми є актуальною з часів появи перших підприємств, бо кожне підприємство бажає працювати найбільш ефективно, а тому намагається розкрити «секрет» розвитку фірми. Звичайно, що єдиної концепції розвитку підприємства, яка працювала би для будь-якого підприємства і в будь-яких умовах, не існує. Але вивчаючи добутки вчених-економістів, підприємець може використати певні ідеї, які будуть сприяти підвищенню ефективності діяльності фірми та збільшенню вартості бізнесу.

В роботі розглянуті добутки таких закордонних вчених, як Й. Шумпетер, Е. Пенроуз, Р. Коуз, Ж.Б. Сей, Дж. Б. Кларк, Л. Вальрас, К. Друрі, Ч. Хорнгрен,

Дж. Форстер, а також таких українських дослідників, як М.Г. Грещак М.Г., О.С. Коцюба, А.М. Турило, Ю.Б. Кравчук та ін.

Метою дипломної роботи є дослідження теорії фірми. Відповідно, об'єктом дослідження є теорії фірми, а предметом дослідження – особливості розгляду питань існування і розвитку фірм в економічних теоріях.

Завданнями роботи є:

- проаналізувати теорії фірми Шумпетера, Пенроуз та Коуза;
- розглянути класифікацію фірм за формою власності;
- вивчити сутність доходів фірми, розглянути фактори виробництва та їх групування;
- охарактеризувати витрати фірми;
- вивчити сутність прибутку фірми;
- дослідити позитивний та негативний ефект від масштабу діяльності;
- охарактеризувати досконалу конкуренцію та поведінку фірми на ринку досконалої конкуренції;
- проаналізувати поведінку фірми на ринку недосконалої конкуренції;
- дослідити методи нецінової конкуренції фірми в умовах трансформаційної економіки України.

Абстрактно-логічний метод дозволить розкрити теоретичні аспекти теорії фірм та економічної рівноваги. Метод аналізу передбачає розгляд предмета або явища, в даному випадку нецінової конкуренції, з урахуванням її індивідуальних властивостей або ознак, в даному випадку особливостей її застосування в Україні. Також використовується порівняння, коли порівнюємо відмінності поведінки фірми на ринку досконалої та недосконалої конкуренції. Узагальнення використовується для того, щоб після розгляду безлічі показників і чинників, зробити загальний висновок про теорії фірми, її витрати, доходи, прибуток та поведінку. Класифікація застосовується під час розгляду фірм за формами власності, адже вони діляться на категорії за певним критерієм.

Теоретичні концепції розвитку фірми, її доходів, витрат, отримання нею прибутку, а також поведінки фірми в умовах досконалої і недосконалої

конкуренції можуть бути використані в науковій та практичній діяльності для подальшого аналізу та підвищення ефективності функціонування фірми.

Дипломна робота складається з 3 частин, розміщена на 96 стор., в роботі 27 рисунків, 4 таблиці, список використаних джерел містить 65 пунктів.

підвищення суб'єктами підприємницького бізнесу громадської репутації та громадських оцінок ділової діяльності.

ВИСНОВКИ

В роботі було досліджено теорію фірми, формування її доходів, видатків, прибутку, а також поведінку на ринку.

В першому розділі було розглянуто три інституціональні теорії фірми: теорія Й. Шумпетера, де головним фактором розвитку фірми є якості підприємця, його новаторська діяльність, теорія Е. Пенроуз, яка теж бачить джерело розвитку всередині фірми, в її ресурсах, серед яких людські, управлінські є сутнісними, теорія Р. Коуза, який джерело розвитку фірми баче в зменшенні її трансакційних витрат – тобто витрат на угоди.

Визначено, що підприємства, згідно з законодавством України, можуть бути приватними, колективними, комунальними, державними, змішаної форми власності (на базі об'єднання майна різних форм власності), спільними комунальними, іноземними.

Дохід визнається під час збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена. Дохід може бути від реалізації продукції, робіт, послуг, інший операційний, фінансовий та належати до інших доходів. Наразі основними, життєнеобхідними для фірми є такі фактори виробництва, як праця і капітал, причому землю теж можна віднести др. капіталу як його складову

В другому розділі досліджено природу витрат, прибутку та ефекту масштабу. В бухгалтерському обліку витрати визначаються як сукупність

ресурсів, що використовуються для досягнення будь-якої цілі. Витрати – це сума грошових коштів, які потрібно заплатити за придбані товари чи послуги.

В залежності від характеру зв'язку витрат з процесом виробництва продукції усі витрати поділяються на основні і накладні. За способом перенесення на витрати окремих видів продукції витрати поділяються на прямі і непрямі. За ступенем впливу обсягу виробництва на рівень витрат їх поділяють на змінні і постійні. За календарним періодом витрати на виробництво поділяють на поточні й одноразові. До виробничої собівартості включаються: прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати.

Можна прийти до висновку, що категорія фінансових результатів є дуже складною та суперечливою. Тому чітке розуміння мети та алгоритму її визначення дасть можливість уникнути багатьох помилок у трактуванні фінансових результатів та їх практичному використанні.

Ефект масштабу – економія, що зумовлена збільшенням масштабів виробництва і виявляється вона як зниження довгострокових середніх витрат виробництва на одиницю продукції. Коли масштаби виробництва зростають швидше від обсягу ресурсів, що виробничо споживаються, то має місце зростаючий (позитивний) ефект масштабу. За збігу темпів зростання обсягу виробництва з темпами збільшення кількості витрачання ресурсів відбувається незмінний ефект масштабу. У разі відставання темпів обсягу виробництва від темпів витрачання ресурсів – від'ємний (спадний) ефект масштабу. Слід врахувати, що в довгостроковому періоді для більшості технологій ефект масштабу спочатку зростаючий (позитивний), потім постійний і, нарешті, знижується, тобто негативний.

В третьому розділі досліджено поведінку фірми на ринку досконалої та недосконалої конкуренції. Очевидно, що досконала конкуренція і монополія повинні обмежувати один одного. Звісно ж, що оптимальним буде такий рівень їх взаємодії, коли втрати від неадекватності цін і плюс втрати від відсутності або недостатності прямого регулювання натурально-речових пропорцій в сумі

дають мінімум втрат. Ця точка мінімуму економічних втрат буде оптимумом, а значить, визначить оптимальні межі конкуренції і монополії. Ця точка мінімуму економічних втрат від конкуренції і монополії буде різною в різних галузях економіки. Кожній такій оптимальній точці буде відповідати певна оптимальна кількість підприємств (виробників і споживачів).

Визначено, що моделям ринку з недосконалою конкуренцією притаманні такі ознаки, як наявність бар'єрів вступу в галузь; багато (але не безліч), кілька або одна фірма; можливість у певних межах впливати на ринкову ціну і обсяг виробництва; поєднання ринкової саморегуляції і планового регулювання, як державного, так і внутрішньо-і міжфірмового.

Досліджено методи нецінової конкуренції. Такі групи методів як: методи забезпечення конкурентних переваг фірми за рахунок зміни в кращу сторону різних споживчих характеристик товарів і послуг і підвищення споживчої цінності – конкуренція навколо товарів і послуг, збереження або поліпшення місця в ланцюжках цінностей, впливу і тиску на конкурентів, підтримки і підвищення суб'єктами підприємницького бізнесу громадської репутації та громадських оцінок ділової діяльності є методами нецінової конкуренції. Методи нецінового суперництва благотворно впливають на поведінку споживачів і служать, хоча і побічно, фактором залучення їх уваги, ознакою конкурентної переваги, реалізувати яке можна лише вступивши в угоду з таким суспільно цінним суб'єктом підприємницького бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агапова А.В. Конспект лекций по дисциплине «Ценообразование во внешней торговле». Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 95 с.
2. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: Новости, 2010. – 254 с.
3. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2006. – 208 с.
4. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: Учебно-методическое пособие / М.М. Алексеева. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 200 с.
5. Афанасьев М.В. Економіка підприємства: Навч.-метод. посіб. / М.В. Афанасьєв, О.Б. Плоха. Харківський національний економічний ун-т. – Х. : ВД «Інжек», 2007. – 320 с.
6. Балабанов И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта: учебное пособие / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 220 с.
7. Бандурка О.А. Фінансова діяльність підприємства : підручник / О.А. Бандурка. – К.: Либідь, 2006. – 384 с.
8. Баринов В.А. Экономика фирмы: стратегическое планирование: Учеб. пособ. для вузов /В.А. Баринов. – М.:КноРус, 2008. – 230 с.
9. Березін, О. В. Управління потенціалом підприємства: навч. посібник / О. В. Березін, С. Т. Дуда, Н. Г. Міценко. – Львів : Магнолія-2006, 2011. – 308 с.

10. Бесчестный В.Б. Формирование конкурентных преимуществ предприятий на основе маркетинг-менеджмент / В.Б. Бесчестный, Е.А. Фролов. – Саратов: Сарат. гос. техн. ун-т, 2007. – 118с.
11. Бланк І.А. Управління використанням капіталу : навч. посіб. [Електронний ресурс] : / І.А. Бланк. – Київ: Ніка-Центр: Ельга, 2011. – 651 с. – Режим доступу : <http://library.if.ua/book/157/10269.html>
12. Булаченко С.Д. Основи економіки. 10-11 кл. : розробки уроків / С.Д. Булаченко. – Х. : Веста : Вид. «Ранок», 2007. – 430 с.
13. Бурлюкина Е.В. Экономика отрасли: Учеб. Пособие / Е.В. Бурлюкина – Пенза: ПГТА, 2006. – 375 с.
14. Васильев Е.П. Совершенная конкуренция и монополия: теоретические пределы / Е.П. Васильев, И.Н. Воробьев И. Н. // Вопросы теории. – 2008. – №2. – С. 131 – 135
15. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навчальний посібник / О.О. Гетьман, В. М. Шаповал. – 2-ге вид. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
16. Гнездилова Л.И. Основы планирования: Учеб. пособие / Л.И. Гнездилова, А.Е. Леонов, О.А. Стародубцева. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2005. – 165 с.
17. Горобчук Т.Т. Мікроекономіка: Навчальний посібник / Т.Т. Горобчук. – К.: Центр навчальної літератури, 2004 – 272 с.
18. Господарський кодекс України № 436-15 від 16.01.2003 р., із змінами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
19. Гриценко О. Основи мікроекономіки: Підручник / О. Гриценко, О. Ястремський – 2-ге вид., переробл. – К.: Знання-Прес, 2007. – 579 с.
20. Денисов Е.С. Возможности применения мобильного маркетинга на отраслевых рынках / Е.С. Денисов, П.Ю. Невоструев // Экон. Науки. – 2008. – № 8. – С. 250-254, 468с.

21. Друри Колин. Введение в управленческий и производственный учет: Пер. с англ. / Под ред. С.А. Табалиной. – М.: Аудит; ЮНИТИ, 2004. – 560 с.
22. Дятел Е.П. Что мы знаем о совершенной конкуренции / Е.П. Дятел // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2003. – С. 180 – 185
23. Задоя А.О. Мікроекономіка: Курс лекцій та вправи: Навч. посібник / А.О. Задоя – К.: Т-во «Знання», КОО, 2003. – 210 с.
24. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: Підручник / С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 234 с.
25. Економіка торговельного підприємства: підручник для вузів / [Мазаракі А.А. та ін.]. – К.: Хрещатик, 2005. – 800 с.
26. Ефимова О.В. Анализ Финансовой отчетности: учеб. пособ. для вузов / под ред. О.В. Ефимовой, М.В. Мельник. – М.: Омега-Л, 2009. – 450 с.
27. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / [Клименко С.М., О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, та ін.] – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
28. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: навч. Посібник / І.В. Ковальчук. – К. : Знання, 2008. – 679 с.
29. Кудимова М.В. Уважение к клиенту начинается с уважения к себе / М.В. Кудимов / Пять звезд. – 2010. – № 6. – С.17
30. Кузьбожев Э.Н. Экономика отрасли: конкуренция, конкурентоспособность и отраслевой потенциал / Э.Н. Кузьбожев. – Курск: КГТУ, Ч1, Ч2. – 2007. – 291с.
31. Кулішов В.В. Мікроекономіка: основи теорії і практика: навч. посібник / В.В. Кулішов – Львів: Магнолія плюс, 2004. – 332 с.
32. Мельнік Л. Г. Економіка підприємства : навч. посіб. / Л. Г. Мельник. – К.: Ліра-К, 2015. – 876 с.
33. Мікроекономіка: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. Затверджено МОН / За ред. В.Д. Базилевича. – К., 2008. – 679 с.

34. Микроэкономика: учеб. пособие / И.В. Новикова, Ю.М. Ясинский, О.А.Тихонов и др.; под ред. И.В. Новиковой и Ю.М. Ясинского. – Мн.: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2006. – 391 с.

35. Момот Т.В. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. [Електронний ресурс] : / за ред. Момот Т.В. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 712 с. – Режим доступу : <http://www.twirpx.com/file/668373/>

36. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку №1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» затверджено наказом Міністерства фінансів України від 28 лютого 2013 р. №336/22868

37. Носова С.С. Микроэкономика. Макроэкономика : учебник / С.С. Носова. – М. : КНорус, 2013. – 472 с.

38. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика. Навч. посіб. / М.А. Окландер, О.П. Чукурна. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.

39. Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук, Л.П. Коваленко – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 364 с.

40. Пеліхов Є.Ф. Економіка сучасного підприємства: навч.-метод. і практ. Посібник / Є.Ф. Пеліхов. – К. : Хай-Тек Прес, 2009. – 344 с.

41. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №3 «Звіт про фінансові результати». Наказ Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. № 87 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0397-99>

42. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №16 «Витрати». Наказ Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>

43. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №15 «Доходи». Наказ Міністерства фінансів України від 29 листопада 1999 р. № 290 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>

44. Раєвська О. В. Моделі управління розвитком промислового підприємства в умовах трансформації національної економіки / О. В. Раєвська, І. В. Чанкіна. – К. : Ліра-К, 2013. – 264 с.
45. Рой Л.В. Анализ отраслевых рынков: Учебник / Л.В. Рой, В.П. Третьяк. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 442 с.
46. Романенко О.В. Формування неklasичного підходу в типологічному дослідженні економічної сфери суспільства: Версія Й. Шумпетера // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – Випуск № 2(3). – 2005. – С. 3 – 8
47. Сафронов Н.А. Экономика организации (предприятия): учебник для сред. профобр. / Н.А. Сафронов. – М., 2009. – 255 с.
48. Таран Т.О. Способи цінової та нецінової конкуренції у сучасному бізнесі / Т.О. Таран // «Молодий вчений». – № 12.1 (40). – грудень, 2016 р. – С. 976-978
49. Тормоса Ю.Г. Ціни та цінова політика: Навч.-метод. посібник для самостійного вивчення / Ю.Г. Тормоса – К.: КНЕУ, 2003. – 91 с.
50. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоздатністю організації: підручник / Р.А. Фатхутдінов, Г. В. Осовська. – К.: Кондор, 2009. – 470 с.
51. Хмурова В.В. Менеджмент підприємницької діяльності: навч. посібник / В.В. Хмурова. – Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 284 с.
52. Шарко М. В. Економіка підприємства : навч. посіб. / М. В. Шарко. – К.: Ліра-К, 2014. – 436 с
53. Шевчук О.Д. Становлення прибутку як економічної категорії та фактори його зростання [Електронний ресурс] : / О.Д. Шевчук, І.С. Река. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/32_PWMN_2009/Economics/55130.doc.htm
54. Череп А.В. Стратегічне планування і управління: навчальний посібник / А.В. Череп, А.В. Сучков. – К. :Кондор, 2011. – 334 с.
55. Almeida Felipe. Revisiting the evolutionism of Edith Penrose's The theory of the growth of the firm: Penrose's entrepreneur meets Veblenian institutions

/ Felipe Almeida // *Economía*. – Volume 18, Issue 3. – September–December 2017 .
– P. 298-309

56. Boundless. «Nonprice Competition.» Boundless Marketing. Boundless, 20 Sep. 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.boundless.com/marketing/textbooks/boundless-marketing-textbook/pricing-8/competitive-dynamics-and-pricing-58/nonprice-competition-292-403/>

57. Coase R.H. Coase's theory of the firm [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.economist.com/news/economics-brief/21725542-if-markets-are-so-good-directing-resources-why-do-companies-exist-first-our>

58. Coase R.H. The Nature of the Firm (1937) / R.H. Coase [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www3.nccu.edu.tw/~jsfeng/CPEC11.pdf>

59. Connell C. M. Discerning a mentor's role: The influence of Fritz Machlup on Edith Penrose and The Theory of the Growth of the Firm / C.M. Connell. – *Journal of Management History*. – Vol. 13, No. 3 . – 2007. – P. 228-239

60. Entrepreneurship, subjectivism, and the resource-based view: Toward a new synthesis // N. Foss, P. Klein, Y. Kor, J. Mahoney // *Strategic Entrepreneurship Journal*. – Vol. 2. – 2008. – P. 73-79

61. Langlois R.N. «The Entrepreneurial Theory of the Firm and the Theory of the Entrepreneurial Firm» (2005). *Economics Working Papers* / R.N. Langlois [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://digitalcommons.uconn.edu/econ_wpapers/200527

62. Non-Price Competition in Imperfect Markets [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tutor2u.net/economics/reference/non-price-competition-in-imperfect-markets>

63. Penrose E. T. The growth of the firm: A case study: The Hercules Powder Company / E.T. Penrose // *Business History Review*. – Vol. 34, No. 1 – P. 1–23

64. Penrose E. T. The Theory of the Growth of the Firm / E.T. Penrose. – 3rd edn, Oxford, Oxford University Press. – OUP Oxford. – 2009. – 271 p.

65. Schumpeter J. A. The Theory of Economic Development / J. A. Schumpeter. – Harvard University Press. – 2008. – 255 p.