

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра экономической теории и мировой экономики

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Часть 1

*Учебно-методическое пособие
для студентов заочной формы обучения
экономических специальностей*

Пенза ИИЦ ПГУ 2008

УДК 330.1(075)

Э 40

Р е ц е н з е н т ы :

доктор экономических наук, профессор
директор Института экономики и управления
Пензенского государственного университета

В. М. Володин;

доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой маркетинга и экономической теории
Пензенского государственного университета
архитектуры и строительства

Г. А. Резник

Э40 Экономическая теория : учебно-методическое пособие для студентов заочной формы обучения экономических специальностей / сост. С. Г. Михнева, Т. В. Ровенская. – Пенза : Информационно-издательский центр ПГУ, 2008. – Ч. 1. – 130 с.

Работа предназначена для изучения дисциплины «Экономическая теория» студентами заочной формы обучения экономических специальностей. Включены конспекты лекций, содержащие минимальный уровень необходимых экономических знаний: экономических законов, понятий и категорий, которые должны быть усвоены студентами в процессе изучения дисциплины «Экономическая теория». Приводятся требования к выполнению и оформлению контрольной работы, варианты и задания к контрольной работе, список рекомендуемой литературы. Даны вопросы к зачету и экзамену.

Издание подготовлено на кафедре экономической теории и мировой экономики Пензенского государственного университета и предназначено для студентов специальностей 080502 «Экономика и управление на предприятии», 080105 «Финансы и кредит», 080107 «Налоги и налогообложение», 081100 «Менеджмент».

УДК 330.1(075)

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ТЕМА 1. ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ТЕОРИЮ	7
1.1 Экономика и экономическая теория	7
1.2 Предмет, функции и методы экономической теории	14
1.3 Безграничные потребности общества и ограниченность человеческих ресурсов	18
ТЕМА 2. РЫНОК И КОНКУРЕНЦИЯ	23
2.1 Рынок, его признаки и функции	23
2.2 Классификация рынков по различным критериям. Структура и инфраструктура рынка	28
2.3 Конкуренция: сущность, виды. Модели рынков с различной конкурентной средой	31
ТЕМА 3. ТЕОРИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ	37
3.1 Спрос и закон спроса. Детерминанты спроса. Эластичность спроса: виды, типы, показатели	37
3.2 Предложение и закон предложения. Детерминанты предложения. Эластичность предложения в разных временных периодах	44
3.3 Равновесие и неравновесие на рынке. Равновесная цена и равновесный объем продаж	49
ТЕМА 4. ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА И ПРИБЫЛЬ ФИРМЫ	51
4.1 Бухгалтерский и экономический подход к определению издержек производства и прибыли фирмы	51
4.2 Издержки производства фирмы в краткосрочном периоде	53
4.3 Издержки производства фирмы в долгосрочном периоде	58
4.4 Максимизация прибыли фирмы в условиях совершенной конкуренции и монополии	61
ТЕМА 5. РЫНКИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА	70
5.1 Факторы производства (ресурсы) фирмы. Факторные рынки и их особенности	70
5.2 Рынок труда. Спрос и предложение труда. Заработная плата и занятость	73
5.3 Рынок капитала. Процентные ставки и инвестиции	77
5.4 Рынок земли. Рента. Цена земли	81
ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ (зачету)	86
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ	88
ЗАДАНИЯ К КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ	91

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ АУДИТОРНОЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ (ВНЕАУДИТОРНОЙ) РАБОТЫ СТУДЕНТОВ	115
СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	124
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Титульный лист контрольной работы	125
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Оформление заданий в контрольной работе	126
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Оформление таблиц в контрольной работе.....	127
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Оформление рисунков (графиков) в контрольной работе	128
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Оформление списка использованной литературы....	129

ВВЕДЕНИЕ

Курс «Экономическая теория» относится к числу обязательных дисциплин, предусмотренных государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования в подготовке высококвалифицированных экономистов всех профилей.

Задача курса экономической теории состоит в формировании единой системы экономических знаний, общего образа экономической науки, отдельные фрагменты которой в дальнейшем более развернуто будут рассматриваться специальными дисциплинами.

Экономическая теория является общим теоретическим и методологическим фундаментом целого ряда экономических дисциплин, которые можно подразделить следующим образом:

- функциональные (кредит, маркетинг, финансы, менеджмент и др.), специализирующиеся на детальном анализе важнейших хозяйственных процессов;

- информационно-аналитические (статистика, экономическое моделирование, экономическая информатика), занятые совершенствованием методов сбора и обработки экономической информации;

- прикладные (экономика промышленности, экономика предприятий, внешняя торговля и др.), посвященные углубленному изучению особенностей функционирования отдельных секторов экономики.

Экономические дисциплины черпают из теории свои базовые понятия, вместе с тем обогащают экономическую теорию сведениями об идущих в экономике процессах, снабжают теорию новыми статистическими, прикладными, историческими фактами.

В методологическом аспекте экономическая наука учит не только тому, что необходимо делать, но и тому, чего делать не следует; причем последнее не менее важно, чем первое.

Целью учебно-методического пособия является оказание помощи студентам в изучении курса «Экономическая теория», организации самостоятельной работы при выполнении контрольной и курсовой работы, подготовке к зачету и экзамену.

В соответствии с учебным планом студенты заочной формы обучения специальностей 080502 «Экономика и управление на предприятии», 080105 «Финансы и кредит», 080107 «Налоги и налогообложение», 081100 «Менеджмент» изучают дисциплину «Экономическая теория» в течение двух семестров. В первом семестре изучается раздел «Микроэкономика»: выполняется письменная контрольная работа и сдается зачет (специальности 080107 и 081100) или экзамен

(специальности 080105 и 080502); во втором семестре изучается раздел «Макроэкономика»: выполняется и защищается курсовая работа и сдается экзамен.

Часть 1 учебно-методического пособия включает конспект лекций раздела «Микроэкономика», вопросы к экзамену (зачету), варианты и методические указания к выполнению и оформлению контрольных работ, задания для контрольных работ, список рекомендуемой литературы, рекомендации по организации самостоятельной работы студентов заочной формы обучения.

ТЕМА 1. ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ТЕОРИЮ

1.1 Экономика и экономическая теория. Возникновение и эволюция экономической теории.

1.2 Предмет, функции и методы экономической теории. Экономические категории и экономические законы.

1.3 Безграничные потребности общества и ограниченность экономических ресурсов. Проблема выбора. Производственные возможности общества.

1.1 Экономика и экономическая теория.

Возникновение и эволюция экономической теории

Выяснение роли и значения экономической теории необходимо начать с характеристики общего понятия об экономике.

Экономика занимает ведущее место во всей системе общественных отношений. Ее определяющее значение обусловлено тем, что своей основой она имеет материальное производство, где создаются все необходимые условия для жизнеобеспечения людей, удовлетворяются потребности человека и общества в целом. Ежедневно каждый человек сталкивается с такими проявлениями экономики, как обмен товаров и услуг, деньги, цена, доходы. За этими обыденными, кажущимися на первый взгляд простыми экономическими явлениями скрывается сложная и многоуровневая система хозяйственных связей и отношений, складывающихся в производстве, распределении, обмене и потреблении благ и услуг. Экономика развивается по своим законам, оперирует своими понятиями: материальное и нематериальное производство, потребности, экономический рост и др.

Экономика определяет экономическую политику, а от нее зависят правильность выбора пути развития национального хозяйства, решение проблемы занятости трудоспособного населения, создание условий для роста благосостояния людей. Через нее осуществляется действие экономических законов.

Само слово «экономика» имеет древнее происхождение, оно представляет собой соединение двух греческих слов «эйкос» – хозяйство и «номос» – закон и в переводе с древнегреческого означает «законы хозяйства». За более чем два тысячелетия смысл этого понятия изменился и обогатился.

В настоящее время содержание понятия «экономика» раскрывается в нескольких значениях. Во-первых, экономику рассматривают как совокупность материального и нематериального производства (непроизводственной сферы). Во-вторых, с ней ассоциируется пони-

мание совокупности экономических отношений, складывающихся в системе производства, распределения, обмена и потребления благ и услуг. В-третьих, под экономикой подразумевают отраслевую науку, изучающую функциональные и отраслевые аспекты экономических отношений. В-четвертых, экономику определяют как совокупность знаний о хозяйстве и связанной с ним деятельностью людей по использованию разнообразных и ограниченных ресурсов и об отношениях людей, возникающих в процессе хозяйствования. Есть и другие определения термина «экономика». Так что в целом **экономику можно определить как хозяйство, науку о хозяйстве и хозяйствовании и человеческих отношениях в процессе хозяйствования.**

При рассмотрении многосложности экономики естественно возникает представление о том, что ее изучение обеспечивает не одна, а **целая система экономических наук.** Постепенно сложились две ветви в экономических исследованиях: **теоретическая и прикладная.** К теоретической экономике относятся два ее современных направления: **политическая экономия и экономикс,** а также история экономических учений. К ним примыкают экономико-математическое моделирование и в более широком смысле – экономическая кибернетика, изучающая основные принципы управления экономикой.

Прикладными считаются конкретные **отраслевые науки** (экономика промышленности, экономика АПК, экономика торговли) и **функциональные науки** (экономика труда, экономическая статистика, финансы, денежное обращение, кредит и др.).

Перед экономической теорией стоят следующие задачи:

- 1) отражать и объяснять хозяйственную жизнь с ее проблемами и противоречиями;
- 2) выяснять принципы и формы хозяйственной деятельности, открывать и формулировать экономические законы;
- 3) осуществлять анализ механизма функционирования экономических систем – изучать методы деятельности народного хозяйства в целом и отдельного предприятия;
- 4) разрабатывать основы экономической политики.

Экономические представления могут быть разделены на две основные группы, в соответствии с их функциональным предназначением: **позитивная и нормативная экономическая теория.**

Позитивная теория дает характеристику того, что есть в экономике, помогает разобраться в чертах действительности и ее закономерностях.

Нормативная экономическая теория предназначена для того, чтобы наметить, что должно быть, в каких параметрах должна развиваться экономическая жизнь и что для этого надо сделать.

Экономическая наука прошла путь многовекового развития (рис. 1.1). Элементы экономических знаний содержатся в Библии, в древних документах Египта, Китая, Индии.

В сочинениях Аристотеля, Ксенофонта, Платона еще в I в. до н.э. были сделаны попытки систематизировать экономические воззрения, дать им научное объяснение.

Возникновение целостных стройных экономических концепций относится к XV–XVII вв., когда возникла первая экономическая школа – **меркантилизм** (Т. Ман, А. Монкретьен и др.). Сердцевиной экономики они считали торговлю. В XVII–XVIII вв. возникла школа **физиократов** (Ф. Кенэ, В. Тюрго и др.), представители которой видели источник доходов не в торговле, а в производстве, в создании экономического продукта. Однако они ошибочно предполагали, что богатство создается только в сельском хозяйстве.

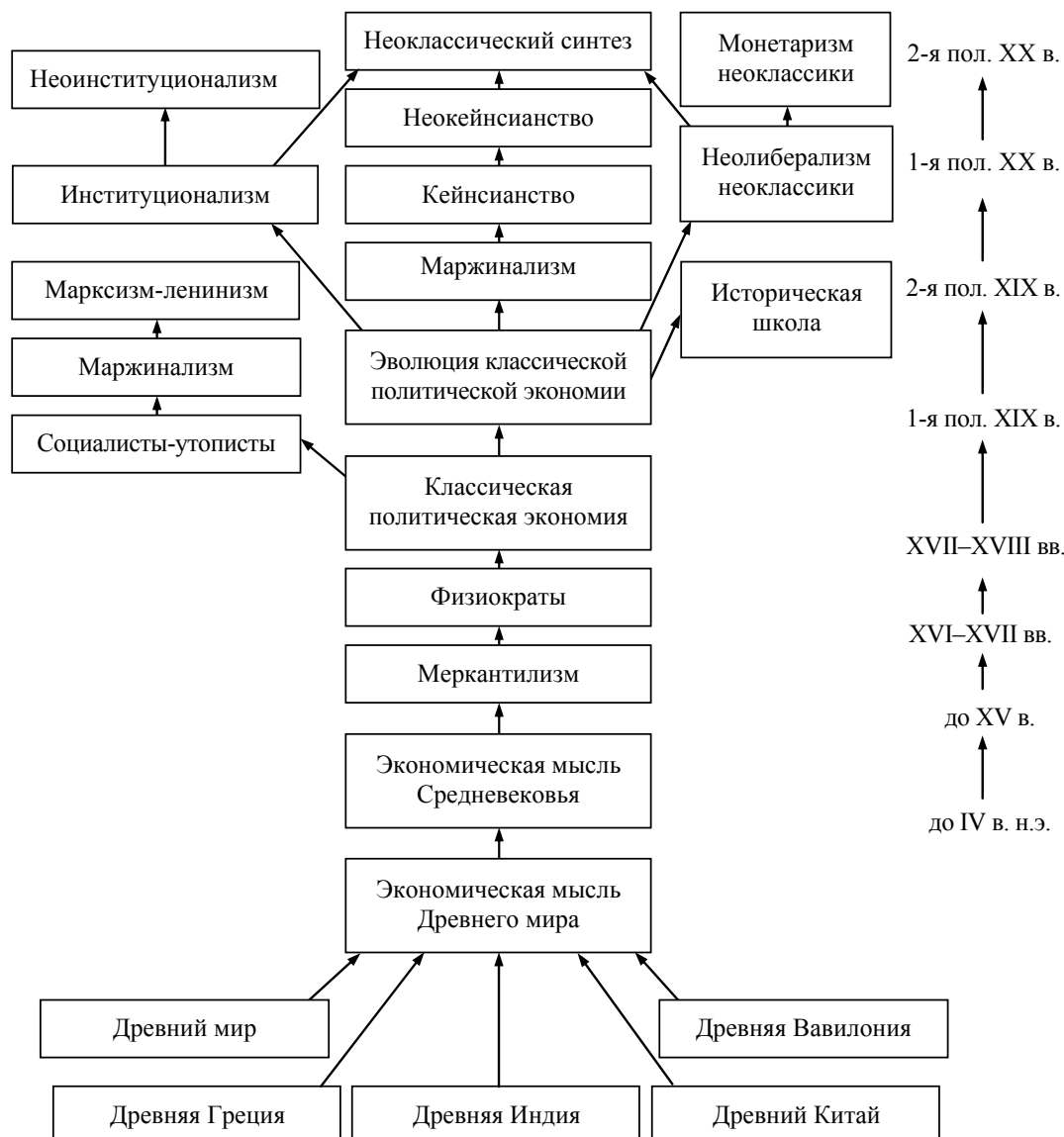


Рис. 1.1 «Родословное дерево» экономической науки

Более зрелым направлением экономической мысли была **классическая школа политической экономии** (XVIII–XIX вв.). Ее яркие представители – А. Смит, Д. Рикардо – создали теорию трудовой стоимости, сделали значительный шаг в изучении природы капитала, его накопления и применения. Они отрицали необходимость государственного вмешательства в экономику, полагаясь полностью на регулируемую роль рынка.

Экономическая теория в течение трех столетий (XVII–XIX вв.) развивалась как политическая экономия. Этот термин был впервые введен французским экономистом, представителем школы меркантилизма Антуаном Монкретьеном («Трактат политической экономии», 1615 г.). В XIX в. К. Марксу и основанной им марксистской экономической школе удалось развить многие положительные идеи классической политэкономии, объяснить многие закономерности капитализма эпохи свободной конкуренции. Существенный вклад внес К. Маркс и в теорию трудовой стоимости, создав новую концепцию материалистического понимания истории. К. Маркс дал анализ движения капитала, подчиненного производству прибавочной стоимости и обозначил тенденцию накопления капитала как путь гибели капиталистической экономики, основанной на эксплуатации трудящихся.

Учение К. Маркса было развито Ф. Энгельсом, Г. В. Плехановым, П. Струве и другими российскими экономистами. Значительный вклад в развитие экономической теории внес В. И. Ленин, разработавший научную концепцию об экономической природе монополизма, которая не потеряла своей актуальности и сегодня. Однако многие положения марксистско-ленинской политэкономии, будучи формально использованными для обоснования экономической модели СССР, не подтвердились на практике.

В современной экономической теории обычно выделяют три основных направления: **неоклассическое, неокейнсианское и институционально-социологическое.**

Неоклассическое направление в экономической науке обозначилось в последней трети XIX в. К нему относят австрийскую школу (К. Менгер, Ф. Визер, Е. Бем-Баверк и др.), математическую школу (У. Джевонс, Л. Вальрас, В. Парето и др.), американскую школу предельной производительности (Дж. Б. Кларк, А. Маршалл). В XX в. неоклассическое направление представляли Дж. Хикс, Ф. Хайек, Р. Солоу, М. Фридмен. Они отстаивали свободу конкуренции, принцип невмешательства государства в экономику.

Основоположником нового направления в экономической теории явился Дж. Кейнс, который в 30-е гг. XX в. разработал новую

теорию об активном вмешательстве государства в экономическую жизнь. Это направление было названо его именем – **кейнсианство**.

Неокейнсианцы (Р. Харрод, А. Хансен и др.) развили и конкретизировали многие положения и рекомендации Дж. Кейнса. Они разработали схему непрерывного, динамического роста экономики, предложили ряд мер антикризисного регулирования (через госбюджет, налоговую политику и др.).

Представители **институционально-социологического направления** (ранний институционализм: Т. Веблен, У. К. Митчелл, Дж. М. Кларк, Дж. Коммонс; поздний институционализм: Дж. Гэлбрейт, Я. Тинберген и др.) рассматривали экономику как систему, на которую оказывают большое влияние социологические, политические и социально-психологические факторы. Они исследовали изменения экономической жизни под воздействием таких общественных институтов, как корпорации, профсоюзы, государство и др.

Во второй половине XX в. получило развитие **неоинституциональное направление** (Р. Коуз, О. Уильямсон, Д. Норт). Неоинституциональная теория представляет собой экономический анализ влияния институтов на хозяйство на основе принципов рациональности и методологического индивидуализма. В этом заключается фундаментальное отличие новых институционалистов от старых.

Для всех представителей неоинституционализма характерны следующие воззрения:

- «институты имеют значение», т.е. они влияют на результаты функционирования и динамику экономики;
- человеческое поведение не характеризуется полной (всеобъемлющей) рациональностью; его важнейшими характеристиками являются ограниченная рациональность и оппортунизм (противодействие);
- осуществление рыночных сделок, а следовательно, функционирование ценового механизма и других атрибутов рыночной экономики связано с издержками, которые в неоинституциональной традиции называют **транзакционными**. Следуя принципу рациональности, хозяйствующие субъекты в ходе своей хозяйственной деятельности стремятся минимизировать транзакционные издержки. С этой целью они вырабатывают институты, которые трактуются в неоинституциональном анализе как «созданные человеком ограничения, которые структурируют политическое, экономическое и социальное взаимодействие». Критерием эффективности институтов является размер достигнутой благодаря им минимизации издержек.

Большой вклад в развитие мировой экономической науки внесли российские и советские экономисты: А. Л. Ордын-Нащекин,

И. Т. Посошков (XVII в.), В. Н. Татищев, М. В. Ломоносов (XVIII в.), Н. С. Мордвинов, М. М. Сперанский (XIX в.). В конце XIX – начале XX вв. оставили глубокий след М. Т. Туган-Барановский, Г. В. Плеханов. Многие сделали для построения экономической теории социализма В. А. Базаров, Е. А. Преображенский, А. В. Чаянов. Н. Д. Кондратьев создал теорию больших циклов, которая признана всеми современными экономическими школами. В послевоенный период мировую известность получили работы А. Н. Вознесенского о военной экономике, открытия в области экономико-математического моделирования академиком В. С. Немчинова, Л. В. Канторовича (ему была присуждена в 1975 г. Нобелевская премия). Из современных российских ученых-экономистов широко известны имена А. Г. Аганбегяна, Л. И. Абалкина, С. С. Шаталина, А. Я. Лившица, А. И. Анчишкина и др.

Современная экономическая теория стремится использовать идеи прошлого, аккумулировать их. Задача российской науки состоит в том, чтобы найти свой путь продвижения общества к социально-экономическому прогрессу, используя опыт и достижения современного направления западной экономической науки, получившей название экономикс.

Есть существенные различия в концептуальных подходах к объяснению экономического развития в экономикс и классической политической экономии, хотя есть и общие сближающие их черты. Так, например, классическая политическая экономия главной своей целью считает изучение экономических законов, проявляющих свое действие объективно, т.е. независимо от человека как субъекта хозяйствования. Основные свои выводы политэкономия связывает с теорией трудовой стоимости, в частной собственности видит главное препятствие на пути социально-экономического прогресса, считает гибель капитализма неизбежной, а путь рыночной экономики – бесперспективным, т.к. развитие свободного рынка в соответствии с объективными рыночными закономерностями ведет к его отрицанию в форме монополии.

Главную цель исследований представители экономикс видят в поиске наиболее рациональных эффективных путей для хозяйственной деятельности при ограниченности ресурсов. Последователи этой школы анализируют стоимость, исходя из принципов маржиналистской теории, согласно которой ценность определяется величиной предельного продукта, а цена – положением точки равновесия между спросом и предложением. В центре внимания этого направления стоит человек с его потребностями. Частную собственность, конкурен-

цию и рыночные отношения авторы экономикс рассматривают как величайшие импульсы развития экономики, а капитализм – как строй, наиболее полно раскрывающий возможности человека и общества.

При поисках выхода из экономического кризиса российские исследователи считали, что некоторые рекомендации экономикс должны быть использованы, особенно в части государственного регулирования, антиинфляционным мерам, по недопущению массовой безработицы, социальной поддержке малоимущих слоев населения. Под влиянием экономикс, различных вариантов ее изложения в зарубежных учебниках пересмотрена структура изложения экономической теории в российских вузах, которые перешли на общепринятую в мире структуру, состоящую из двух частей:

- 1) микроэкономике;
- 2) макроэкономике.

Микроэкономика (от греч. *micros* – маленький) рассматривает экономические явления и процессы на уровне отдельных хозяйственных единиц, первичных ячеек – домохозяйств и фирм. Она объясняет, как и почему принимаются экономические решения на уровне таких первичных ячеек. Например, она показывает, как фирмы и домохозяйства распределяют свои ресурсы между различными целями и принимают решения о количестве производимых товаров в зависимости от спроса на рынке, от уровня цен и других факторов. Это свидетельствует о том, что в центре внимания микроэкономике находится отдельный субъект общества, своеобразный рациональный, «экономический» человек, который стремится достигать наилучших экономических результатов при существующих возможностях и ограничениях.

Сферой микроэкономического анализа является исследование закономерностей функционирования рынка и его участников – потребителей и производителей товаров и услуг, покупателей и продавцов. При этом одной из основных проблем микроэкономике является взаимодействие спроса и предложения, формирование равновесных рыночных цен в условиях разных видов конкуренции.

Макроэкономика (от греч. *macro* – большой) – это раздел экономической теории, который рассматривает и изучает экономические явления и процессы на уровне страны в целом, т.е. на уровне национальной экономики как системы взаимосвязанных рынков, на которых взаимодействуют различные экономические субъекты: домохозяйства, фирмы, государство, зарубежные страны. В центре внимания макроэкономике оказываются вопросы обеспечения устойчивого роста экономики, полной занятости ресурсов, минимизации ин-

фляции и безработицы, оптимизации внешнеэкономических связей страны. Все эти вопросы носят прикладной характер и используются при разработке экономической политики государства.

Таким образом, микро- и макроэкономика анализируют экономическую деятельность на разных уровнях и с разных сторон. Знания, которые дают эти разделы экономической теории, необходимы сегодня каждому человеку для формирования рыночного типа мышления и поведения.

1.2 Предмет, функции и методы экономической теории. Экономические категории и экономические законы

Начинать изучение любой науки необходимо с выяснения ее принципов, предмета, функций и методов. Ставить в центр изучения всей хозяйственной деятельности человека с его потребностями есть основной принцип современной экономической науки.

При определении предмета экономической теории наблюдаются различные подходы. В советской экономической науке имело место марксистское определение предмета экономической теории как науки о законах, управляющих производством и обменом материальных жизненных благ в человеческом обществе, т.е. науки, изучающей производственные (экономические) отношения, возникающие между людьми в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных благ на разных этапах исторического развития.

Американские экономисты К. Р. Макконнелл и С. Л. Брю определяют предмет исследований экономической теории в двух аспектах. Это, во-первых, поведение человеческих существ в процессе производства, распределения материальных благ и услуг в мире редких ресурсов и, во-вторых, эффективность использования ограниченных производственных ресурсов и управления ими с целью достижения максимального удовлетворения материальных потребностей человека.

Видный американский экономист П. Самуэльсон дает несколько определений предмета экономической теории:

- как науки о видах деятельности, связанных с обменом и денежными сделками между людьми;
- как системы знаний об использовании людьми редких и ограниченных производственных ресурсов для производства различных товаров и распределения их между членами общества в целях потребления;
- как науки о богатстве.

А. Смит определял как предмет экономической науки любую экономику, которая призвана ответить на три вопроса:

- 1) что следует производить и в каком количестве;
- 2) как надо производить товары, кто их должен производить, из каких ресурсов, с помощью каких технологий;
- 3) для кого производится, кому предназначаются производимые товары и услуги, как они распределяются?

Принимая во внимание сложность экономической жизни современного общества и каждого его индивида, опираясь на небольшой исторический экскурс генезиса экономической теории, можно дать самое общее определение ее предмета. **Современная экономическая теория изучает поведение людей как хозяйствующих субъектов на всех уровнях экономической системы в процессах производства, распределения, обмена и потребления благ и услуг в целях удовлетворения человеческих потребностей при ограниченных ресурсах семьи, фирмы, государства и общества в целом в условиях разных общественных систем и форм хозяйствования.**

Большинство современных экономистов признают экономическую теорию универсальной наукой, изучающей проблему выбора ресурсов и экономическое поведение человека. Вместе с тем существует целая система экономических наук, среди которых выделяют в самом общем виде следующие:

- общие (экономическая теория, микро- и макроэкономика, мировая экономика, менеджмент и др.);
- специальные (финансы и кредит, страхование, бухгалтерский учет, аудит, статистика и др.);
- отраслевые (экономика промышленности и других отраслей хозяйства).

Экономическая теория выполняет важные функции, определяющие ее роль и значение в жизни общества: познавательную, практическую, методологическую, критическую, идеологическую.

Познавательная функция экономической теории осуществляется через изучение всех процессов и явлений экономической жизни общества. В результате она формирует то экономическое мышление, которое необходимо людям в данный момент.

Второй важной функцией экономической теории выступает **практическая**, или прагматическая. Субъекты экономики, овладев принципами, методами, закономерностями и законами хозяйствования, организуют и ведут его более рационально, т.е. более эффективно по сравнению с теми, кто недостаточно знаком с экономической теорией.

Третьей функцией экономической теории является **методологическая**, т.е. она является не только учением, но и методом преобра-

зования действительности. Экономическая наука учит, что и как надо и не надо делать в экономике, она формулирует экономические законы, разрабатывает методологию, категориальный аппарат для конкретных экономических наук, выявляет и объясняет экономические интересы людей.

Четвертой функцией экономической теории является **критическая функция**, которая осуществляется на основе анализа всех экономических явлений и процессов через призму их достоинств (плюсов) и недостатков (минусов). Это позволяет дать их объективную оценку, эффективно задействовать достоинства и свести к минимуму их недостатки.

Пятой функцией экономической теории является **идеологическая**, которая формирует целостную систему экономического мировоззрения.

Для исследования экономических процессов и явлений в экономической теории используется множество методов. Термин «метод» в переводе с греческого означает «путь к чему-либо». Применительно к экономической теории – это путь к достижению научной истины в анализе фактов, явлений и процессов, с помощью использования различных способов и приемов познания окружающей действительности. В результате объективная действительность превращается в субъективное знание, которое затем по принципу обратной связи может снова реализоваться в объективной действительности и даже коренным образом изменить ее.

Важным методом исследования экономических процессов и явлений является общий мировоззренческий метод, единый для всех наук, – **материалистическая диалектика**, который предполагает, что все экономические процессы надо рассматривать в непрерывном развитии, как результат единства и постоянной борьбы противоположностей, при переходе от простого к сложному, высшему, от количественных к качественным изменениям.

В экономической теории диалектический метод познания применяется с учетом специфики изучаемых экономических явлений. Здесь нельзя пользоваться, как в других науках, лабораторными методами, их заменяет особый методический прием – **научная абстракция**. Суть его состоит в том, что в процессе познания форм экономических явлений выделяются наиболее существенные их стороны (сущность) и отвлекаются от всего второстепенного, случайного. Научное абстрагирование не отрыв мышления от жизни, а средство проникновения в нее, способ отражения в теории наиболее су-

ущественных связей реальной действительности. В результате абстрагирования выводятся **экономические категории**, т.е. научные понятия, которые характеризуют сущностные стороны экономических явлений (например, товар, стоимость, деньги, капитал и др.). Более углубленное познание экономических процессов позволяет сформулировать **экономические законы**, отражающие наиболее устойчивые, существенные объективные причинно-следственные связи между явлениями в экономической жизни.

В экономической теории применяются и другие общенаучные методы исследования: анализа и синтеза; индукции и дедукции; единства логического и исторического; дискретного и непрерывного.

Анализ – это метод познания, основанный на расчленении целого на составные части. **Синтез** – это метод соединения отдельных частей исследуемого явления в единое целое. Когда проведен анализ различных составляющих сложного явления, дальше необходимо все эти составляющие снова объединить и получить новое представление о целом.

Индукция – это такой метод познания, когда из отдельных фактов выводятся определенные научные принципы и делаются выводы, когда мысль аналитика движется от частного к общему, от частных фактов к какому-либо научному обобщению или выводу. **Дедукция** – это метод, основанный на умозаклчениях от общего к частному, когда аналитик, выдвигая какую-либо гипотезу, доказательство, подбирает затем под нее соответствующие факты, т.е. движение мысли идет здесь от теории к практике, с тем чтобы подтвердить данную теорию или опровергнуть ее.

Метод единства логического и исторического сводится к тому, что теоретическое исследование явления отражает исторический процесс его развития. Вместе с тем теоретическое знание не является точной копией исторического знания: в нем история как бы освобождается от случайных фактов и воспроизводится более объективно как теоретическая реальность.

Широко используется в экономических исследованиях также **метод графического изображения**, который помогает более наглядно иллюстрировать и воспринимать соотношение между различными экономическими показателями (например, выяснить закономерности изменения спроса и предложения в зависимости от изменения цены). Мощным инструментом изучения экономических проблем является и **метод экономико-математического моделирования** с помощью ЭВМ.

1.3 Безграничные потребности общества и ограниченность человеческих ресурсов.

Проблема выбора. Производственные возможности человека

Целью функционирования экономики является удовлетворение потребностей человека на основе использования в производстве трудовых, научных, природных и других ресурсов. Только на ранних ступенях развития общества люди удовлетворяли свои потребности за счет присвоения готовых продуктов, данных им природой. Полученные таким путем **блага** называются **свободными (неэкономическими)**. С развитием общества и возрастанием потребностей их удовлетворение происходит за счет изготовления товаров и услуг, поступающих на рынок путем взаимного обмена на основе спроса и предложения. В условиях рыночной экономики как сами потребности, так и полученные для их удовлетворения материальные и духовные блага, а также участвующие в производстве ресурсы называются **экономическими**. **Потребность** (нужда в чем-либо) для каждого человека и общества в целом представлена как многообразная совокупность потребительских свойств товаров и услуг, в которую включены:

1) **материальные потребности**, представленные предметами первой необходимости, нужными для нормальной жизни (хлеб, жилье, одежда), и предметами роскоши (драгоценности, яхты и др.); предметами текущего потребления (продукты питания) и длительного пользования (легковые автомобили);

2) **духовные потребности** (приобретение книг, посещение театров и музеев, кино и т.д.);

3) **потребности в оказании услуг** (химическая чистка одежды, ремонт и уборка жилья и т.д.).

В последнее время большое значение придается удовлетворению так называемых **социальных потребностей** (занятость трудом, участие в управлении производством, здоровье, безопасность), а также **экологических** (чистый воздух, вода, почва и т.д.).

Развитие потребностей является основной движущей силой общественного развития. Оно происходит в соответствии с проявлением фундаментального (всеобщего, присущего любому способу производства) **закона возвышения потребностей**. Потребности безгранично растут, стимулируя расширение производственных возможностей для их удовлетворения. При этом по мере удовлетворения низших, более простых потребностей, они, в соответствии с принципом перехода количества в качество, трансформируются, переходя на новый более сложный уровень, чем стимулируют новый рост производства.

Сдерживающим фактором развития экономики и удовлетворения потребностей являются экономические ресурсы, отличительной чертой которых является их ограниченность и редкость.

В связи с этим в центре экономической теории находятся две проблемы, тесно связанные между собой: потребности индивидумов и общества в целом растут, они безграничны (по закону возвышения потребностей), а **экономические ресурсы**, которые выступают и факторами производства (труд, капитал, земля), **имеются в ограниченном количестве**. Многие природные ресурсы невоспроизводимы (нефть, уголь, газ) или трудно воспроизводимы (почва в земледелии). Вследствие редкости производственных ресурсов и ограниченных возможностей экономики удовлетворить все потребности, перед производством встает **проблема выбора: что, сколько, как и для кого производить**.

Проблема выбора в экономической теории исследуется на основе **модели производственных возможностей экономики** (общества), которая иллюстрирует все альтернативные варианты производства двух видов товаров (производственных и потребительских) в условиях ограниченных экономических ресурсов, имеющих в экономике.

Допустим, что ресурсы общества позволяют произвести 5 млн шт. потребительских товаров (товар X) или 15 тыс. шт. производственных товаров (товар Y), а также различные комбинации этих товаров при полном использовании имеющихся экономических ресурсов. Значения альтернативных возможностей использования экономических ресурсов приведены в таблице 1.1.

Таблица 1.1

Альтернативные возможности производства
в национальной экономике

Возможности	Производственные товары (товар Y), тыс. шт.	Потребительские товары (товар X), млн шт.
<i>A</i>	15	0
<i>B</i>	14	1
<i>C</i>	12	2
<i>D</i>	9	3
<i>E</i>	5	4
<i>F</i>	0	5

Иллюстрация этой констатации может быть представлена на графике производственных возможностей или трансформации (рис. 1.2), где по горизонтали отмечено количество потребительских товаров (товар X), а по вертикали – количество производственных товаров

(товар Y). Зафиксировав цифры на графике и соединив их, получим **кривую производственных возможностей экономики**.

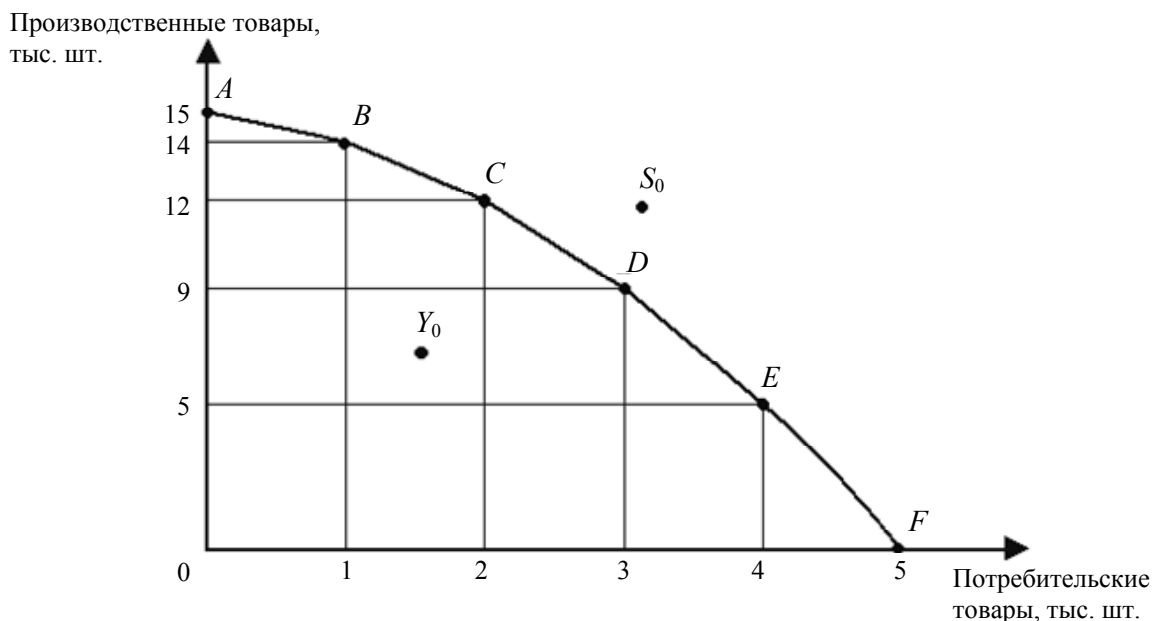


Рис. 1.2 Кривая производственных возможностей экономики

Каждая точка на кривой производственных возможностей (точки A , B , C , D , E , F) показывает максимальный (полный) объем производства двух товаров в результате полного использования имеющихся у общества ресурсов. Точки, находящиеся вне кривой (например, точка S_0), оказались бы более предпочтительными любой точки на кривой, т.к. им соответствует больший объем двух товаров. Однако при данном количестве экономических ресурсов и имеющихся технологиях производства они недостижимы.

Надо учитывать и тот факт, что даже имеющиеся ресурсы общество может использовать не полностью или неэффективно. В результате в экономике будет произведено товаров меньше их потенциального (полного) объема, что на рис. 1.2 иллюстрирует точка Y_0 .

Экономический смысл кривой производственных возможностей (трансформации) состоит в том, что при полной занятости ресурсов вариант их использования всегда альтернативен. Однако ресурсы общества ограничены, и разные ресурсы при использовании дают разную отдачу (эффективность). При выборе оптимального варианта в производстве необходимо учитывать действие закона возрастания предельных затрат и закона убывания предельной производительности. Переключение ресурсов из одной сферы применения в другую ведет к относительному возрастанию затрат. Поэтому для увеличения производства одного товара приходится отказываться от все большего количества другого товара. Издержки, обусловленные отказом от од-

ного товара в пользу другого, называются **альтернативными**, или **вменными** (издержками упущенных возможностей). Отсюда вытекает действие закона возрастания предельных затрат, именуемого также **законом возрастания альтернативных издержек**:

$$MRT = \frac{-\Delta X}{\Delta Y},$$

где MRT – норма замещения товара X товаром Y ; ΔX – количество товара X , от которого отказываются; ΔY – количество товара Y , которое увеличивается за счет использования высвободившихся ресурсов.

Если в стране возрастают ресурсы, улучшается их использование, появляется новая и более совершенная технология, то кривая производственных возможностей будет смещаться вправо (рис. 1.3) и общество начнет производить больше и производственных и потребительских товаров, что свидетельствует об экономическом росте. К нему, как известно, стремится каждая страна.

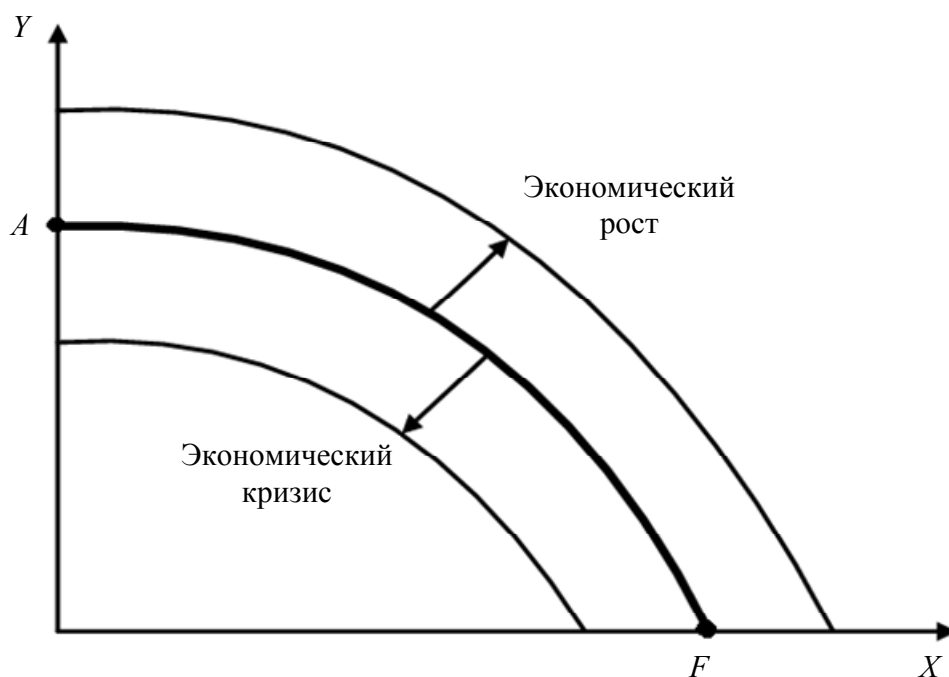


Рис. 1.3 Смещение кривой производственных возможностей экономики

Хотя в мировой практике есть и примеры обратного рода, когда вследствие различных причин (экономические кризисы, войны, стихийные катаклизмы) страна теряет часть своего производственного потенциала, что ведет к уменьшению производственных возможностей экономики и, соответственно, иллюстрируется сдвигом кривой производственных возможностей влево (см. рис. 1.3).

Основные понятия и категории

Экономика. Экономическая теория: позитивная и нормативная. Политическая экономия, экономикс. Экономические школы: меркантилизм, физиократы, классическая политическая экономия. Неоклассическое, неокейнсианское и институционально-социологическое направления современной экономической теории. Микроэкономика и макроэкономика. Функции экономической теории: познавательная, практическая, методологическая, критическая, идеологическая. Методы экономической теории: материалистическая диалектика, научная абстракция, анализ и синтез, индукция и дедукция, единство исторического и логического, графический, экономико-математическое моделирование. Экономические категории и экономические законы. Потребности: материальные, духовные, социальные, экологические. Закон возвышения потребностей. Свободные и экономические блага. Экономические ресурсы. Проблема выбора. Производственные возможности общества. Альтернативные издержки. Закон возрастания альтернативных издержек.

ТЕМА 2. РЫНОК И КОНКУРЕНЦИЯ

2.1 Рынок, его признаки и функции.

2.2 Классификация рынков по различным критериям. Структура и инфраструктура рынка.

2.3 Конкуренция: сущность, виды. Модели рынков с различной конкурентной средой.

2.1 Рынок, его признаки и функции

В современной экономике потребности людей удовлетворяются в основном посредством обмена (купли-продажи) товарами. **Обмен** означает получение от кого-либо желаемого товара с предложением чего-либо взамен (другого товара или денег).

В процессе поступательного общественного развития происходила эволюция обмена. Сначала обмен носил эпизодический характер (от случая к случаю), когда люди обменивались излишками произведенных ими благ. В дальнейшем, по мере увеличения производства материальных благ, вследствие развития процессов разделения и специализации труда обмен благами принимал все более регулярный характер. Производство же становилось преимущественно товарным, т.е. направленным не на удовлетворение собственных потребностей производителя (когда лишь излишки поступали в обмен), а на производство товаров, создаваемых с целью обмена на другие товары. Таким образом, собственные потребности производителей удовлетворялись уже посредством обмена своих товаров на товары других производителей.

Специализация отдельных товаропроизводителей на создании одного или нескольких товаров приводила к значительному росту производительности труда, т.е. к выпуску большего объема благ в единицу времени. Вследствие этого все больше и больше выпускалось и, соответственно, обменивалось товаров.

Все большее количество людей вступало в отношения обмена товарами, но их роль в процессе обмена была различна. Одни выступали покупателями, а другие – продавцами товаров. И сколько бы ни развивался обмен, это функциональное деление субъектов обмена сохранялось.

В настоящее время к **покупателям** можно отнести потребителей, которые приобретают товары и услуги, а также фирмы, покупающие труд, капитал и сырье, с помощью которых они производят товары и услуги. К **продавцам** относятся фирмы, продающие свои товары и услуги, трудящиеся, продающие свою рабочую силу, и также продавцы ресурсов (капитала, земли), которые сдают в аренду или продают их.

Очевидно, что большинство людей и фирм могут выступать в обмене и как покупатели, и как продавцы товаров. Но когда отдельные лица или фирмы как продавцы вступают в отношения обмена с другими лицами или фирмам с целью продажи своих товаров, то они уже не могут по отношению к ним быть одновременно и покупателями. Поэтому в каждом отдельно взятом отношении обмена одни субъекты выступают покупателями, а другие – продавцами. Хотя в следующем отношении обмена их роли могут поменяться.

Взаимодействуя, покупатели и продавцы образуют **рынок**, который **представляет собой развитую форму обмена товарами**.

В настоящее время существует множество определений рынка. Так, в «Толковом словаре» В. Даля рынок определяется как «площадь в городах и селах... место съезда и сходки продавцов и покупателей по назначенным дням; торг, торжище, базар». Это определение характерно для определенного этапа развития рынка, когда обмен товаров происходил в определенном месте и обычно в определенное время. По мере развития производства и обмена, увеличения производимых товаров и услуг, роста их разнообразия, а в настоящее время и развития широкой сети электронных средств связи территориальные и временные границы как существенные признаки рынка утрачивают силу.

Впервые более точное определение рынка попытался дать О. Курно, французский ученый начала XIX в. На его определение опирались многие ведущие экономисты Запада. До сих пор оно считается классическим. О. Курно отмечал, что «экономисты подразумевают под термином «рынок» не какую-либо рыночную площадь, на которой продаются и покупаются предметы, а в целом всякий район, где сношения покупателей и продавцов друг с другом столь свободны, что цены на одни и те же товары имеют тенденцию легко и быстро выравниваться».

Современные американские экономисты К. Р. Макконнелл и С. Л. Брю, авторы переведенного на русский язык и довольно известного учебника «Экономикс», определяют рынок как «институт или механизм, сводящий вместе покупателей (предъявителей спроса) и продавцов (поставщиков) отдельных товаров и услуг».

Другие американские экономисты Р. Пиндайк и Д. Рубинфельд в своей книге «Микроэкономика» представляют рынок как «совокупность покупателей и продавцов, взаимодействие которых приводит в итоге к возможности обмена».

Ф. Котлер, широко известный в нашей стране теоретик маркетинга, определяет рынок как «совокупность существующих и потенциальных покупателей товаров», имея в виду, что и продавцы товаров в других сделках выступают как покупатели.

На основе приведенных и многих других определений можно выделить то главное, что характеризует **сущность рынка**.

Во-первых, **рынок** представляет собой **механизм, соединяющий производство и потребление, сводящий вместе продавца и покупателя с целью удовлетворения своих интересов**. Покупатели на рынке в процессе обмена хотят приобрести какое-то благо или услугу, продавцы хотят реализовать свою продукцию с целью извлечения дохода, прибыли или других выгод. Рынок функционирует на основах частной собственности, конкуренции, свободы выбора и экономического поведения субъектов.

Во-вторых, в процессе купли-продажи товаров на рынке формируется **рыночная (равновесная) цена и равновесный объем продаж**. Процесс ценообразования является центральным моментом в определении рынка.

Выделяют **пять основных признаков свободного рынка**:

1. Рынок предполагает свободный доступ в него и свободный выход из него, поэтому число участников рынка ничем не ограничено.
2. Существование на рынке значительного числа производителей товаров определяет незначительное влияние на общую рыночную цену цены каждого индивидуального производителя.
3. На рынке предполагается полная свобода в перемещении материальных, людских и финансовых ресурсов.
4. Все участники рынка имеют полный объем рыночной информации: о предложении, спросе и ценах.
5. На свободном рынке исключены любые привилегии для каких-либо групп продавцов или покупателей.

Рыночная система организации общественного производства дает возможность наиболее эффективно отвечать на основные вопросы любой экономики: **что производить? как производить? для кого производить?** Причем проблемы эти решают не правительство и государство, они решаются автоматически под воздействием рыночного механизма с ценами, прибылями и убытками.

Что производить – решают потребители, предъявляя спрос на товары и услуги.

Как производить – решает производитель, старающийся подобрать наиболее эффективную комбинацию ресурсов, чтобы в конкурентной борьбе производить дешевле, продавать больше и получать большую прибыль.

Для кого производить – любое количество денег на рынке найдет товар по себе, любой спрос на любой товар и услугу будет удовлетворен.

Благодаря разделению труда и необходимости постоянного взаимодействия рыночных агентов между собой, рынок направляется **«невидимой рукой»** (выражение впервые ввел А. Смит). Действует принцип взаимной заинтересованности: дай им то, что нужно им, и ты получишь то, что нужно тебе. При этом достигается рациональ-

ное распределение ресурсов, а каждый предприниматель получает свой доход, достигает желаемого результата и выгод. Каждый преследует свои интересы и тем не менее при этом служит обществу лучше, чем если бы он этого хотел сознательно.

Идеальное состояние рынка – это равновесие между объемом спроса и объемом предложения. К этому постоянно стремится рыночная система. Однако такое равновесие постоянно нарушается в ту или иную сторону, и если бы оно постоянно не восстанавливалось, последствия для экономики были бы тяжелыми – это и дефицит, и перепроизводство, инфляция и прочие негативные явления. Как же восстанавливается такое равновесие? Директивным и административным путем это сделать очень сложно, т.к. потребности постоянно меняются и трудно все предусмотреть. Новое равновесие на рынке наступает автоматически при помощи **рыночного механизма**. Его действие можно описать схемой (рис. 2.1), которая иллюстрирует процесс приведения спроса и предложения в равновесие при увеличении спроса сверх предложения. Если спрос уменьшается, то процесс будет идти по этой же схеме, только со знаком минус. Нужно заметить, что эта схема идеальна, в реальности же в современной экономике зачастую требуется вмешательство государства, чтобы отклонения от равновесия не накапливались и не прогрессировали.

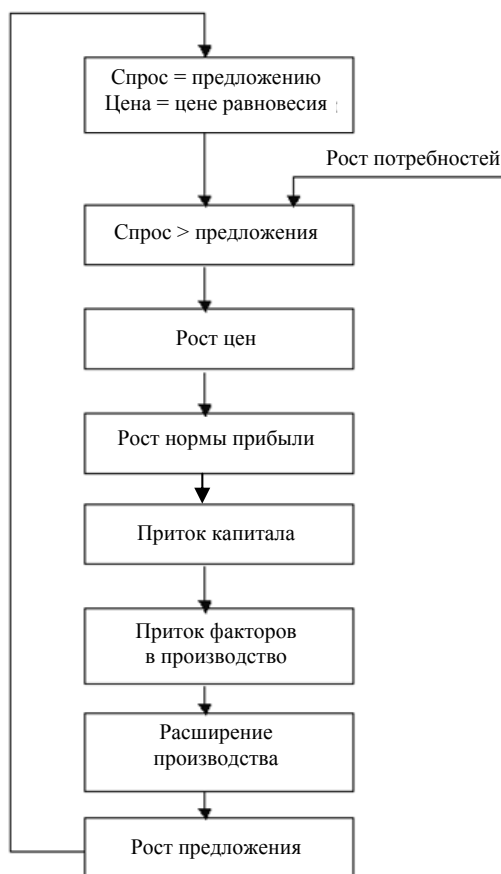


Рис. 2.1 Механизм функционирования свободного рынка

Рынок выполняет в экономике очень важные **функции**, которые, будучи доверены людям (правительству, организациям, учреждениям и т.д.), выполнялись бы не лучшим образом. Перечислим важнейшие из них:

1. **Связующая.** В рыночной экономике свободные производители и потребители устанавливают друг с другом множество связей как по горизонтали, так и по вертикали; взаимодействуя и входя в зависимость друг от друга, связывают множество независимых и самостоятельных производств и территорий в единый народно-хозяйственный комплекс.

2. **Ценообразующая.** В процессе взаимодействия покупателей (предъявителей спроса на рынке) и продавцов (формирующих рыночное предложение) на рынке устанавливается единая рыночная (равновесная) цена и рыночный объем продаж.

3. **Информационная.** Через инфраструктуру рынка (реклама, биржи, средства массовой информации и т.д.) как производители, так и потребители получают относительно свободный и равный доступ к относительно объективной информации о спросе, предложении и ценах на товары.

4. **Регулирующая.** Через уровень и колебания цен на товары и услуги владельцы капиталов и других ресурсов на рынке получают информацию и стимулы для передвижения факторов производства между отраслями и территориями, формируя структуру экономики в соответствии со структурой потребностей.

5. **Оценочная.** Через получение прибыли, ее увеличение или уменьшение рынок выставляет оценку миллионам действующих рыночных агентов. Эта оценка объективна и беспристрастна, оспаривать ее не у кого, можно лишь изменить собственную деятельность.

6. **Стимулирующая.** Эта функция рынка наиболее привлекательна для потребителя, выполняя ее, рынок ставит его в привилегированное положение. Ради его денег на рынке идет жестокая конкуренция, и через ее механизм рынок стимулирует производителя к таким общественно полезным целям, как снижение затрат на производство, строгая экономия ресурсов, внедрение новейших технологий и достижений НТП, предложение все новых товаров и услуг, постоянное улучшение сервиса и качества товара.

7. **Санлирующая.** Через механизм банкротства рынок удаляет тех, кто не справился и не выжил в постоянной борьбе.

2.2 Классификация рынков по различным критериям. Структура и инфраструктура рынка

Рынок – это не только абстрактное понятие. Рынок – это сложное образование, имеющее богатую структуру. При характеристике рынка совершенно недостаточно рассматривать рынок вообще. На практике он состоит из множества конкретных рынков, каждый из которых функционирует как по общим, так и специфическим законам.

Для классификации таких конкретных рынков можно использовать различные критерии и выделить разные типы рынков (табл. 2.1).

Таблица 2.1

Классификация рынков по различным критериям

Критерии рынка	Тип рынка
1. По степени развития	Развитый, формирующийся
2. По территории	Мировой, региональный, национальный, местный
3. По объектам продаж	Потребительский, факторов производства технологий, информационный, рабочей силы, финансовый, фондовый; услуг и т.д.
4. По соответствию законодательству	Легальный, нелегальный (теневая экономика)
5. По насыщению товарами	Равновесный (насыщенный), дефицитный (ненасыщенный), избыточный (перенасыщенный)
6. По уровню регулирования	Свободный, регулируемый
7. По конкурентной среде	Чистой конкуренции, чистой монополии, олигополии, монополистической конкуренции и т.д.

Вместе взятое многообразие таких «узких» рынков составляет **структуру рынка** вообще, наполняя конкретным содержанием (жизнью, движением и сложностью взаимодействия) абстрактное понятие «рынок».

Чтобы сформировать достаточно полное представление о конкретном рынке, необходимо провести его анализ по различным критериям.

Следует учесть, что рыночная экономика может находиться на различных ступенях своего развития. В зависимости от этого рынок характеризуется как **развитый** со всеми присущими ему атрибутами или **формирующийся**, т.е. находящийся на той или иной стадии своего развития.

Имеет основание и деление рынков по пространственному признаку. Здесь следует различать **местный, национальный, региональный**, а также **мировой** рынок.

Национальный рынок – это совокупный внутренний рынок страны, взятый в целом.

Обычно национальный рынок состоит из определенного числа региональных рынков. **Региональный рынок** представляет собой рынок, ограниченный определенной территорией.

На основе процесса интернационализации производства посредством дальнейшего развития процессов международного разделения труда и специализации отдельных стран на производстве определенных видов продукции сформировался **мировой рынок**, который, по существу, включает в себя все страны мира. Конечно, степень участия различных стран в международном обмене (рынке) далеко не одинакова, но в настоящее время нельзя представить себе страну, которая пусть даже в небольшом масштабе не участвовала бы в мировых рыночных отношениях.

С точки зрения соответствия действующему законодательству различают **легальный (официальный) и нелегальный («теневая экономика») рынки**. Следует иметь в виду, что нелегальными считаются не только рынки отдельных, запрещенных к продаже товаров (например, наркотиков, оружия), но и те рынки, где скрывается сам факт купли-продажи с целью скрытия доходов от налогообложения.

Также существуют рынки с различной степенью ограничения конкуренции, которая лежит в основе действия рыночного механизма. Здесь выделяют рынки совершенной конкуренции, чистой монополии, олигополии, монополистической конкуренции, монополии, олигополии, двусторонней монополии. Более подробно эти модели рынков будут рассмотрены в третьем вопросе данной темы.

Можно характеризовать рынки и по насыщению товарами. Обычно различают **дефицитный, равновесный и избыточный рынок**.

Не менее важным структурообразующим фактором классификации рынков является экономическое назначение объектов рыночных отношений. В соответствии с этим критерием рынки делятся на **рынки потребительских товаров и рынки факторов производства**. Под последними понимаются рынки недвижимости, труда и капитала.

На **рынке недвижимости** продаются и покупаются участки земли, производственные и жилые помещения.

На **рынке труда** осуществляется купля-продажа рабочей силы. Организационной формой этого рынка является биржа труда, о которой пойдет речь дальше.

Более сложную структуру имеет **рынок капитала**. Он состоит из двух частей.

Во-первых, выделяют **рынок денежных (ссудных) капиталов**, где аккумулируются (накапливаются) значительные временно свободные денежные средства и под определенные проценты даются в ссуду (взаймы) нуждающимся в них производителям благ и услуг.

Во-вторых, важное значение имеет и **рынок производительного капитала**, на котором объектами купли-продажи являются необходимые для производства материальные блага и услуги. Рынок производительного капитала, таким образом, состоит из рынков сырья, материалов, топлива, энергии, станков, оборудования, ноу-хау, патентов и пр.

Классификация рынков по объектам продаж является самой емкой и имеет большое значение для характеристики развития рыночных отношений в каждой стране. Рассмотрение ее может составить предмет особого изучения.

Здесь же следует отметить, что все названные рынки взаимосвязаны и органически взаимодействуют в своем становлении и развитии. Нарушения же и сбои в любом из них по «цепочке» передаются во все другие.

Нормальное функционирование рыночной экономики невозможно без развитой **инфраструктуры рынка**, которая представляет собой целую систему обслуживания рынка, обеспечивающую движение товара от производителя к потребителю. Эта система довольно разнообразна и включает **пять видов обслуживания рынка: торговое, финансовое, информационное, рекламное и транспортно-складское**.

Чтобы товар был не только произведен, но и дошел до потребителя, необходимо прежде всего создать целостную систему **торгового обслуживания** рынка, которая включает оптовую и розничную торговлю, товарные биржи и торговые дома, аукционы, коммерческие посреднические фирмы.

Значительную часть этой системы составляет оптовая торговля, т.е. посредническая торговля между производителями и торговцами.

В ходе оптовой торговли продаются и покупаются крупные партии товаров, которые впоследствии дробятся и продаются их непо-

средственным потребителям. Поэтому оптовая торговля имеет в основном посреднический характер, опосредует связь между производителями и потребителями. В ходе оптовой торговли окончательно реализуются только товары производственного потребления (станки, оборудование, полуфабрикаты и пр.), которые чаще всего реализуются напрямую (минуя посредников) и значительными партиями.

Организация оптовой торговли требует развития сети товарных бирж, аукционов, ярмарок, оптово-сбытовых учреждений производителей товаров и оптово-закупочных учреждений розничных торговцев, а также функционирования большого числа торговых агентов, брокеров, дилеров.

Развитый рынок требует наличия разветвленной системы **финансового обслуживания** с ее институтами: фондовыми и валютными биржами, банками, аудиторскими и страховыми компаниями.

Для нормально функционирующей рыночной экономики характерны постоянное появление временно свободных денежных средств у одной части предпринимателей и населения и в то же время нехватка денег у другой. Обеспечить движение денег, их рациональное использование призвана финансово-кредитная система, важными элементами которой являются банки.

Особое место в инфраструктуре рынка занимает **информационное обслуживание**. Развитая рыночная экономика ежедневно несет огромный поток информации не только для потребителей, но и для производителей. Для ее обработки и использования необходима целая информационная система, функционирующая с широким применением компьютерной и вычислительной техники.

Следует отметить, что для рыночного хозяйства свойственна достаточно высокая степень неопределенности, т.к. здесь взаимодействуют многие, подчас и противоречивые факторы. Поэтому качество принимаемых каждым субъектом рынка решений тем выше, чем большей информацией о рынке он располагает. На рынках, где информация является редким благом (т.е. для ее получения требуются определенные усилия), появляются **посредники** и **посреднические фирмы**, главная функция которых – сбор и продажа информации о конъюнктуре рынка.

2.3 Конкуренция: сущность, виды.

Модели рынков с различной конкурентной средой

Конкуренция является необходимым элементом рыночной экономики, одним из основных свойств рынка. **Конкуренция** (от лат. *concurrere* – сталкиваться) – это соперничество между участниками рыночного хозяйства за реализацию своих экономических интересов. Борьба всех против всех: между продавцами, покупателями, продав-

цами и покупателями. **Цель конкуренции** – вытеснить конкурентов с рынка и упрочить свое положение, расширить свою долю на рынке, максимизировать прибыль.

Конкуренция на рынке выступает в различных формах и осуществляется различными методами.

По форме конкуренция может быть **внутриотраслевой и межотраслевой**. В первом случае речь идет о конкуренции между аналогичными товарами, удовлетворяющими одну и ту же потребность, но различающимися по цене, качеству или ассортименту. Такой вид конкуренции называют **предметной, или межфирменной**. Во втором случае в конкурентную борьбу включаются товары, удовлетворяющие различные потребности, т.е. идет борьба за платежеспособный спрос населения и потребности производства. Этот вид конкурентной борьбы называют функциональным.

По методам осуществления конкуренция подразделяется на ценовую и неценовую. **Ценовая конкуренция** – это конкуренция, при которой средством поражения противника выступает повышение или понижение цены. В условиях цивилизованного рынка снижение цены происходит либо за счет снижения издержек производства, либо за счет уменьшения прибыли. В последнее время к ценовой конкуренции вновь возрос интерес в развитых странах в связи с внедрением ресурсосберегающих технологий и экономии на издержках производства.

Неценовая конкуренция – это конкуренция, при которой средством поражения противника выступают неэкономические методы: повышение качества продукции, сервисное обслуживание, маркетинг и т.д. Особое значение приобретают такие параметры продукции, как экологичность, энергоемкость, безопасность, эргономические и эстетические показатели. Все большую роль в конкурентной борьбе занимает надежность и репутация фирмы-производителя или поставщика товара, ее престижность (имидж). Важными инструментами неценовой конкурентной борьбы на рынке становятся товарные знаки и торговые марки фирм.

В зависимости от типа конкурентной среды на рынке различают совершенную и несовершенную конкуренцию.

Совершенная конкуренция характеризуется пятью основными признаками:

- множество покупателей и продавцов, причем ни один из них не может существенно повлиять на спрос или предложение товара на рынке;
- для продажи предлагаются однородные товары и услуги;
- ни один из покупателей или продавцов не обладает информацией о данном рынке больше, чем остальные, не может осуществ-

лять контроль за ценой и объемами купли-продажи, что, в свою очередь, создает условия для их постоянного колебания;

- покупатели и продавцы могут свободно выходить на рынок и покидать его.

Совершенная конкуренция – это редкое явление в развитых странах. Примерами рынков совершенной конкуренции могут выступать рынок сельскохозяйственных продуктов, рынок ценных бумаг, валютный рынок. Остальные рынки не отвечают вышеизложенным признакам и могут быть определены как рынки несовершенной конкуренции.

Несовершенная конкуренция определяется как рынок, на котором либо покупатели, либо продавцы имеют возможность воздействовать на рыночную цену.

Крайним случаем несовершенной конкуренции является **чистая монополия**. Ее основными признаками являются:

- единственный продавец на рынке;
- продаваемый продукт уникален по своим характеристикам и не имеет близких аналогов;
- продавец осуществляет полный контроль над ценой товара и его объемом;
- «барьеры» для проникновения на рынок конкурентов практически непреодолимы.

Выделяют естественную и искусственную монополии. **Естественная монополия** связана с собственностью на редкие и уникальные природные ресурсы (земля и ее недра). В современных условиях к естественной монополии относятся отрасли, где конкуренция нецелесообразна и может привести к росту издержек и цен (городская инфраструктура: газо-, водо- и электроснабжение). В основном деятельность естественных монополий контролируется государством.

Возникновение **искусственной монополии** возможно в двух случаях: в результате кратковременного превышения спроса над предложением какого-либо товара или в результате сговора и подавления конкурентов с помощью искусственно созданных барьеров. В первом случае возникает **случайная, или открытая, монополия**, не защищенная ничем от вторжения на рынок других конкурентов, когда прибыльность данного рынка будет ими обнаружена. **Монополия второго типа, или закрытая**, возникает в условиях концентрации производства (поглощения мелких конкурентов крупными корпорациями) и установления искусственных барьеров для конкурентов в виде лицензий, патентов, установления авторских прав и т.д.

Монополии могут принимать различные организационные формы, в зависимости от степени концентрации капитала. Самая простая форма – **картель** – соглашение отдельных производителей, определяющих квоты выпуска продукции и осуществляющих раздел рынков

сбыта. Более высокая форма концентрации – **синдикат**, в составе которого фирмы совместно осуществляют сбыт продукции. **Трест** – это более высокая форма концентрации капитала, предусматривает создание совместной собственности и общее управление производством.

В современных условиях наиболее распространенными формами крупных фирм являются **концерны и конгломераты**, капитал которых формируется на основе **диверсификации производства**, т.е. проникновения капитала в другие отрасли экономики.

Вторым типом рынка несовершенной конкуренции является **олигополия**. Его характерными признаками являются:

- наличие на рынке нескольких крупных фирм, каждая из которых контролирует значительную долю рынка;

- продукция фирм может быть как стандартизированной (**рынок чистой олигополии**), так и дифференцированной (**рынок дифференцированной олигополии**);

- существуют **высокие входные барьеры в отрасль**: проникновение на рынок новых конкурентов очень затруднительно, т.к. фирмы-олигополисты, как правило, вступают в негласный сговор при дележе рынка и при вытеснении новых конкурентов действуют очень согласованно;

- контроль над ценой ограничен взаимной зависимостью фирм, внимательно следящих друг за другом и при малейшей возможности расширяющих рынок своего товара;

- имеет место как ценовая (рынок чистой олигополии), так и неценовая (рынок дифференцированной олигополии) конкуренция.

Примерами рынка олигополии является производство стали, автомобилей, бытовых электроприборов, спортивного инвентаря и т.д.

Третьим типом рынка несовершенной конкуренции является **монополистическая конкуренция**. Как показывает само название, этому типу рынка свойственны черты как монополии, так и чистой конкуренции. Характерными чертами рынка монополистической конкуренции являются:

- наличие на рынке множества продавцов;

- вход на рынок, как и уход с него, не представляет каких-либо трудностей;

- на рынке представлены схожие товары (субституты), которые отличаются друг от друга отдельными качественными параметрами. **Дифференциация товара** является главным отличительным признаком этого рынка;

- контроль над ценой незначительный в силу ограниченности доли рынка отдельного производителя.

Характерные черты рассмотренных выше четырех основных моделей рынка приведены в табл. 2.2.

Таблица 2.2

Характерные черты четырех основных типов (моделей) рынка

Характерные черты	Модели рынка			Чистая монополия
	Чистая (совершенная) конкуренция	Монополистическая конкуренция	Несовершенная конкуренция	
Число и размер фирм	Множество мелких фирм	Много разных фирм	Несколько крупных фирм	Одна фирма
Тип продукта	Стандартизированный	Дифференцированный	Стандартизированный или дифференцированный	Уникальный (нет близких заменителей)
Контроль над ценой	Отсутствует	Некоторый, но в довольно узких рамках	Ограниченный взаимной зависимостью; значительный при тайном сговоре	Значительный, почти полный
Условия вступления в отрасль	Очень легкие, препятствия отсутствуют	Сравнительно легкие	Высокие барьеры входа в отрасль	Вход блокирован
Неценовая конкуренция	Отсутствует	Типична, значительный упор на рекламу, торговые марки	Типична, особенно при дифференциации товара	Главным образом связи фирмы с общественными организациями
Примеры	Сельское хозяйство, фондовая и товарная биржи	Розничная торговля, пищевая и легкая промышленность	Производство стали, автомобилей, бытовых электроприборов	Городская инфраструктура (газо-, водо-, энергоснабжение)

Менее распространены, но существуют и другие модели рынка – монопсония, олигопсония и двусторонняя монополия.

Монопсония – это рынок одного покупателя. Например, крупный завод в населенном пункте является практически единственным покупателем рабочей силы.

Олигопсония – это рынок нескольких крупных покупателей. Например, три или четыре фирмы нанимают большую часть работников на конкретном рынке труда.

Двусторонняя монополия – это рынок, на котором один покупатель противостоит одному продавцу. Эта ситуация характерна для рынка труда, когда в небольшом городке одна фирма является основным работодателем, а ей противостоит профсоюз работников.

Следует особо отметить, что рынки чистой конкуренции и чистой монополии довольно редко встречаются в современной экономике. Наибольшее распространение получили рынки олигополии и монополистической конкуренции.

Однако в экономической теории чистая (совершенная) конкуренция имеет особое значение. Она является не только исторически первой моделью рынка, но и позволяет построить некую идеальную модель функционирования экономики, в сравнении с которой можно изучать реальные рыночные структуры.

Основные понятия и категории

Обмен, покупатели, продавцы, рынок, рыночный механизм, функции рынка, критерии рынка, тип рынка, структура рынка, инфраструктура рынка, конкуренция: внутриотраслевая и межотраслевая, ценовая и неценовая, совершенная (чистая) и несовершенная. Монополия: закрытая и открытая, естественная и искусственная. Рынки: чистой конкуренции, чистой монополии, монополистической конкуренции, олигополии, монопсонии, олигопсонии, двусторонней монополии. Картель, синдикат, трест, концерн, конгломерат. Диверсификация производства, дифференциация товара.

ТЕМА 3. ТЕОРИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

3.1 Спрос и закон спроса. Детерминанты спроса. Эластичность спроса: виды, типы, показатели.

3.2 Предложение и закон предложения. Детерминанты предложения. Эластичность предложения в разных временных периодах.

3.3 Равновесие и неравновесие на рынке. Равновесная цена и равновесный объем продаж.

3.1 Спрос и закон спроса. Детерминанты спроса. Эластичность спроса: виды, типы, показатели

Для характеристики рыночных процессов чаще всего употребляют такие понятия, как спрос, предложение, равновесная цена и равновесный объем продаж. Они нуждаются в подробном рассмотрении, т.к. оказывают огромное влияние на ценообразование и хозяйственную деятельность.

Спрос (D , от англ. *demand*) – это представленная на рынке потребность в товарах и услугах, т.е. потребность потребителей, подкрепленная их платежеспособностью. Спрос – это категория, отражающая связь между количеством покупаемых экономических благ и их ценой. Обычно это соотношение цен и количеств рассматривается относительно фиксированной единицы времени, т.к. временный фактор может существенно менять соотношение количества продаж и цен за единицу товара. Поэтому спрос можно определить как количество определенного товара, которое хотят и могут купить потребители по каждому возможному уровню цен в определенный период времени.

Различают **индивидуальный и совокупный (рыночный) спрос**. Если индивидуальный спрос отражает платежеспособную потребность отдельного покупателя, то совокупный спрос характеризует общий объем товаров и услуг, на который может быть предъявлен спрос, т.е. суммарную потребность государства, предприятий, граждан, представленную на рынке в денежной форме.

Закон спроса проявляется в обратной зависимости между ценой (P) и покупаемым количеством (Q_D) товара: чем выше цена, тем при прочих равных условиях меньше количество товара будет куплено потребителями. И, наоборот, при снижении цены количество продаж возрастет. На рис. 3.1 изображена графически интерпретация закона спроса $Q_D = f(P)$. Наклон и крутизна линии спроса может быть большей или меньшей, т.к. спрос на разные товары неодинаков, и в каж-

дом конкретном случае кривая будет иметь разный вид. Следует иметь в виду, что направление кривой всегда сохраняется, отражая субъективные оценки потребителей о снижающейся предельной полезности покупаемых товаров.

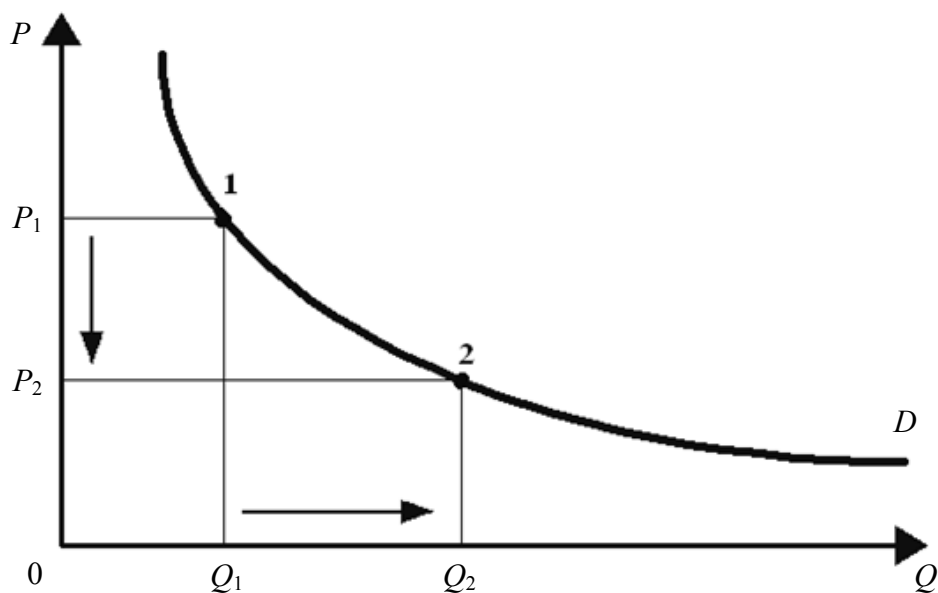


Рис. 3.1 Кривая спроса

Факторы, влияющие на спрос, называются **детерминантами спроса**. Рассмотрим влияние на спрос ценовой детерминанты, т.е. цены. При исследовании влияния на спрос цены видно, что спрос при прочих неизменных детерминантах не меняется. При изменении цены меняется объем продаж, но спрос остается неизменным, меняется лишь его объем, т.е. в этом случае происходит скольжение по кривой спроса. Это позволяет сделать вывод, что цена не вызывает изменения спроса, а регулирует его объем.

Спрос определяют многие факторы, которые вызывают его изменение. Поэтому его можно представить как функцию не только от цены, но и от других факторов:

$$Q_D = f(P_x, P_a, P_b, \dots, P_n, \dots, I, T, N, E),$$

где P_x – цена данного товара; P_a, P_b, \dots, P_n – цены других товаров; I – денежные доходы потребителей; T – вкусы и предпочтения потребителей; N – число покупателей на рынке; E – ожидания покупателей.

Если изменяется спрос, то это означает, что каждому уровню цен соответствует новая величина спроса. Вследствие этого происходит смещение кривой спроса вправо, если спрос увеличивается, или влево – при уменьшении спроса (рис. 3.2).

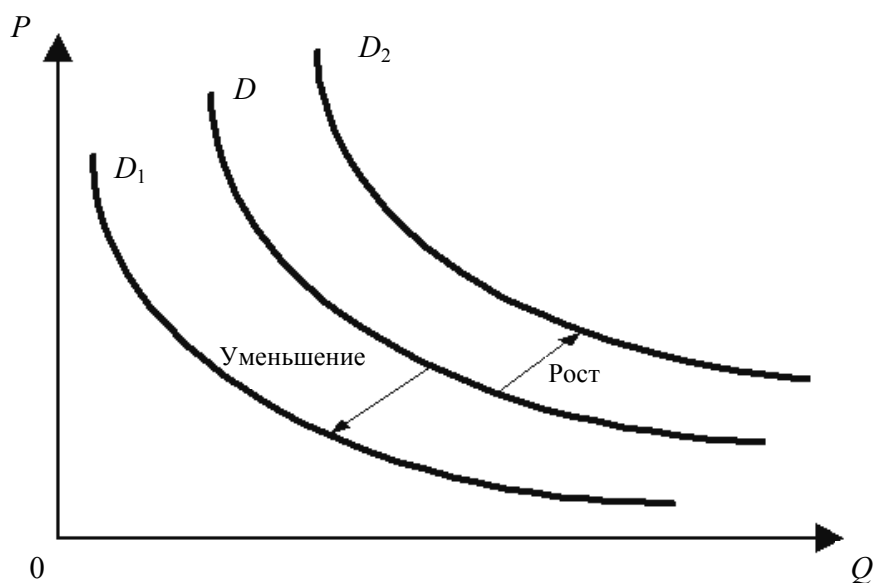


Рис. 3.2 Изменение кривой спроса под влиянием неценовых детерминант

Неценовыми факторами спроса являются:

- 1) изменение вкусов и предпочтений потребителей;
- 2) изменение доходов и платежеспособности населения;
- 3) изменение цен на сопряженные (взаимосвязанные) товары: товары-заменители и дополняющие товары;
- 4) ожидания потребителей в отношении изменения цен на товары и будущего дохода, наличия товара на рынке;
- 5) изменение количества покупателей на рынке.

Степень воздействия определенных факторов на изменение спроса характеризуется **эластичностью спроса**. Обычно в экономической теории и практике выделяют и анализируют **три вида эластичности спроса**:

- эластичность спроса по цене (ценовая эластичность спроса);
- эластичность спроса по доходу;
- перекрестную эластичность спроса.

Согласно закону спроса, потребители при снижении цены будут приобретать большее количество товара. Однако степень реакции потребителей на изменение цены может значительно варьировать от товара к товару. Более того, оказывается, что реакция потребителей на одну и ту же продукцию существенно меняется при изменении цен в различных пределах.

Степень реакции или чувствительности потребителя к изменению цены называют **ценовой эластичностью спроса**.

В общей характеристике эластичности можно наблюдать три различных ситуации:

- **спрос эластичный** (рис. 3.3), если при небольшом снижении цены объем продаж сильно возрастает;

– **спрос имеет единичную эластичность** (рис. 3.4.), если изменение цен и продаж оказывается равновеликим (1 % и 1 %, 10 % и 10 %);

– **спрос неэластичный** (рис. 3.5), если даже при существенном изменении цены спрос меняется незначительно.

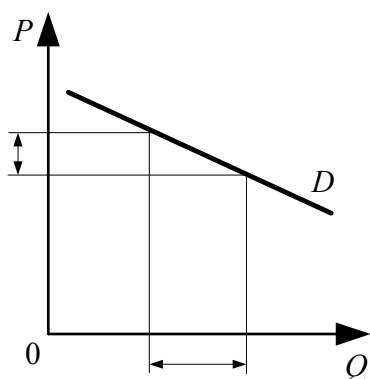


Рис. 3.3 Эластичный спрос ($E > 1$)

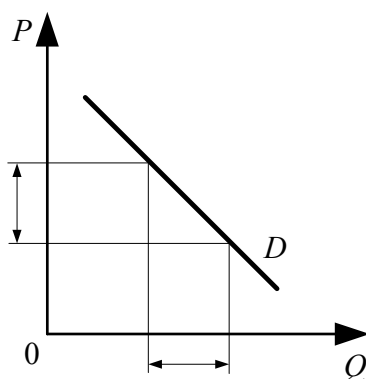


Рис. 3.4 Единичная эластичность ($E = 1$)

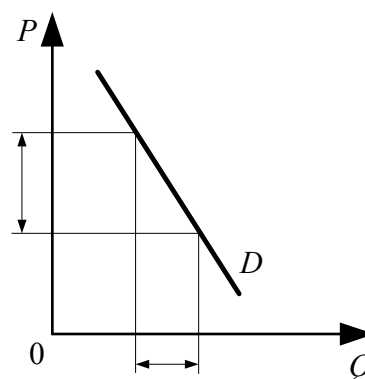


Рис. 3.5 Неэластичный спрос ($E < 1$)

Ценовая эластичность спроса определяется с помощью **коэффициента эластичности спроса по цене** (E_X^D), который рассчитывается как отношение процентного изменения количества продаж к процентному изменению цены товара (см. рис. 3.1):

$$E_X^D = \frac{\Delta Q (\%)}{\Delta P (\%)} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} \cdot \frac{P_2 + P_1}{P_2 - P_1}.$$

Коэффициент ценовой эластичности спроса может принимать различные значения. В строго математическом смысле этот коэффициент всегда рассчитывается со знаком минус, т.к. цена и спрос изменяются в противоположном направлении. Для простоты анализа обычно используется модуль, т.е. положительное значение данного показателя.

На ценовую эластичность спроса влияет много факторов:

- 1) степень заменяемости товара: чем больше хороших заменителей данного товара, тем эластичнее спрос на него;
- 2) удельный вес товара в доходе потребителя. Чем больше места занимает товар в бюджете потребителя, тем выше будет эластичность спроса на него;
- 3) тип товара (предметы роскоши или предметы первой необходимости). Обычно спрос менее эластичен на предметы первой необходимости;

4) фактор времени: спрос на продукт обычно тем эластичнее, чем длиннее период времени на его приобретение.

Измерение и оценка эластичности спроса по цене выступают важным инструментом экономического анализа рыночной ситуации и широко используются в маркетинговых исследованиях фирм. Это связано прежде всего с выбором ценовой тактики и стратегии фирмы. Прежде чем изменить цену (повысить или понизить), каждая фирма анализирует, как это скажется на объеме ее продаж, ее выручке. Так, при единичной ценовой эластичности спроса на товар снижение цены в точности компенсируется ростом объема продаж, который не изменяет общей выручки. В случае неэластичного спроса снижение цены вызывает настолько незначительное увеличение продаж, что общая выручка снижается, что нежелательно для фирмы. В этом случае ей не следует снижать цену, а выгодно повышать ее.

В случае высокой эластичности спроса снижение цены приводит к значительному повышению объема продаж и увеличению общей выручки товаропроизводителя. В этом случае варьирование ценой является мощным инструментом экономической стратегии фирмы.

Зависимость поведения покупателей и величины общего объема дохода (выручки) товаропроизводителей от характера и величины эластичности спроса на товары по цене представлена в табл. 3.1.

Наряду с ценовой эластичностью спроса широко известна **эластичность спроса по доходу**. Она показывает влияние изменения доходов потребителей на изменение спроса на различные товары и измеряется на основе расчета коэффициента эластичности спроса по доходу:

$$E_x^D = \frac{\Delta D(\%)}{\Delta I(\%)} = \frac{D_2 - D_1}{D_2 + D_1} \cdot \frac{I_2 + I_1}{I_2 - I_1}.$$

Формула этого коэффициента очень напоминает формулу коэффициента ценовой эластичности спроса, только в ней вместо процентного изменения цены в знаменателе дроби стоит процентное изменение дохода (ΔI).

Для большинства товаров – **товаров высшей категории** – коэффициент эластичности по доходу принимает положительное значение. Обычно с ростом доходов люди начинают больше потреблять именно этих товаров (более качественные продукты питания и лекарства), использовать более комфортабельное жилье. Поэтому на рис. 3.6,а кривая спроса по доходу имеет восходящий характер.

Таблица 3.1

Связь между эластичностью спроса и выручкой от продаж товара

Коэффициент эластичности спроса по цене	Характер спроса	Покупатели		Общий доход (выручка) товаропроизводителей	
		при снижении цены единицы товара	при увеличении цены единицы товара	при снижении цены единицы товара	при увеличении цены единицы товара
$E > 1$ (см. рис. 3.3)	Эластичный	Значительно повышают объем покупок	Значительно уменьшают объем покупок	Увеличивается	Уменьшается
$E = 1$ (см. рис. 3.4)	Единичной эластичности	На ту же величину увеличивают объем покупок	На ту же величину уменьшают объем покупок	Не изменяется	Не изменяется
$E < 1$ (см. рис. 3.5)	Неэластичный	Увеличивают объем покупок с меньшей интенсивностью, чем падает цена	Уменьшают объем покупок с меньшей интенсивностью, чем растет цена	Уменьшается	Увеличивается

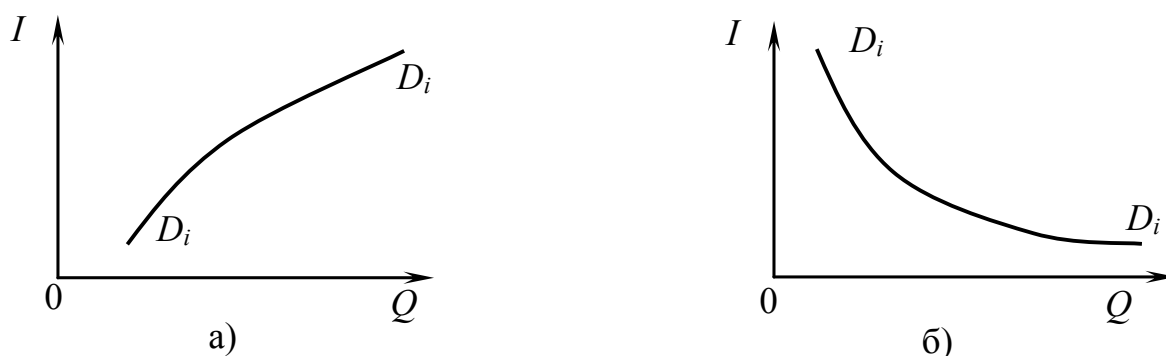


Рис. 3.6 Линии спроса по доходу для различных товаров: а – линия спроса на товары высшей категории; б – линия спроса на товары низшей категории

Для **товаров низшей категории** коэффициент эластичности по доходу принимает отрицательное значение, т.к. эти товары больше потребляются людьми с низкими доходами. Поэтому на рис. 3.6,б кривая спроса по доходу имеет нисходящий характер.

Следует отметить, что если коэффициенты ценовой эластичности спроса имеют исключительное значение в микроэкономическом анализе с позиций выбора ценовой тактики и стратегии отдельных фирм, то коэффициенты эластичности спроса по доходу широко используются в макроэкономическом прогнозировании. На основе их анализа выявляются отрасли, имеющие в будущем по мере роста благосостояния основной части населения большие перспективы, большие шансы на процветание и расширение, и отрасли, которые в будущем ожидает застой и сокращение производства. Так, например, высокая положительная эластичность спроса по доходу на автомобили предвещает процветание автомобильной промышленности на долгосрочную перспективу.

Перекрестная эластичность – это третья разновидность эластичности спроса, которая рассчитывается и используется в экономической теории и практике. Она показывает, насколько чувствителен потребительский спрос на один товар (товар X) к изменению цены какого-либо другого товара (товара Y).

Формула перекрестной эластичности спроса идентична формуле простой ценовой эластичности, только в знаменателе стоит процентное изменение цены не товара X , а товара Y :

$$E = \frac{\Delta Q_X (\%) }{\Delta P_Y (\%) } = \frac{Q_2^X - Q_1^X}{Q_2^X + Q_1^X} \cdot \frac{P_2^Y + P_1^Y}{P_2^Y - P_1^Y}.$$

Коэффициент перекрестной эластичности спроса позволяет количественно охарактеризовать взаимозаменяемость и взаимодей-

полняемость товаров. Если он имеет положительное значение, т.е. показывает прямую зависимость между изменением спроса на товар X от изменения цены товара Y , то товары X и Y являются **взаимозаменяемыми**. Например, рост (снижение) цены масла (товара Y) заставляет потребителей покупать больше (меньше) маргарина (товара X). Чем больше положительное значение коэффициента перекрестной эластичности спроса, тем больше степень заменяемости двух товаров.

Если коэффициент перекрестной эластичности имеет отрицательное значение, то товары X и Y являются **взаимодополняемыми товарами**. Так, рост (снижение) цены фотоаппаратов приведет к сокращению (повышению) количества покупаемых фотоаппаратов и, соответственно, к сокращению (росту) спроса на фото пленку (товар Y). Чем значительнее величина отрицательного значения коэффициента перекрестной эластичности спроса, тем более связаны эти два товара.

Нулевой или близкий к этому значению коэффициент перекрестной эластичности спроса свидетельствует о том, что два товара X и Y не связаны между собой, т.е. являются **независимыми товарами**.

3.2 Предложение и закон предложения.

Детерминанты предложения. Эластичность предложения в разных временных периодах

Предложение ($S - supply$) – это та сторона рыночного процесса, которая характеризует непосредственную взаимосвязь между рыночной ценой товара и его количеством, производимым и предлагаемым к продаже. Поэтому предложение можно определить как количество определенного товара, который производители хотят и могут произвести и предложить к продаже на рынке по каждому возможному уровню цен в определенный период времени.

Уровень цен и объем продукции, количество его продаж изменяются однонаправлено: чем выше цена, тем больший объем товара будет поступать на рынок, и наоборот. Эта взаимосвязь называется **законом предложения** и графически представлена на рис. 3.7.

В этом случае предложение рассматривается как функция одного фактора – цены данного товара: $Q_s = f(P_x)$, а все другие детерминанты не рассматриваются. Вследствие изменения цены данного товара происходит изменение **объема (величины) предложения**, которое вызывает передвижение на неизменной кривой предложения от одной точки к другой.

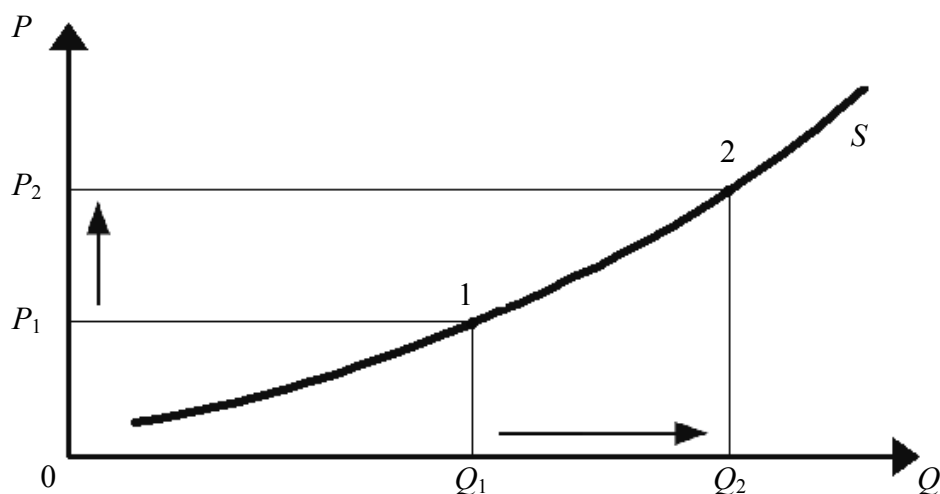


Рис. 3.7 Кривая предложения

Но предложение, как и спрос, является функцией множества факторов:

$$Q_S = f(P_x, P_a, P_b, \dots, K, X, N, E),$$

где Q_S – предложение данного товара; P_x, P_a, P_b – цены данного и всех других товаров (включая ресурсы на производство данного товара); K – уровень технологии; X – деятельность государства; N – число продавцов; E – ожидания производителей.

Неценовые детерминанты предложения влияют на поведение предложения аналогично влиянию неценовых детерминант спроса. Они изменяют предложение, т.е. сдвигают кривую предложения вправо или влево (рис. 3.8). Таким образом под воздействием неценовых детерминант происходит **изменение предложения**.

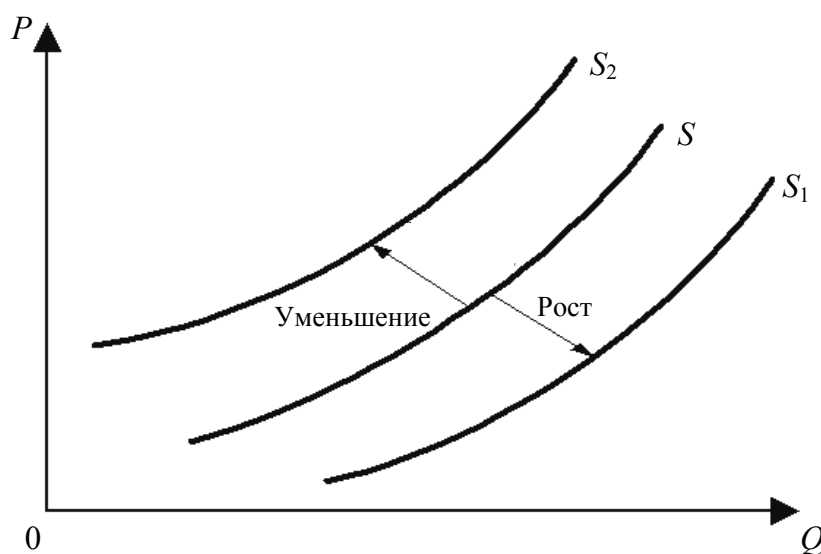


Рис. 3.8 Изменение кривой предложения под влиянием неценовых детерминант

Неценовыми детерминантами предложения являются:

- 1) изменение цен на ресурсы;
- 2) изменение технологий производства;
- 3) изменение цен других товаров;
- 4) изменение политики государства в области налогов и дотаций;
- 5) изменение количества продавцов на рынке;
- 6) улучшение условий продаж за счет рекламы, маркетинга.

Предложение, как и спрос, обладает эластичностью. Однако в экономической теории и практике рассчитывают и анализируют только один вид эластичности предложения – по цене, т.к. влияние других факторов менее определено и не поддается точному учету.

Эластичность предложения по цене (ценовая эластичность предложения) характеризует чувствительность (степень реакции) производителей товаров к изменению цен на них и выражает степень воздействия цены на изменение величины предложения. Она измеряется посредством коэффициента ценовой эластичности предложения, который очень похож на коэффициент ценовой эластичности спроса, только в числителе «процентное изменение количества спрашиваемого товара» заменяется на «процентное изменение количества предлагаемого товара»:

$$E_X^S = \frac{\Delta S_X (\%) }{\Delta P_X (\%) } = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} \cdot \frac{P_2 + P_1}{P_2 - P_1},$$

где E_X^S – коэффициент эластичности предложения по цене; ΔS_X – процентное изменение величины предложения; ΔP_X – процентное изменение цены; Q_1, P_1 – соответственно первоначальная величина предложения и первоначальная цена; Q_2, P_2 – величина предложения и цена после изменения (см. рис. 3.7).

Коэффициенты ценовой эластичности предложения всегда принимают положительное значение, т.к. выражают прямую связь между ценой и величиной предложения товара.

Предложение подобно спросу может обладать различной эластичностью (рис. 3.9–3.11).

Главным фактором, влияющим на ценовую эластичность предложения, является количество времени, имеющегося в распоряжении производителей, чтобы отреагировать на изменение цены товара. Предложение товаров тем эластичнее, чем длиннее период времени, которым располагают производители для того, чтобы приспособиться к изменению цены. Это объясняется необходимостью перераспределения ресурсов в пользу производства тех товаров, спрос на которые возрос, что и привело к росту цен на них, за счет отвлечения ре-

сурсов от производства товаров, спрос на которые снизился, что, соответственно, привело к падению их цен.

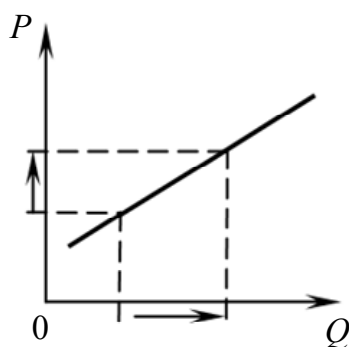


Рис. 3.9 Эластичное предложение ($E > 1$)

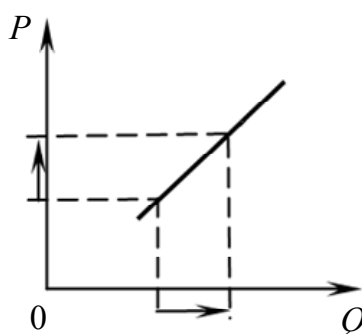


Рис. 3.10 Предложение с единичной эластичностью ($E = 1$)

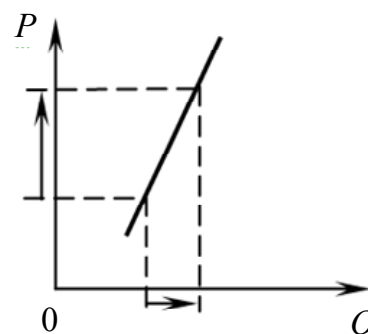


Рис. 3.11 Неэластичное предложение ($E < 1$)

При анализе влияния **фактора времени** на ценовую эластичность предложения обычно проводят различия между кратчайшим, краткосрочным и долгосрочным рыночными периодами.

Кратчайший период времени настолько мал, что производители не успевают отреагировать на изменение спроса и цены на данный товар. Коэффициент ценовой эластичности предложения в этом случае будет равен нулю, а кривая предложения будет совершенно неэластичной и займет вертикальное положение (рис. 3.12,а). В этом случае изменяется только кривая спроса и увеличивается рыночная цена данного товара.

Краткосрочный период времени недостаточен для того, чтобы производители смогли изменить все имеющиеся у них ресурсы. Это прежде всего касается производственных мощностей, которые остаются постоянными, но все же их можно более интенсивно использовать, наращивая другие ресурсы (сырье, материалы, труд).

В этом случае кривая предложения займет классическое положение и отреагирует на изменение цены (рис. 3.12,б). Обратите внимание на то, что в этом временном периоде вследствие изменения предложения цена на данный товар изменяется меньше, чем в кратчайшем периоде, где нет никакой ответной реакции предложения на изменение спроса.

Долгосрочный период достаточно продолжительный и дает возможность производителям изменить всю комбинацию факторов производства с целью приспособления к требованиям изменения рыночной ситуации. Отдельные производители могут расширить (или сократить) свои производственные мощности. Производство и, соот-

ответственно, предложение товара может измениться и за счет появления новых производителей, которых привлечет возросшая цена, а также вследствие прекращения выпуска товара некоторыми старыми производителями, на решение которых повлияет уменьшение цены. Такие изменения предложения означают еще более активную реакцию со стороны производителей на изменение цены товара и приводят к изменению (смещению) положения кривой предложения (рис. 3.12,в); первоначальная кривая предложения S_0 и кривая предложения S_1 после изменения цены товара.

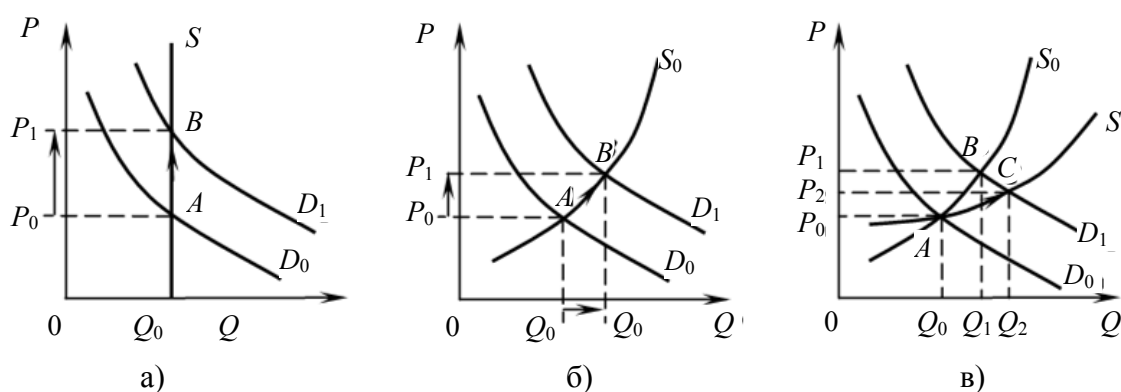


Рис. 3.12 Линии предложения в различных временных периодах:
 а – кратчайший период; б – краткосрочный период; в – долгосрочный период

Обратите внимание на то, что новая кривая предложения S_1 обладает большей эластичностью по отношению к цене. Более того, активные действия производителей (и вследствие этого смещение кривой предложения) приводят к изменению рыночной цены, которая принимает значение, большее первоначального (P_0), но меньшее, чем если бы реакция производителей не была столь активной и не выразилась бы в изменении всей комбинации ресурсов, в том числе и производственных мощностей ($P_2 < P_1$).

Временной фактор изменения эластичности объясняет перемещение, перелив экономических ресурсов и инвестиций, рост совокупных издержек производства. Поэтому в конкурентной рыночной экономике предложение не может долго оставаться неэластичным, но и не может быть бесконечно эластичным из-за переливов инвестиций. По этой причине растущий спрос приводит к росту выпуска товаров, насыщающему спрос и не позволяющему ценам стремительно расти.

Практическая значимость ценовой эластичности предложения состоит в возможности осуществления прогнозирования состояния рынков отдельных товаров, что возможно как для отдельных производителей, так и для осуществления анализа и составления программ экономического развития каждой страны в целом.

3.3 Равновесие и неравновесие на рынке. Равновесная цена и равновесный объем продаж

Взаимодействие спроса и предложения определяет общую ситуацию на рынке и уровень цен. Графически этот выглядит следующим образом (рис. 3.13).

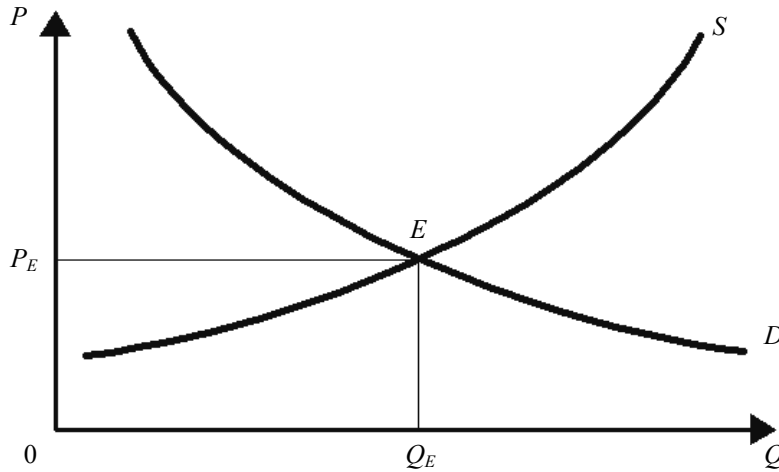


Рис. 3.13 Равновесие на товарном рынке

В точке пересечения кривых спроса и предложения (E) интересы покупателей и продавцов, спроса и предложения совпадают, т.е. покупатели хотят приобрести такое количество товаров, которое производители хотят продать. Цена P_E в такой ситуации является **равновесной ценой**, а Q_E — **равновесным объемом продаж** (рис. 3.13).

Если цена поднимется выше равновесной, то появится несоответствие между величинами спроса (она меньше) и предложения (больше). На рынке будет иметь место **избыток** товара. В этой ситуации будет оказываться давление со стороны продавцов на цену в сторону понижения, пока не будет достигнуто равновесие (рис. 3.14).

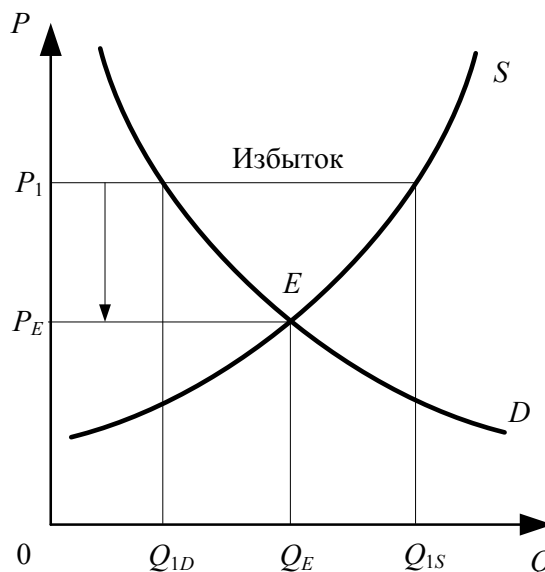


Рис. 3.14. Неравновесие на товарном рынке: избыток

Если же цена установится ниже равновесной, то на рынке будет иметь место **дефицит** товара. Величина предложения окажется меньше величины спроса, что приведет к давлению на цену в сторону повышения со стороны покупателей до восстановления равновесия (рис. 3.15).

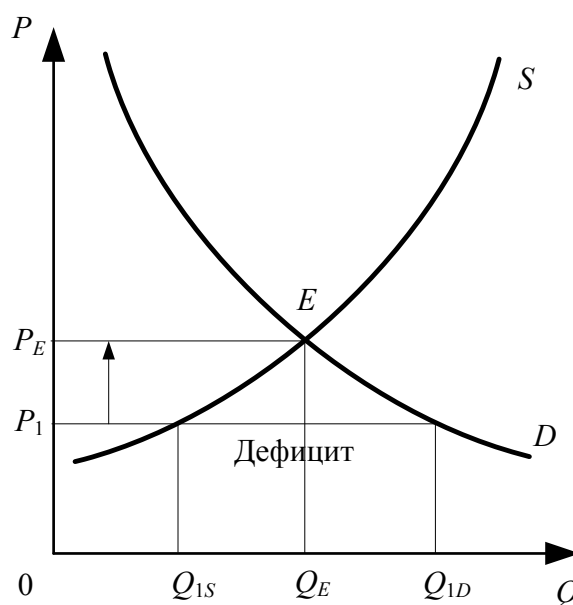


Рис. 3.15 Неравновесие на товарном рынке: дефицит

Основные понятия и категории

Спрос, индивидуальный и совокупный (рыночный) спрос, закон спроса, величина (объем) спроса, кривая спроса, изменение спроса, детерминанты спроса, ценовая эластичность спроса, факторы ценовой эластичности спроса, эластичность спроса по доходу, товары высшей и низшей категории, перекрестная эластичность спроса, взаимозаменяемые, взаимодополняемые и независимые товары, предложение, закон предложения, кривая предложения, величина (объем) предложения, детерминанты предложения, ценовая эластичность предложения, поведение производителя в кратчайшем, краткосрочном и долгосрочном периодах, равновесная цена, равновесный объем продаж, неравновесная цена, дефицит и избыток товара.

ТЕМА 4. ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА И ПРИБЫЛЬ ФИРМЫ

4.1 Бухгалтерский и экономический подход к определению издержек производства и прибыли фирмы.

4.2 Издержки производства фирмы в краткосрочном периоде.

4.3 Издержки производства фирмы в долгосрочном периоде.

4.4 Максимизация прибыли фирмы в условиях совершенной конкуренции и монополии.

4.1 Бухгалтерский и экономический подход к определению издержек производства и прибыли фирмы

Каждая фирма в своей стратегии ориентируется, как правило, на получение максимальной прибыли. При этом она стремится использовать такой процесс производства (такую комбинацию факторов производства), который при одном и том же объеме выпуска продукции позволял бы применять наименьшее количество вводимых факторов производства, т.е. был бы самым эффективным и осуществлялся с наименьшими затратами.

Затраты на приобретение применяемых производственных факторов называются **издержками производства**. Отсюда экономически эффективным методом производства какого-либо товара считается такой, при котором происходит **минимизация издержек производства**.

В экономической теории рассматриваются два подхода к определению издержек производства: бухгалтерский и экономический.

Согласно бухгалтерскому подходу издержки производства классифицируются и подсчитываются по элементам затрат:

- 1) общая группа: сырье, материалы, топливо, энергия;
- 2) амортизация;
- 3) заработная плата и отчисления на социальное страхование;
- 4) проценты за краткосрочный кредит;
- 5) прочие расходы.

Путем вычитания из выручки от реализации продукции **бухгалтерских издержек** получают **бухгалтерскую прибыль**. Анализом этих величин занимаются бухгалтерские службы.

В XX в. проявилась ограниченность бухгалтерского подхода к определению издержек производства фирм. При данном подходе учитывались только внешние издержки производства. Также из-

держки производства рассчитывались на заданный (неизменный) объем выпуска продукции, т.е. не проводился анализ изменения издержек производства в зависимости от изменения объема производства и с учетом фактора времени (в краткосрочном и долгосрочном периодах).

С целью преодоления этой ограниченности экономисты ввели понятие экономических издержек. В них отражается факт редкости ресурсов и возможности их альтернативного применения. Поэтому **экономические издержки** представляют собой те затраты, которые фирма обязана осуществить или, что то же самое, те доходы, которые она должна обеспечить поставщикам ресурсов для того, чтобы отвлечь эти ресурсы от использования в альтернативных производствах.

В состав экономических издержек входят внешние и внутренние издержки.

Внешние издержки представляют собой плату за ресурсы внешним поставщикам, которые не являются владельцами данной фирмы. Это **явные издержки** фирмы. Именно их учитывают и подсчитывают бухгалтерские службы. Поэтому внешние, или явные, издержки фирмы равны бухгалтерским издержкам.

Фирма может использовать и свои собственные ресурсы. В этом случае тоже неизбежны издержки. Издержки на собственные ресурсы, принадлежащие владельцам фирмы, есть неоплачиваемые, или **внутренние, издержки**. Это **неявные издержки фирмы**. Фирма рассматривает их как эквивалент денежных выплат, которые были бы получены при альтернативном использовании этих ресурсов. Например, сдача собственной земли в аренду обеспечит получение ренты; вложение собственного капитала в банк принесет процент; использование собственной рабочей силы на другом поприще принесет заработную плату и т.д.

Внутренние (неявные) издержки производства выступают как **нормальная прибыль**, которая состоит из двух частей: дохода (процента) на капитал и предпринимательского дохода. Нормальная прибыль воспринимается предпринимателем как оценка альтернативных возможностей приложения своего капитала и предприимчивости, т.е. как цена выбора именно данного бизнеса. Она должна быть не меньше, чем упущенная прибыль в других отраслях и сферах деятельности. Если рыночная цена низкая и не покрывает всех экономических издержек производства, включая и нормальную прибыль, то предприниматель начинает искать альтернативное, более эффективное вложения своих ресурсов.

Соотношение между внешними и внутренними издержками различно на разных предприятиях в зависимости от наличия собственных ресурсов, но, как правило, больше внутренних издержек на малых предприятиях.

Таким образом, экономисты считают издержками производства фирмы все платежи, внешние и внутренние, включая нормальную прибыль, необходимую для того, чтобы привлечь и удержать ресурсы в пределах данного направления деятельности.

Разница между выручкой от реализации продукции и экономическими издержками на ее производство составляет **экономическую прибыль**, которая меньше или равна бухгалтерской прибыли и может принимать положительное, нулевое и даже отрицательное значения.

Экономическую прибыль получают далеко не все фирмы. Она представляет собой сверхприбыль – прибыль, превышающую величину нормальной прибыли, особую премию немногим предпринимателям. В экономической теории ее источниками считают монопольную власть, риск и нововведения.

Взаимосвязь между экономическими и бухгалтерскими издержками производства и прибылью наглядно представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1

Взаимосвязь экономических и бухгалтерских издержек производства и прибыли

Выручка от реализации продукции		
Экономические издержки		Экономическая прибыль
Внешние (явные) издержки	Внутренние (неявные) издержки, или нормальная прибыль	
Бухгалтерские издержки	Бухгалтерская прибыль	

4.2 Издержки производства фирмы в краткосрочном периоде

В экономической теории важным критерием классификации издержек являются временные интервалы, на протяжении которых принимаются те или иные хозяйственные решения. Различают краткосрочный и долгосрочный периоды.

Краткосрочным периодом считается период времени, недостаточный для изменения производственных мощностей фирмы, т.е. количества станков и оборудования. В этот период фирма может лишь изменить интенсивность их использования и решить вопрос о том,

как наилучшим образом организовать производство на имеющихся фиксированных производственных мощностях. Краткосрочный период имеет разную продолжительность в различных отраслях.

В краткосрочном периоде отдельные факторы производства (производственные здания, станки, оборудование, земля, услуги высших менеджеров и специалистов) не изменяются вследствие изменения объема производства, поэтому они называются **постоянными факторами** (FF – *fixed factor*), а затраты на их приобретение (амортизация, рентные платежи, страховые взносы, жалование высшему управленческому персоналу) – **постоянными издержками** (FC – *fixed costs*). Другие факторы (сырье, материалы, топливо, энергия, транспортные услуги, трудовые ресурсы) изменяются в зависимости от изменения объема производства, поэтому они называются **переменными факторами** (VF – *variable factor*), а затраты на их приобретение – **переменными издержками** производства (VC – *variable costs*). Вместе постоянные и переменные образуют **общие издержки** производства (TC – *total costs*).

Для анализа деятельности фирмы большое значение имеют средние и предельные издержки фирмы. **Средние издержки** (AC – *average costs*) отражают затраты фирмы на производство единицы продукции, и именно они используются для сравнения с ценой, которая всегда указывается в расчете на единицу продукции.

Концепция предельных издержек в современной экономической теории имеет особое значение. **Предельные (добавленные) издержки** (MC – *marginal costs*) показывают увеличение общих расходов фирмы, связанных с увеличением продукции на одну дополнительную единицу. Таким образом, предельные издержки показывают те затраты, которые фирме придется осуществить в случае производства дополнительной единицы продукции, и, наоборот, сэкономленные средства, если фирма не будет производить эту дополнительную единицу продукции. На основе анализа именно величины предельных издержек осуществляется выбор оптимального объема производства фирмы.

Представление о различных издержках фирмы в краткосрочном периоде дает таблица 4.2.

Если ограничить все применяемые для производства факторы капиталом (постоянный фактор, цена 1000 денежных единиц) и трудом (переменный фактор, цена 25 денежных единиц), то издержки производства фирмы можно представить в виде таблицы 4.3.

Таблица 4.2

Издержки производства фирмы в краткосрочном периоде

Издержки	Название издержек	Обозначение издержек	Расчет издержек
На весь выпуск продукции	Общие постоянные	TFC	
	Общие переменные	TVC	
	Общие	TC	$TC = TFC + TVC$
На единицу продукции в среднем	Средние постоянные	AFC	$AFC = TFC/Q$
	Средние переменные	AVC	$AVC = TVC/Q$
	Средние общие	ATC	$ATC = TC/Q$ $ATC = AFC + AVC$
На одну дополнительную единицу	Предельные	MC	$MC = \Delta TC / \Delta Q$

Таблица 4.3

Издержки производства фирмы в краткосрочном периоде
(в денежных единицах)

Труд, количество работников	Объем производства, шт.	Общие издержки			Предельные издержки	Средние издержки		
		TFC	TVC	TC		MC	AFC	AVC
0	0	1000	0	1000		—	—	—
1	15	1000	250	1250	16,6	66,7	16,7	82,3
2	40	1000	500	1500	10,0	25,0	12,5	37,5
3	63	1000	750	1750	10,8	15,9	11,9	27,8
4	76	1000	1000	2000	19,2	13,2	13,2	26,3
5	85	1000	1250	2250	27,8	11,8	14,7	26,5
6	90	1000	1500	2500	50,0	11,1	16,7	27,8
7	91	1000	1750	2750	250,0	11,0	19,2	30,2

Используя данные таблицы, можно графически изобразить издержки производства фирмы (рис. 4.1, 4.2).

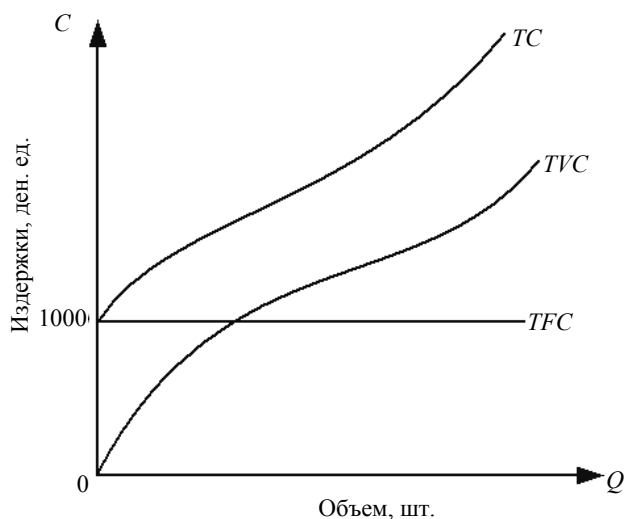


Рис. 4.1 Общие издержки фирмы

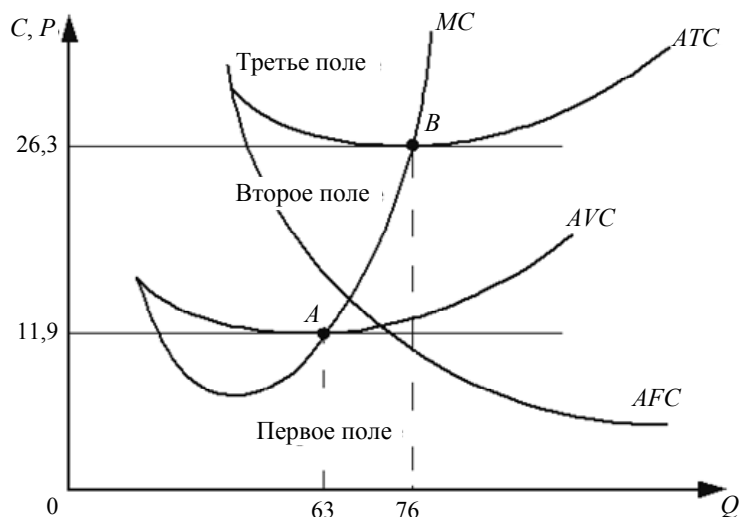


Рис. 4.2 Средние и предельные издержки фирмы

На основе таблицы 4.3 и графиков (рис. 4.1, 4.2) можно произвести анализ издержек производства фирмы в краткосрочном периоде, при этом выявляются следующие закономерности.

1. Общие постоянные издержки (TFC) не изменяются при изменении объема производства, поэтому они изображены на рис. 4.1 в виде горизонтальной линии.

2. Общие переменные издержки (TVC) изменяются с увеличением объема производства, поэтому и общие, валовые издержки (TC) фирмы по мере роста объема производства также возрастают. Кривые TVC и TC имеют постоянно восходящий характер (рис. 4.1). Значения TFC , TVC , TC определяются для каждого конкретно заданного объема производства.

3. Средние постоянные издержки (AFC) с ростом объема производства постоянно уменьшаются, поэтому кривая AFC имеет нисходящий характер (см. рис. 4.2).

4. Кривые MC , AVC и ATC сначала опускаются вниз (рис. 4.2), а затем идут вверх. Это означает, что предельные, средние переменные и средние общие издержки фирмы в силу действия эффекта разделения труда и специализации до определенного значения понижаются, а затем в силу действия закона убывающей предельной производительности переменного ресурса (труда) при неизменности величины постоянного ресурса (капитала) начинают повышаться.

5. Кривая MC пересекает кривые AVC и ATC в точках их наименьшего значения, соответственно в точках A и B (рис. 4.2).

Из всех показателей издержек особое значение имеют средние общие издержки, т.к. при экономическом анализе важно учитывать, что фирма должна обязательно возмещать все свои издержки, по-

этому сравнение цены осуществляется именно с этими издержками (ATC). Кривая ATC (рис. 4.2) имеет вид вогнутой кривой, нижняя точка которой (точка B) характеризует минимальную величину средних общих издержек на производство продукции. Таким образом, если исходить только из одного критерия деятельности фирмы – **минимизации издержек производства**, то фирма оптимизирует свою деятельность в нижней точке кривой ATC . Отсюда оптимальный объем производства составит 76 штук (см. табл. 4.3), а оптимальное количество работников, занятых в производстве – четыре человека.

Следует отметить, что анализ издержек производства фирмы дает возможность определить благоприятные и неблагоприятные для ее деятельности уровни рыночных цен. В связи с этим весь график средних и предельных издержек (см. рис. 4.2) разделим на три поля.

Первое поле характеризуется **низким уровнем цен** ($0 < P < 11,9$ – минимального значения AVC в точке A). При таких ценах фирма не сможет даже возмещать свои переменные издержки, поэтому будет вынуждена прекратить свою деятельность.

Второе поле ($11,9 < P < 26,3$ – минимального значения ATC в точке B) называется **полем неустойчивого положения фирмы**, где она может возместить только свои переменные издержки. Таким образом, фирма не возмещает ценой все свои издержки и стремится найти более эффективное альтернативное направление своей деятельности. Наименьшее значение AVC (точка A) называют **критической низкой ценой**. Она показывает наименьшее значение цены, при котором фирма может возмещать только свои переменные издержки и ей не имеет смысла продолжать свою деятельность, поэтому критическая низкая цена фактически является **ценой закрытия фирмы**.

Третье поле ($P \geq 26,3$) является наиболее благоприятным для фирмы и называется **полем безубыточности фирмы**. Наименьшее значение ATC (точка B) называют **долгосрочной критической ценой**. Она показывает наименьшее значение цены, при котором фирма может работать безубыточно, т.е. покрывать все издержки производства.

Если рыночная цена устанавливается выше долгосрочной критической цены, то фирма начинает получать прибыль или, нарастив объем выпуска продукции (например, для увеличения своей доли на рынке), будет функционировать, возмещая свои экономические издержки и получая нормальную прибыль.

4.3 Издержки производства фирмы в долгосрочном периоде

Долгосрочным считается период времени, довольно продолжительный и достаточный для того, чтобы фирма могла изменить количество всех занятых ресурсов, включая и производственные мощности. В этом периоде фирма решает вопрос о том, какие новые производственные мощности и технологические процессы выбрать с учетом достигнутого уровня науки и технологии. Этот период достаточен и для того, чтобы фирмы могли расформировать и покинуть отрасль, а новые фирмы – возникнуть и вступить в нее.

В долгосрочном периоде все ресурсы и, следовательно, все издержки становятся переменными. Объем производственных мощностей выбирается так, чтобы максимизировать прибыль, а это требует при каждом заданном объеме выпуска минимизации общих и средних издержек. Поэтому график функции **долгосрочных средних издержек (ATC)** показывает наименьшие средние издержки производства, при которых может быть обеспечен любой заданный объем производства фирмы.

На рис. 4.3 жирной линией показан график долгосрочных средних издержек, состоящих из «склеенных» участков графиков краткосрочных средних издержек: $ATC-1$, $ATC-2$... $ATC-5$, $ATC-1$ показывает динамику средних издержек для самого маленького предприятия в краткосрочном периоде. $ATC-2$ отражает динамику этих издержек для большего предприятия, располагающего большими производственными мощностями. $ATC-5$ иллюстрирует динамику ATC для самого большого предприятия с самыми большими производственными мощностями.

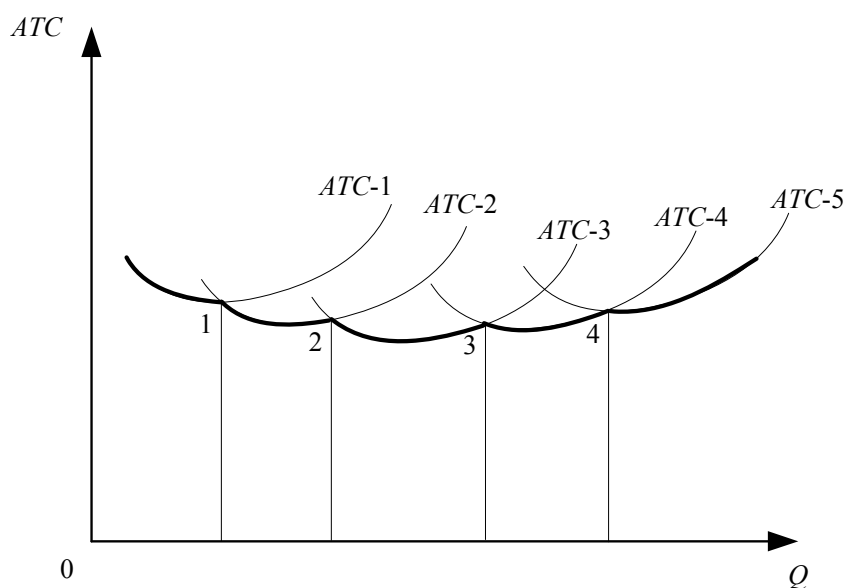


Рис. 4.3 Кривая долгосрочных средних издержек фирмы

Точки пересечения кривых краткосрочных издержек (1–4) являются критическими точками, которые показывают, что за пределами этих точек фирма должна расширять свои производственные мощности и, соответственно, свои размеры (изменять постоянные в краткосрочном периоде факторы), что более эффективно, чем наращивать переменные факторы производства. Анализ кривых ATC в краткосрочных периодах позволяет получить кривую ATC в долгосрочном периоде. Она будет огибать семейство кривых ATC в краткосрочном периоде и иметь вид кривой, показанной на рис. 4.3 жирной линией. Если количество возможных размеров предприятия велико, то кривая долгосрочных ATC оказывается практически плавной линией (рис. 4.4).

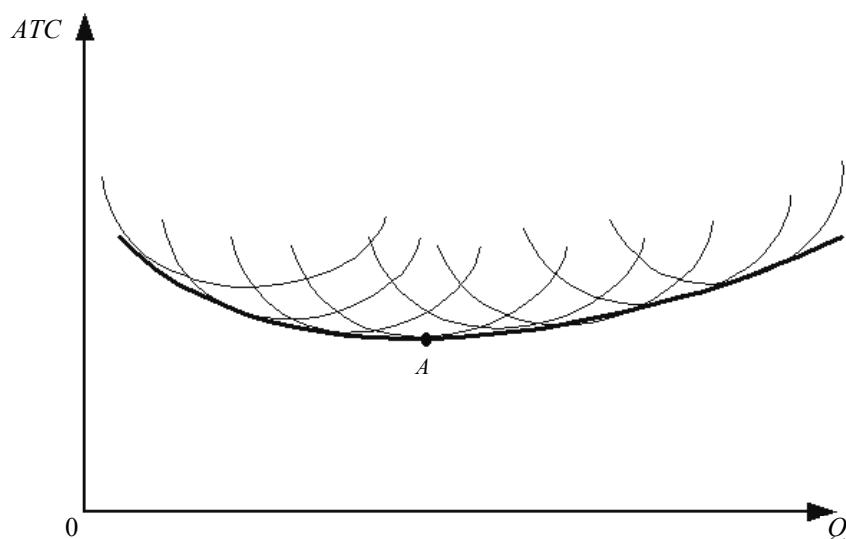


Рис. 4.4 Кривая долгосрочных средних издержек фирмы

Кривая долгосрочных средних издержек производства фирмы имеет вид вогнутой линии, что означает уменьшение этих издержек до определенного уровня (точка A на рис. 4.4), а затем их рост. Такое поведение кривой долгосрочных средних издержек объясняется проявлением **эффекта масштаба производства**, который может быть **положительным** и **отрицательным**. Слева (до точки A) проявляется положительный эффект или **возрастающая отдача от масштабов производства**, которая означает, что выпуск продукции растет быстрее, чем затраты факторов производства. Это и приводит к снижению средних издержек фирмы в долгосрочном периоде по мере увеличения объема производства фирмы.

Возрастающая отдача от масштабов производства, которую также называют **эффектом массового производства** или **экономией на масштабах производства**, вызвана действием ряда факторов:

- по мере роста размеров предприятия увеличиваются возможности использования преимуществ специализации в производстве и управлении;

- на более крупных предприятиях может применяться высокопроизводительное и дорогостоящее оборудование;

- больше возможностей для диверсификации производственной деятельности, развития побочных производств, выпуска продукции на базе отходов основного производства.

Через рост издержек производства (справа от точки *A*) (см. рис. 4.4) проявляется отрицательный эффект масштаба производства и, соответственно, **убывающая отдача от масштабов производства**. Отрицательный эффект масштаба производства возникает в связи с нарушением управляемости в чрезмерно крупной фирме:

- снижается эффективность взаимодействия между ее отдельными подразделениями, фирма становится «неповоротливой», теряет «гибкость»;

- затрудняется контроль за реализацией решений, принимаемых руководством фирмы;

- в отдельных подразделениях фирмы возникают локальные интересы, противоречащие интересам фирмы в целом;

- с ростом размеров увеличиваются издержки на передачу и обработку информации, необходимой для принятия решения и т.п.

Эффект масштаба производства проявляется в отдельных отраслях по-разному, поэтому и кривые долгосрочных средних издержек имеют различное расположение. И если исходить из единственного критерия деятельности фирмы – минимизации издержек, то и **оптимальные размеры предприятий** будут различны в отдельных отраслях.

Существуют отрасли, где средние издержки достигают минимума при значительном объеме производства (рис. 4.5,а). Это прежде всего металлургическая, химическая, алюминиевая, автомобилестроительная промышленность. Поэтому в них формируются крупные фирмы, способные реализовать положительный эффект масштаба производства.

В некоторых отраслях (рис. 4.5,б) кривые средних долгосрочных издержек быстро снижаются, затем довольно долго остаются неизменными, что характеризует постоянную отдачу от роста масштабов производства. Поэтому в этих отраслях могут эффективно функционировать как мелкие, так и средние, а также крупные фирмы. Примером могут служить предприятия по производству одежды, обуви и магазины.

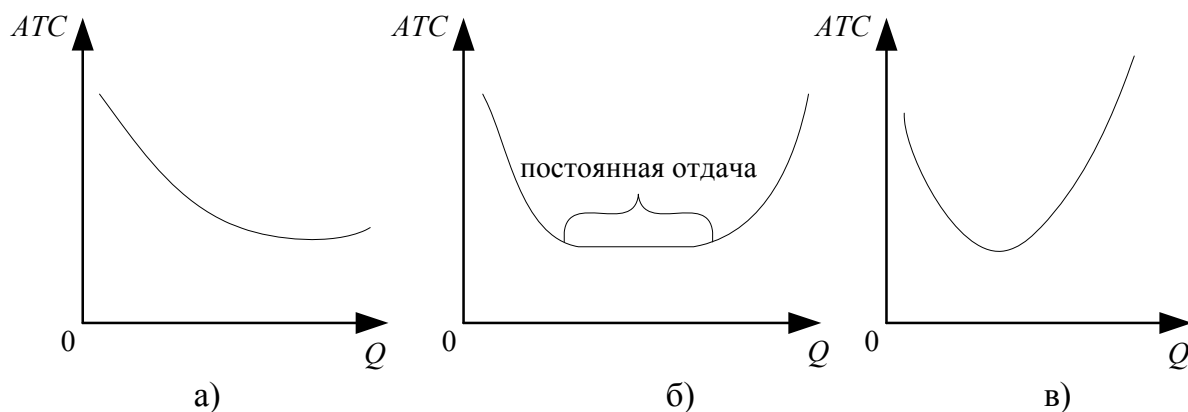


Рис. 4.5 Различные виды кривых долгосрочных средних издержек

Есть отрасли (рис. 4.5,в), которые характеризуются быстрым проявлением отрицательного эффекта масштаба производства, поэтому здесь более эффективными будут небольшие фирмы. Это относится ко многим видам розничной торговли.

4.4. Максимизация прибыли фирмы в условиях совершенной конкуренции и монополии

На совершенно конкурентном рынке действуют предприятия, объем продаж которых составляет лишь малую долю от совокупного рыночного оборота, так что увеличение или уменьшение объема продаж предприятия не изменяет заметно величину общего рыночного предложения. Поэтому рыночная цена товара, а следовательно, и рыночный спрос на товар отдельного продавца никак не изменяются от его действий. В терминах экономической теории это означает, что спрос на товар отдельного предприятия является абсолютно эластичным. Кривая такого спроса представляет собой горизонтальную линию (рис. 4.6).

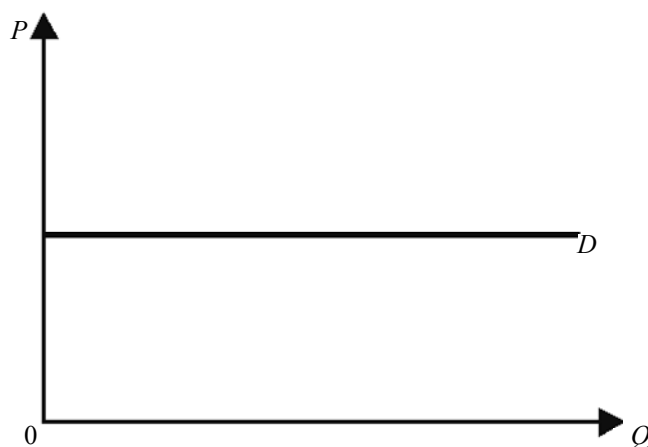


Рис. 4.6 Кривая спроса на товар отдельной фирмы на конкурентном рынке

Поскольку цена товара конкурентного предприятия не зависит от объема его продаж, то **валовой доход предприятия** (TR – *total revenue*) при любом объеме производимой продукции будет равен произведению рыночной цены на количество проданной продукции. При этом **предельный доход** (MR – *marginal revenue*), т.е. прирост дохода, связанный с продажей каждой дополнительной единицы продукции, будет равен цене продукции. Цена будет равен и **средний доход** (AR – *average revenue*), рассчитанный путем деления TR на количество единиц проданной продукции.

Например, некто продал на рынке 100 кг картофеля при рыночной цене 15 руб. за 1 кг. Его валовой доход составит 1500 руб. Средний и предельный доходы будут равны рыночной цене, т.е. 15 руб. На графике кривые среднего и предельного дохода, а также спроса сливаются в одну горизонтальную линию. Линия валового дохода изображается как прямая, постоянно восходящая линия (рис. 4.7).

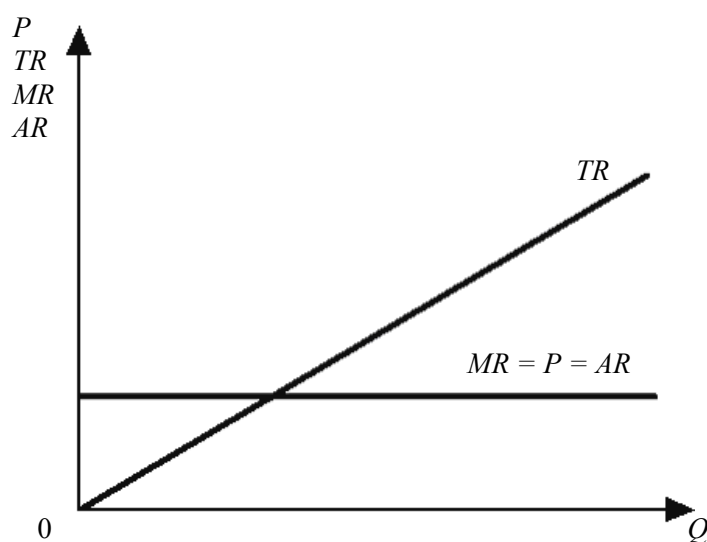


Рис. 4.7 График валового (TR), предельного (MR) и среднего (AR) доходов фирмы

Если графическое изображение валового дохода совершенно конкурентного предприятия представляет собой восходящую прямую линию, то линия валовых издержек всегда является S-образно изогнутой кривой, которая пересекает линию валового дохода в двух точках, характеризующих нулевую прибыль (рис. 4.8).

Такая конфигурация кривых валового дохода и валовых издержек обусловлена тем, что при небольшом объеме производства постоянные издержки превышают валовой доход, затем доход обгоняет затраты, поскольку постоянные издержки не растут, но по достижении некоторого оптимального сочетания факторов производства издержки начинают вновь возрастать.

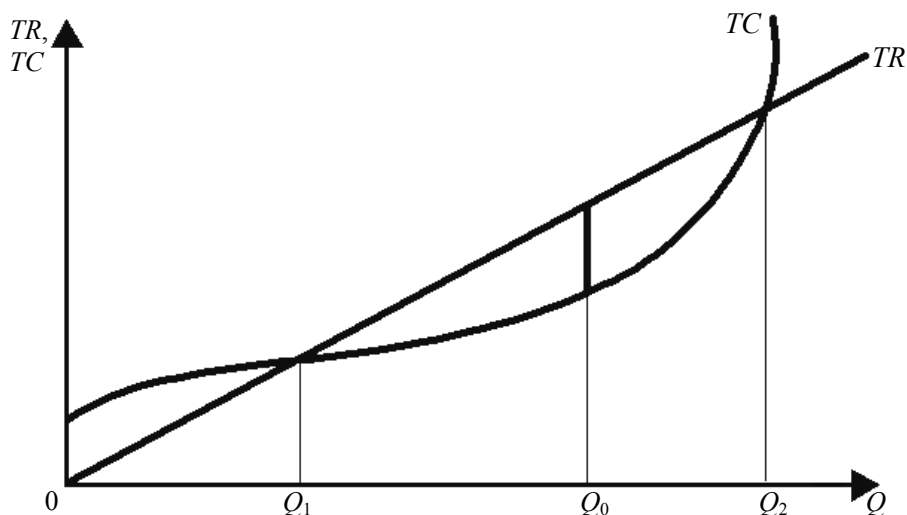


Рис. 4.8 Определение максимальной прибыли (оптимального выпуска) методом сравнения валового дохода и валовых издержек

Q_0 — количество продукции, в результате продажи которой получают наибольшую прибыль; Q_1 и Q_2 — соответственно количество продукции, при продаже которой прибыль равна нулю.

Наиболее простым решением задачи максимизации прибыли является **сравнение валового дохода и валовых издержек** при каждом из возможных объемов производства. Предприятие, ориентированное на получение максимальной прибыли, должно ограничить объем своего производства таким уровнем, при котором прибыль становится максимальной. Как это определить?

На практике в процессе налаженного производства нередко встает вопрос о целесообразности увеличения производства. В таком случае необходимо рассчитать, что может дать предприятию производство дополнительного количества продукции. Решается эта задача **методом сравнения предельного дохода (MR) и предельных издержек (MC)**, т.е. дополнительного дохода от прироста продукции и издержек на ее производство. До тех пор, пока расширение производства обеспечивает более быстрый рост дохода по сравнению с ростом издержек, предприятию выгодно наращивать производство, т.к. прибыль на этом отрезке увеличивается. Переломной является точка, в которой достигается равенство дополнительного дохода и дополнительных издержек ($MR = MC$). За пределами этой точки прибыль от наращивания производства будет достаточно быстро сокращаться.

Таким образом, объем производства, при котором предельный доход равен предельным издержкам, является оптимальным (обеспечивающим максимальную прибыль), а соответствующая точка Q_0 на графике называется **точкой оптимального объема производства** (рис. 4.9).

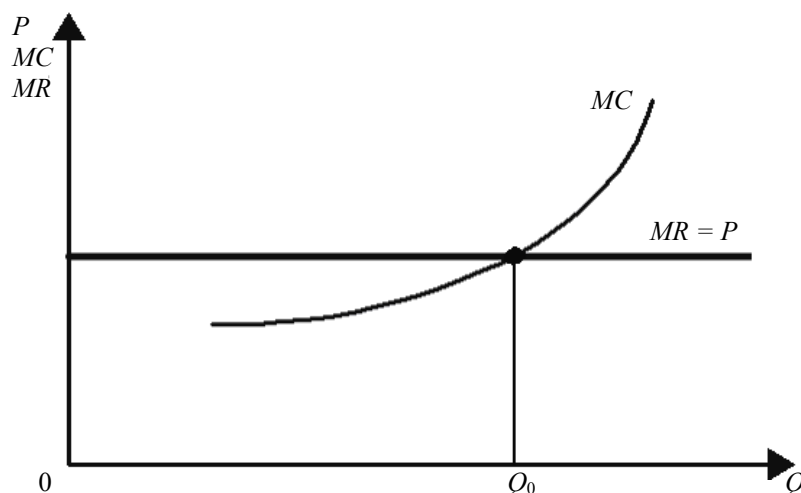


Рис. 4.9 Определение максимальной прибыли (оптимального выпуска) методом сравнения предельного дохода и предельных издержек (в точке Q_0 $MR = MC$)

Оба метода сравнения (валовых либо предельных дохода и издержек) дают одинаковый результат при расчете оптимального объема производства с точки зрения получения максимальной прибыли. При использовании метода сравнения валовых дохода и издержек сумма экономической прибыли определяется как простая разница между ними: $TR - TC$.

При расчете методом сравнения предельных дохода и издержек сумма прибыли определяется как произведение объема продукции в точке $MR = MC$ на разницу между рыночной ценой и средними валовыми издержками, т. е. прибылью на единицу продукции, в той же точке.

На практике нередко возникают ситуации, когда предприятие вынуждено думать не о максимизации прибыли, а о минимизации убытков. Это случается чаще всего в связи с внезапным падением рыночной цены. Прекращение производства в этой ситуации не является наилучшим выходом, т.к. все равно приходится нести постоянные издержки. Если рыночная цена падает ниже минимума средних валовых издержек, но выше минимума средних переменных издержек, то более оптимальным решением является выпуск продукции в объеме, определяемом точкой пересечения предельного дохода и предельных издержек ($MR = MC$). В этом случае минимальный убыток исчисляется площадью прямоугольника со сторонами Q (в точке $MR = MC$) и разнице $(P - ATC)$ в той же точке.

Если же рыночная цена опускается ниже минимальных переменных издержек предприятия, то наиболее оптимальным решением является прекращение продаж в расчете на повышение цен в следующем периоде. Прекращение продаж вызывает превышение спро-

са над предложением и последующий рост цен. Именно так поступают дальновидные производители сельскохозяйственной продукции, не продавая ее всю сразу после сбора урожая, а растягивая на зимне-весенний период до следующего урожая. Кроме того, период краткосрочного прекращения производства можно использовать для модернизации технологического процесса с целью уменьшения валовых издержек.

Совершенная конкуренция является только абстрактной моделью, удобной для объяснения рыночного поведения экономических агентов. В реальной жизни чисто конкурентных рынков не существует. Их нет не только со стороны предложения, которое характеризуется организаторскими способностями предпринимателя, наличием у него информации о конъюнктуре рынка, совершенностью связей с банками и государственными учреждениями, готовностью к нововведениям и рядом других особенностей. Ее нет и со стороны спроса, т.к. у покупателей разные вкусы, требования к внешнему виду товара и поведению продавца в процессе общения с ним, так что совершенно конкурентным спрос может быть только в случае, если продукция или услуги предприятия совершенно идентичны и не имеют заменителей.

В связи с таким разнообразием особенностей предложения и спроса положение каждого продавца по-своему уникально, что вносит элементы монополизма в его поведение. Но и монополий в чистом виде тоже не существует. Даже у самых крупных монополистов, какими являются транснациональные корпорации, есть конкуренты в лице других корпораций, а также предприятий, производящих продукцию, способную служить заменителями продукции монополиста. Например, предприятия, производящие пластмассовые изделия, в ряде случаев составляют конкуренцию сталелитейным корпорациям.

Однако для понимания методов максимизации прибыли монополистами целесообразно рассмотреть абстрактную модель простой монополии, т.е. предприятия, которое является единственным производителем данного товара и в каждый конкретный момент времени продает свою продукцию по одной цене всем своим покупателям.

Кривая спроса на продукцию монополиста является такой же, как кривая спроса на продукцию всей отрасли, т.е. имеет отрицательный наклон (с левого верхнего угла в правый нижний угол). Но реальные свойства кривой монополисту неизвестны, он узнает их с помощью статистического анализа либо методом проб и ошибок.

Поскольку количество продукции, которое может быть продано на монопольном рынке, зависит от цены, монополист ведет себя со-

вершено иначе, чем конкурентный продавец. Он не принимает рыночную цену как объективную данность, а выбирает такую комбинацию цены и количества товара, которая приносит ему максимальную прибыль. Исходя из того, что монополист ищет наиболее выгодную цену из набора возможных цен, его называют «искателем цены».

При расчете оптимального объема продаж монополист точно так же, как совершенно конкурентное предприятие, ориентируется по соотношению предельного дохода и предельных издержек. Если производство дополнительной единицы товара сверх достигнутого уровня увеличит доход в большей мере, чем издержки, то выпуск следует наращивать. Если сокращение выпуска позволяет снизить издержки на величину, превышающую снижение доходов, то выпуск следует сократить.

Ввиду того, что кривая спроса на продукцию монополиста является убывающей, объем продаж он может увеличить только за счет снижения цены.

Рассмотрим на конкретном примере соотношение совокупного и предельного доходов монопольного предприятия (табл. 4.4) и их графическое изображение (рис. 4.10,а,б).

Таблица 4.4

Спрос, совокупный и предельный доход монополиста

Объем спроса, ед.	Цена единицы продукции, руб.	Доход	
		совокупный, руб.	предельный, руб.
0	16	0	0
1	14	14	14
2	12	24	10
3	10	30	6
4	8	32	2
5	6	30	-2
6	4	24	-6
7	2	14	-10
8	0	0	-14

Линия предельного дохода, как видно из графика, пересекает ось абсцисс точно в середине между началом оси и кривой спроса. Такая закономерность имеет место всегда, если кривая спроса имеет вид прямой линии. Это объясняется математическими закономерностями эластичности спроса.

Предельный доход (MR) – это прирост совокупного дохода, полученный от прироста выпуска на единицу продукции. Когда спрос эластичен, предельный доход больше нуля и совокупный доход рас-

тет. Когда спрос неэластичен, предельный доход меньше нуля и совокупный доход падает. Предельный доход меньше цены при всех уровнях выпуска продукции. Соотношение кривых валового и предельного доходов описывается зависимостью $MR = (TR)'$.

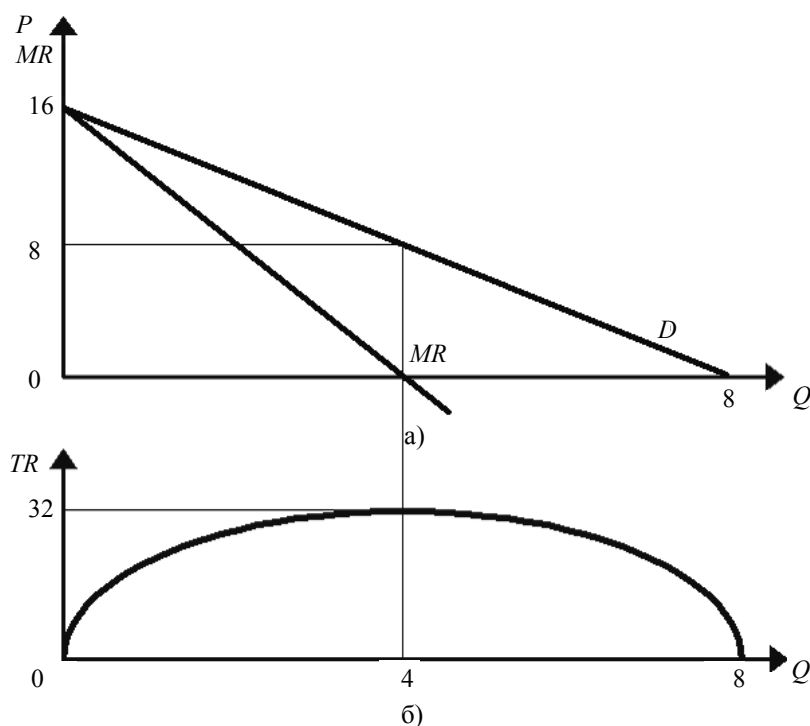


Рис. 4.10 Цена, совокупный и предельный доход

Для определения размеров оптимального выпуска монополист использует тот же критерий, что и совершенный конкурент, ориентируясь на равенство предельного дохода и предельных издержек. При условии этого равенства достигается максимальный размер прибыли.

Оптимальный размер выпуска продукции определяется проекцией точки пересечения кривых предельного дохода и предельных издержек (точка H). Q_m – выпуск продукции, максимизирующий прибыль монополии, при цене P_m . Совокупный доход при этом будет равен произведению оптимального выпуска на цену оптимального спроса, а максимальная прибыль равна разнице между совокупным доходом и полными издержками. Q_c – объем продаж конкурирующей фирмы по цене P_c (рис. 4.11).

Кривая предложения любого отдельного предприятия на совершенно конкурентном рынке является кривой его предельных издержек. В этом случае на графике (рис 4.12) максимум прибыли определяется пересечением кривой предельных издержек и предельного дохода, равного рыночной цене, и потому достигается при объеме производства Q_c . Кривая же предельного дохода монополиста лежит

значительно левее кривой спроса на его продукцию, в связи с чем равенство $MR = MC$ достигается при меньшем объеме производства в точке Q_m , что делает выгодным для монополиста производство меньшего объема товаров при большей цене.

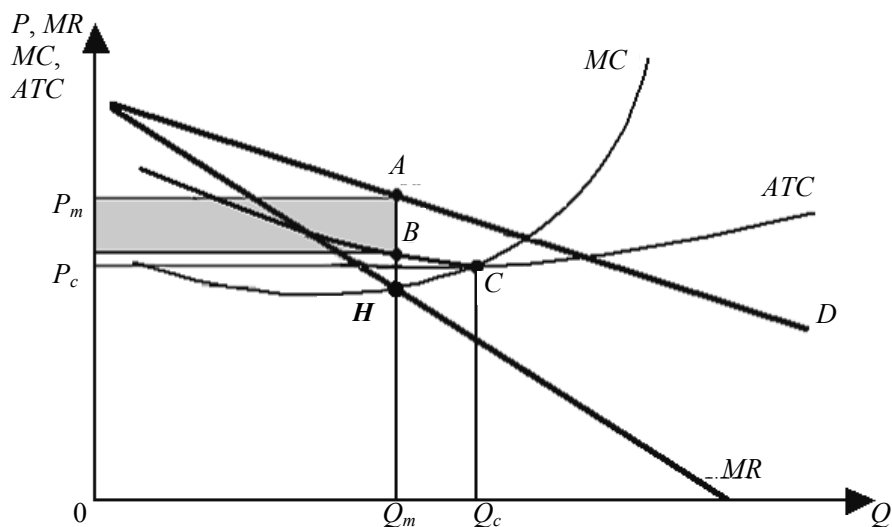


Рис. 4.11 Оптимальный выпуск продукции для монополии ($MR = MC$)

На рис. 4.12 показано различие условий равновесия на конкурентном и монопольном рынках.

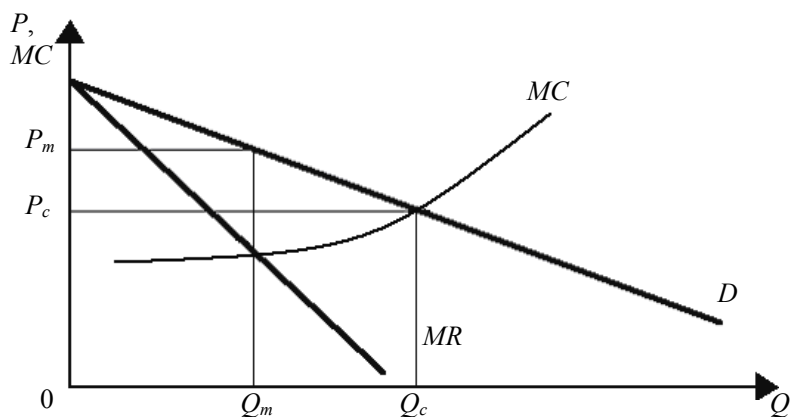


Рис. 4.12 Цена и выпуск в условиях конкуренции и монополии

Таким образом, перерастание конкурентного рынка в монополичный сопровождается превращением рыночной цены в монопольную, а нормальной, средней рыночной прибыли в монопольную, которая включает в себя монопольную сверхприбыль. Монополия по сравнению с совершенной конкуренцией неизбежно ограничивает выпуск продукции и повышает ее цену.

Монополия может повысить свою эффективность, проводя политику ценовой дискриминации. **Политика ценовой дискриминации**, которую называют также диверсификацией цен, заключается в

установлении монополией разных цен для различных категорий потребителей с учетом разницы в уровнях эластичности их спроса.

Для того чтобы монополист мог осуществлять ценовую дискриминацию, должны существовать два условия. Во-первых, необходимо, чтобы покупатели не могли перепродавать купленную продукцию. Во-вторых, продавец должен иметь возможность разделять покупателей на группы, исходя из эластичности спроса на товары. Обеспечение таких условий является делом производственного менеджмента.

Ценовая дискриминация является распространенной политикой монополий. Она применяется обычно при установлении отдельных тарифов на потребление электроэнергии для предприятий и физических лиц, льготных цен на товары и коммунальные услуги для бедной части населения. С той же целью увеличения прибыли за счет охвата более широкого круга потребителей устанавливается раздельная плата для детей, студентов, пенсионеров и других потребителей. Из приведенных примеров видно, что ценовая дискриминация не тождественна понятию несправедливости, напротив, она может служить и часто служит инструментом перераспределения доходов богатых в пользу бедных.

Основные понятия и категории

Издержки производства. Минимизация издержек производства. Бухгалтерские издержки производства. Бухгалтерская прибыль. Экономические издержки. Внешние (явные) и внутренние (неявные) издержки. Нормальная прибыль. Экономическая прибыль. Краткосрочный период. Постоянные и переменные факторы производства. Постоянные и переменные издержки. Общие, общие постоянные и общие переменные издержки. Средние постоянные, средние переменные и средние общие издержки. Предельные издержки. Поле неустойчивого положения фирмы. Критическая низкая цена. Поле безубыточности фирмы. Долгосрочная критическая цена. Долгосрочный период. Долгосрочные средние издержки. Положительный и отрицательный эффект масштаба производства. Возрастающая, постоянная и убывающая отдача от масштабов производства. Оптимальные размеры предприятий; валовой, предельный и средний доход предприятия. «Искатель цены». Политика ценовой дискриминации.

ТЕМА 5. РЫНКИ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

5.1 Факторы производства (ресурсы) фирмы. Факторные рынки и их особенности.

5.2 Рынок труда. Спрос и предложение труда. Заработная плата и занятость.

5.3 Рынок капитала. Процентная ставка и инвестиции.

5.4 Рынок земли. Рента. Цена земли.

5.1 Факторы производства (ресурсы) фирмы. Факторные рынки и их особенности

Ресурсы, необходимые фирме для производства определенного вида продукции, называются **факторами производства**. К основным факторам производства относятся земля, капитал, труд, предпринимательские способности, знания. Они играют важную роль в результативности работы каждой фирмы. От их рационального использования зависят издержки производства фирмы и, соответственно, цены на продукцию, а также доход и прибыль фирмы.

Комбинация (сочетание) факторов производства определяется технологией (способом) производства. Фирма стремится выбрать технологию производства, которая обеспечит выпуск продукции с минимальными издержками.

Когда выбрана технология и известна комбинация факторов производства, фирма приобретает их на факторных рынках. Важнейшими **факторными рынками** являются рынок земли, капитала, труда (рабочей силы), знаний.

Как и на любом рынке, на рынках факторов производства формируется рыночный спрос, рыночное предложение и рыночная цена. Однако факторные рынки имеют и свои особенности. **Предложение** факторов производства определяется издержками на их производство (MRC), а **спрос** (объем или величина спроса) – их предельной производительностью (MRP), т.е. предельным доходом, который приносит каждый дополнительный фактор производства.

Отдельная фирма в своей деятельности руководствуется правилом использования отдельного фактора производства (ресурса):

$$MRP = MRC, \quad (1)$$

где MRP – предельный доход фактора производства; MRC – предельные издержки на приобретение этого фактора производства.

Это правило означает: фирма будет наращивать ресурс до тех пор, пока предельный доход, приносимый этим ресурсом, не сравняется с

предельными издержками на его приобретение. Если учитывать, что факторные рынки являются рынками чистой конкуренции, то

$$MRC = P_r, \quad (2)$$

где MRC – предельные издержки на приобретение фактора производства; P_r – цена этого фактора производства на рынке.

Таким образом, формула (1) для конкурентного рынка отдельного фактора производства (ресурса) принимает вид

$$MRP = P_r. \quad (3)$$

Правило использования отдельного фактора производства (ресурса) определяет выбор фирмой оптимального объема применяемого ресурса, что может быть проиллюстрировано графически (рис. 5.1).

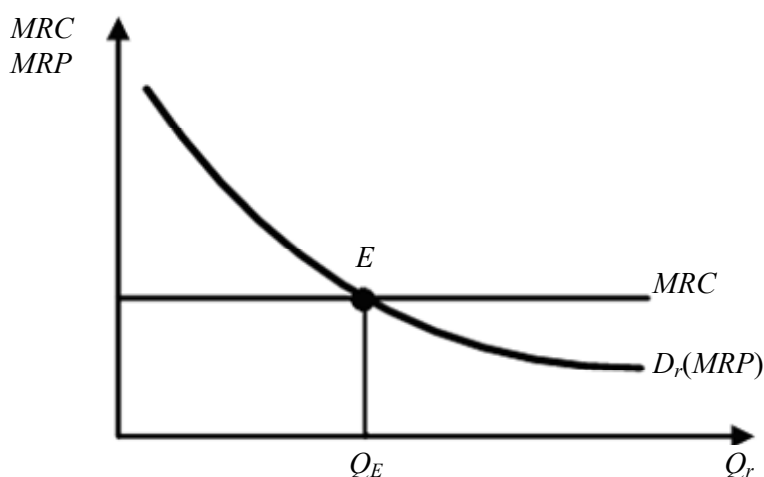


Рис. 5.1 Выбор фирмой оптимального объема отдельного ресурса

На рис. 5.1 кривая спроса фирмы на отдельный ресурс (D_r) в условиях чистой конкуренции совпадает с кривой предельной доходности данного ресурса (MRP) и имеет нисходящий наклон, который обусловлен действием **закона убывающей предельной производительности ресурса**. Кривая предложения ресурса на конкурентном рынке имеет вид горизонтальной линии, т.к. ресурс продается при любом количестве по одной и той же цене ($P_r = MRC$). Точка E – точка пересечения кривой спроса фирмы на ресурс и горизонтальной линии предложения ресурса – показывает оптимальный объем (Q_E) применяемого фирмой отдельного ресурса.

Спрос на ресурс может обладать разной **ценовой эластичностью**, под которой понимается отношение процентного изменения потребления ресурса к процентному изменению его цены. Ценовая эластичность спроса на ресурс определяет степень наклона кривой спроса и зависит от следующих основных факторов:

- 1) ценовой эластичности спроса на готовый товар фирмы. Чем выше эластичность спроса на готовый товар, тем более эластичный спрос на ресурс, используемый для его производства;
- 2) доли ресурса в общих издержках производства;
- 3) степени взаимозаменяемости ресурсов;
- 4) эластичности предложения других ресурсов.

Основной принцип ценовой эластичности спроса на отдельный ресурс: чем легче замещается какой-либо ресурс, тем более эластичен спрос, предъявляемый на него фирмой.

Ценовая эластичность спроса на ресурс вызывает **изменения в объеме спроса** на него и приводит **к движению вдоль кривой спроса**.

Кроме цены данного ресурса, на спрос на отдельный ресурс влияют и другие факторы, которые называются **неценовыми детерминантами спроса на ресурс**:

- 1) изменения в спросе на готовый продукт (товар фирмы). Это определяет одну из главных особенностей факторных рынков – их **производный (зависимый) характер**. Спрос на каждый отдельный ресурс, используемый фирмой при производстве товара, зависит (является производным) от спроса потребителей данного товара. Чем больше спрос на товар, тем больше спрос и на факторы производства данного товара, и наоборот;
- 2) изменения производительности данного фактора производства. Чем более производительен, результативен данный фактор производства, тем выше спрос на него, и наоборот;
- 3) изменения цен на другие ресурсы (ресурсозаменители и взаимодополняемые ресурсы).

Действие неценовых детерминант приводит к сдвигу кривой спроса (D_1) отдельной фирмы на фактор производства вправо вверх (D_2) при росте спроса или влево вниз (D_3) при уменьшении спроса (рис. 5.2).

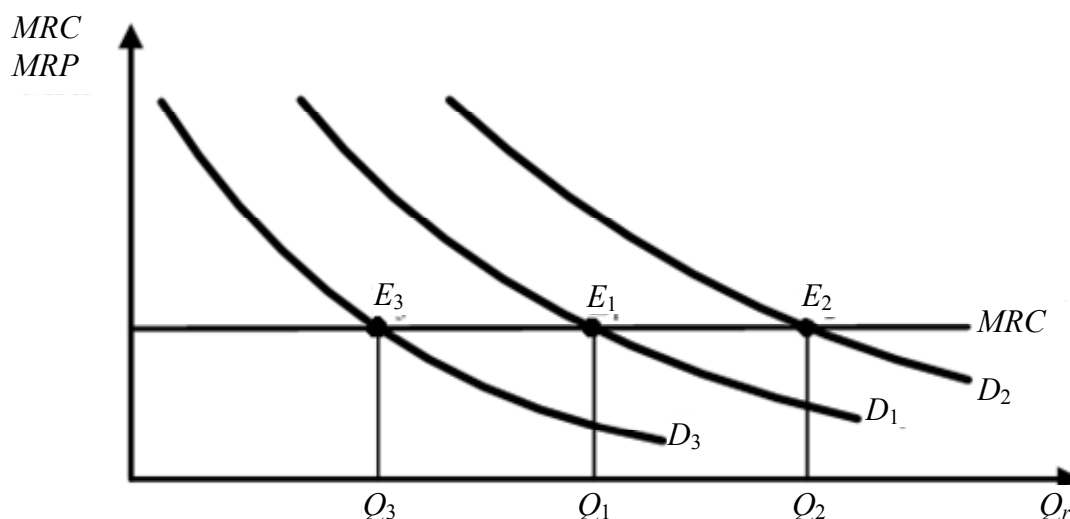


Рис. 5.2 Изменение спроса фирмы на отдельный ресурс

В своей деятельности фирма использует не один, а множество ресурсов (факторов производства), комбинация которых определяется выбранной технологией производства. Поэтому **задачей фирмы является выбор оптимальной комбинации (оптимального сочетания) ресурсов, самой экономически эффективной технологии производства, которая обеспечит производство заданного объема производства с наименьшими издержками.** Решение этой задачи достигается при выполнении правила достижения равной отдачи каждого применяемого фирмой ресурса:

$$\frac{MRP_L}{P_L} = \frac{MRP_C}{P_C} = \dots = \frac{MRP_i}{P_i}, \quad (4)$$

где MRP_L – предельный доход фактора труда; MRP_C – предельный доход фактора капитала; MRP_i – предельный доход других факторов производства; P_L – цена фактора труда; P_C – цена фактора капитала; P_i – цены других факторов производства.

5.2 Рынок труда. Спрос и предложение труда. Заработная плата и занятость

С древнейших времен человеческий труд является важнейшей составляющей любой хозяйственной деятельности. Он по праву может быть определен в качестве универсального фактора производства. Процесс общественного разделения труда, развитие обмена и рыночных отношений превратили труд в специфический товар. Он стал покупаться и продаваться, сформировались спрос и предложение этого ресурса. Это означало рождение рынка труда.

Рынок труда – составная часть рыночной экономики, представляет собой систему конкурентных связей между субъектами рынка по поводу найма, использования работника в общественном производстве.

Главная особенность этого рынка состоит в том, что в качестве собственников фактора труда и его потенциальных продавцов выступает практически все население, за исключением нетрудоспособных лиц. Труд – фактор производства, находящийся в распоряжении почти каждого человека.

Классификация рынка труда осуществляется на основе различных критериев. Различают следующие виды рынков труда: федеральный, республиканский, краевой, областной, сельский и городской, международный, прогнозный, перспективный и текущий; гибкий и жесткий; умственного и физического труда и др.

Основными элементами механизма рынка труда являются спрос (со стороны работодателей), предложение (со стороны трудоспособного населения), цена труда (заработная плата). **Спрос на труд** определяется потребностями работодателей в найме определенного количества работников необходимой квалификации для производства товаров и услуг с учетом совокупного спроса.

Рыночное предложение труда для определенного вида труда при данной заработной плате есть сумма объемов предложения всех работников. Общее предложение труда в экономике зависит от численности работников, готовых продать рабочую силу работодателям. Численность таких работников зависит от уровней рождаемости, смертности и миграции населения, физической способности быть производительным работником, доступности других источников существования, альтернативной стоимости наемного труда. Предложение труда происходит также на основе выбора между досугом и работой. На этот выбор оказывает влияние эффект дохода и эффект замещения.

Эффект замещения возникает тогда, когда при высокой заработной плате свободное время рассматривается как потенциальный убыток. Час досуга кажется все более дорогим, и работник предпочитает вместо досуга работать. Это ведет к росту предложения труда.

Эффект дохода возникает тогда, когда высокая заработная плата рассматривается как источник возможности увеличить свой досуг, свободное время. Рост же свободного времени уменьшает предложение труда (рис. 5.3).

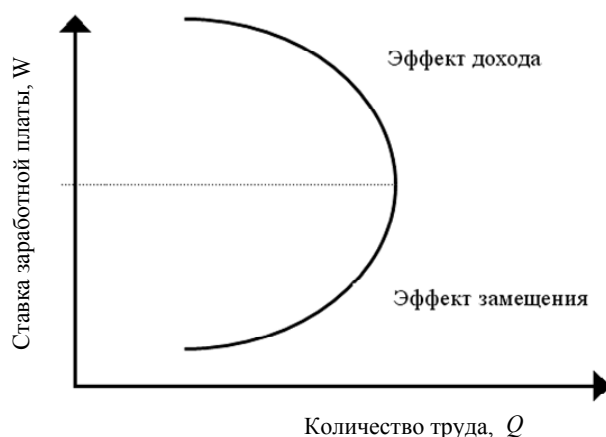


Рис. 5.3 Кривая индивидуального предложения труда

Преобладание эффекта замещения или эффекта дохода при данном уровне заработной платы зависит как от общей экономической ситуации, так и от самого работника, который принимает самостоятельное решение в соответствии со своими предпочтениями и интересами.

Спрос и предложение труда, а также их эластичность изменяются под влиянием многих факторов, которые представлены в табл. 5.1.

Таблица 5.1

Факторы изменения спроса и предложения труда

Факторы	Спрос на труд	Предложение труда
1. Общие	<ul style="list-style-type: none"> – Уровень заработной платы; – производительность труда; – спрос на товары, производимые данным видом труда; – возраст работника; – замена труда другим фактором производства; – количество работодателей; – расширение производства на отдельных предприятиях 	<ul style="list-style-type: none"> – Количество квалифицированных работников; – условия работы (статус, престиж, соцобеспечение); – уровень заработной платы и условия труда на альтернативных рабочих местах; – уровень жизни работника; – изменение демографической ситуации в стране
2. Определяющие эластичность	<ul style="list-style-type: none"> – Эластичность на товары, производимые данным трудом; – легкость замещения труда другим фактором производства; – эластичность предложения дополняющих факторов; – эластичность предложения заменяющих факторов; – доля издержек на заработную плату в общих издержках производства; – временной фактор 	<ul style="list-style-type: none"> – Издержки, связанные со сменой работы; – деятельность профсоюзов; – государственное регулирование на рынке труда; – временной фактор

Равновесие на рынке труда (рис. 5.4) достигается в точке пересечения спроса (D_L) и предложения труда (S_L) и характеризует установление равновесной ставки заработной платы (W_e) и равновесного уровня занятости (L_e). Если заработная плата устанавливается выше равновесной (W_1), то на рынке труда имеет место избыток работников, который означает **безработицу**.

Заработная плата – это цена, выплачиваемая за использование труда наемного работника. Но это цена особого рода, с величиной которой тесно связан уровень жизни населения. Различают номинальную и реальную заработную плату. **Номинальная заработная плата** представляет собой сумму денег, которую получает работник за свой труд.

Реальная заработная плата характеризует покупательную способность номинальной заработной платы, т.е. ту массу товаров и услуг, которую можно приобрести на полученные работником деньги при данном уровне цен.

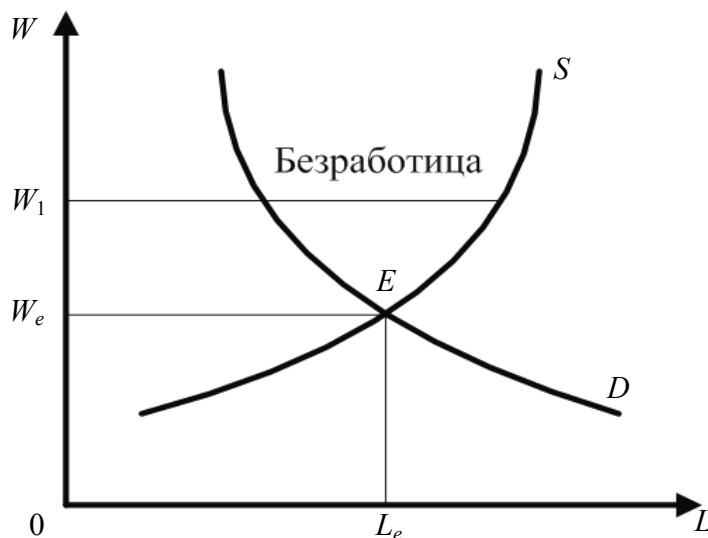


Рис. 5.4 Равновесие на рынке труда

Зарплата выступает в двух основных формах: повременной и сдельной. **Повременная заработная плата** — это денежная оплата труда наемного работника, рассчитываемая в зависимости от количества отработанного им времени (час, день, неделя, месяц).

Сдельная заработная плата — это денежная оплата труда наемного работника, рассчитываемая в зависимости от количества произведенной им продукции.

Сосуществование двух форм заработной платы с их достоинствами и недостатками породило многочисленные варианты их применения и сочетания. В итоге начали возникать и находить распространение различные **системы заработной платы**. Под системой заработной платы понимают совокупность взаимосвязанных принципов и элементов организации оплаты наемного труда, которая благодаря их комбинированию увязывает возрастание получаемого работником денежного вознаграждения с результативностью труда.

Под **занятостью** понимается деятельность граждан, связанная с удовлетворением личных и общественных потребностей, не противоречащая законодательству и приносящая трудовой доход. Занятость может быть полная и неполная. К факторам, влияющим на динамику занятости, относятся:

– демографические (количество населения, удельный вес экономически активного населения, демографическая структура, объемы и направления миграционных потоков);

- природно-климатические (характер климата, степень освоения территории, отдаленность от индустриальных районов);
- экономические (объем и структура производства, динамика макро- и микроэкономических показателей, структурные сдвиги, уровень инвестиционной активности, степень конкуренции и монополизма, уровень инфляции и др.);
- социальные (уровень и качество жизни, мотивация к труду, степень развития профсоюзного движения и социального партнерства, степень вмешательства государства и социальные процессы);
- организационные (уровень организации труда, производства и управления, организации работы биржи труда, службы занятости);
- правовые (законы, регулирующие предпринимательскую деятельность, банкротство предприятий, миграцию населения, условия найма и увольнения, режим труда и отдыха).

Современная ситуация на рынке труда в России характеризуется существованием значительных диспропорций в структуре занятости, в уровне заработной платы и деформацией мотивационного механизма трудовой деятельности. Поэтому все более настоятельной необходимостью является целенаправленное и эффективное государственное регулирование рынка труда.

Государственное регулирование рынка труда – это комплекс экономических, законодательных, административных и организационных мер, направленных на стимулирование роста занятости; подготовку и переподготовку работников; содействие найму рабочей силы; введение системы социального страхования безработицы и обязательного пенсионного обеспечения.

В России формирование конкретных механизмов этого регулирования идет в настоящее время параллельно со становлением самого рынка трудовых ресурсов. Определенные шаги здесь уже сделаны: принят Закон о занятости, создана государственная служба занятости, разворачивается система переподготовки кадров, официально устанавливаются прожиточный минимум и минимальная заработная плата. Впрочем, пока два последних индикатора являются в России (в отличие от высокоразвитых стран с рыночной экономикой) лишь условными показателями.

5.3 Рынок капитала. Процентные ставки и инвестиции

Капитал – важнейший фактор хозяйственной деятельности. Это понятие имеет много значений. Но наиболее общее следующее: это любой ресурс экономики, создаваемый с целью производства большего количества экономических благ и способный приносить доход.

По способу переноса стоимости капитала на новый продукт выделяют **основной** (стоимость которого переносится на продукт постепенно и возвращается к предпринимателю по частям) и **оборотный** (стоимость которого входит в готовый продукт целиком и полностью возвращается к предпринимателю в денежной форме и в течение одного кругооборота) капиталы.

Мерой потребления основного капитала выступает физический и моральный износ. Учет износа имеет большое значение для установления норм амортизации.

В связи с неоднозначностью трактовки категории «капитал» существует также проблема определения понятия «рынок капитала». Если под капиталом понимать физический капитал (станки, здания, запасы и т.д. в их стоимостном измерении), то рынок капитала – составная часть рынка факторов производства наряду с рынком труда и земли. Если под капиталом на рынке финансов понимать денежный капитал, то рынок капитала выступает составной частью рынка ссудных капиталов.

Спрос на капитал – это спрос фирм на **физический капитал** (на рынке факторов) и **денежный капитал**, обслуживающий среднесрочные и долгосрочные операции банков (на рынке ссудных капиталов). Объем спроса на физический капитал носит производный характер по отношению к спросу на конечную продукцию.

Предложение капитала представляет собой сбережения домашних хозяйств, предоставленные в пользование бизнесу в форме ссуды.

Процент – это цена капитала, а именно та часть дохода, которую получает владелец капитала в течение года. Если она выражается в процентах, то такой доход называется **процентной ставкой**. Различают номинальную и реальную ставки ссудного процента. **Номинальная ставка** показывает, на сколько денежная сумма, которую заемщик возвращает кредитору, превышает величину полученного кредита. **Реальная ставка** – это ставка процента, скорректированная на инфляцию. С позиций теории спроса и предложения величина процента (r) определяется как своеобразная равновесная цена (рис. 5.5). С ростом спроса на капитал и уменьшением предложения капитала уровень процента растет.

Имеются разные подходы к пониманию сущности и источника (причин) образования процента. Современная экономическая теория трактует процент как цену, которую люди платят за то, чтобы получить ресурсы сейчас, вместо того, чтобы ждать до тех пор, пока они заработают деньги, на которые эти ресурсы можно купить. Учет фак-

тора времени позволяет понять: чем продолжительнее время срочного вклада, тем выше доход на этот вклад в виде выплачиваемого процента.

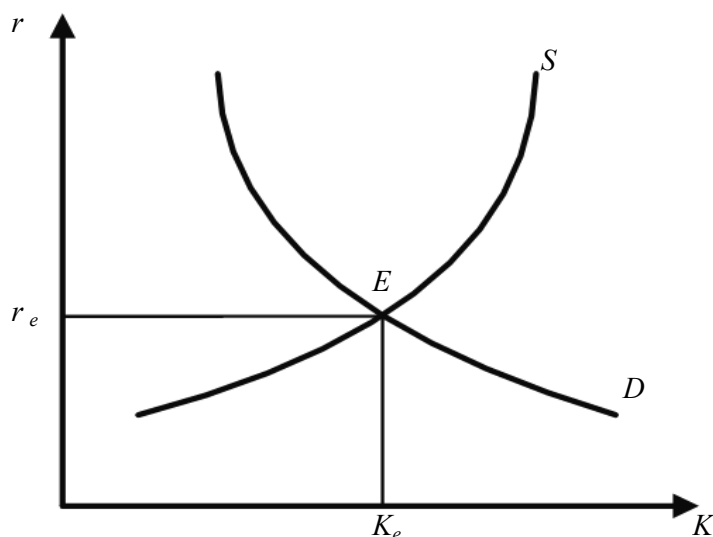


Рис. 5.5 Равновесие на рынке капитала

Рынок капитала часто называют рынком инвестиций. Инвестиции различными экономическими школами характеризуются по-разному. В российской практике **инвестициями** называются все виды активов, вкладываемых в хозяйственную деятельность в целях получения дохода (финансовое определение), или все расходы на создание, расширение и техническое перевооружение основного капитала, а также на связанные с этим изменения оборотного капитала (экономическое определение). Различают инвестиции валовые и чистые, материальные, финансовые (портфельные), нематериальные; государственные и частные; надежные и рискованные; долгосрочные и краткосрочные.

При инвестировании необходимо сопоставлять затраты и доходы, возникающие в разное время. Для этого используется **дисконтирование** – процесс, обратный начислению сложных процентов. Дисконтирование – это специальный прием для соизмерения текущей (сегодняшней) и будущей ценности денежных сумм:

$$P_v = \frac{F_v}{(1+r)^t},$$

где P_v – текущая (дисконтированная) стоимость; F_v – будущая стоимость; r – ставка процента; t – число лет.

Промышленные и другие инвестиции имеют экономический смысл только в том случае, если годовой доход от них выше, чем

процент по банковским депозитам (вкладам), а тем более по всем другим активам, инвестирование которых связано с риском. Поэтому все инвестиционные проектные решения предварительно анализируются с помощью процедуры дисконтирования. Дисконтирование базируется на использовании ставки процента. При финансовом анализе за ставку дисконта (ставка процента для дисконтирования) берут типичный процент, под который фирма может занять финансовые средства:

$$P_v = \frac{F_v}{(1+r)^t} = \frac{100}{(1+0,1)^1} = \frac{100}{1,1} = 91.$$

По сути, она является величиной, обратной вычислению суммы сложных процентов на капитал. Упрощая, сделаем расчет на год по депозиту и дисконтированию. Сумма 91 руб. при 10 %, положенная в банк, через год превратится в 100 руб. Дисконтирование – процесс определения стоимости, которую нужно положить сегодня, чтобы получить при 10 % годовых через год 100 руб.

Инвестировать нужно только тогда, когда ожидаемые доходы будут выше, чем издержки, связанные с инвестициями. Решая задачу альтернативности вложений с целью получения наибольшего дохода, сравнивают вложения в банк и инвестиционный проект.

Хозяйственные субъекты дифференцируются по мотивам и по времени капиталовложений. Эти виды деятельности регулируются посредством предоставления займов (кредитов) на рынке денежного капитала. Денежный рынок имеет дело со специфическим товаром. Сам по себе он не является ресурсом, но без него (денежного капитала) невозможен ни один вид рыночной деятельности.

Прежде всего, деньги используются для приобретения факторов производства, чтобы начать предпринимательское дело. Денежный капитал, который вкладывается (инвестируется) в производство, называется **инвестиционным капиталом**. Прямо превратиться в инвестиции могут только собственные сбережения (например, семья покупает дом, используя свои денежные накопления). Чужие сбережения (заемные средства) могут стать капиталом инвестиционным, лишь пройдя через денежный рынок. На нем с помощью посредника (чаще всего банка) сбережения превращаются в финансовые активы, которые используются для покупки факторов производства.

В современных условиях функции денежного рынка расширились. Поэтому сегодня следует говорить о **финансовом рынке**. Он служит купле-продаже финансовых средств (финансовых активов), к которым относятся деньги и ценные бумаги, облигации, обладающие свойством

ликвидности, т.е. способностью трансформироваться в наличность. Спрос и предложение на финансовом рынке специфичны. На стороне спроса выступают только деньги, на стороне предложения – все финансовые активы (деньги, акции, облигации, векселя и др.).

Финансовый рынок ближе всего к модели совершенного рынка. Это его свойство раскрывается такими особенностями:

1) наличие многочисленных рыночных субъектов, нуждающихся в финансовых ресурсах;

2) спрос на однородный объект торговли – деньги;

3) свобода входа на рынок и выхода из него благодаря развитой системе банков и рынка ценных бумаг;

4) эффективная информационная база рынка. Ставка процента на денежном рынке как результат спроса и предложения денег является ориентиром и для курса ценных бумаг.

Отмечая особенности финансового рынка, следует подчеркнуть, что он наиболее чувствителен ко всем нарушениям в процессе производства и реализации и поэтому с достаточными основаниями рассматривается как индикатор всего рыночного хозяйства.

В современных условиях это наиболее четко выражает **фьючерсная биржа**, торговля на которой ведется **фьючерсными контрактами**. Фьючерс – купля-продажа будущих контрактов с фиксацией их сроков и цены. Основными субъектами фьючерсного рынка являются сегодня спекулянты, специализирующиеся на игре на повышение или понижение цены контракта на базе имеющейся у них информации, и так называемые хеджеры, которые занимаются страхованием ценовых рисков по поставке товаров в будущем. В результате фьючерсный рынок стимулирует все хозяйственные структуры к тому, чтобы ориентироваться на биржевые прогнозы.

Котировки биржевых цен – один из самых достоверных источников требующейся на фьючерсном рынке информации. Вместе с тем последним снижается риск неблагоприятных колебаний цен, поскольку он перекладывается на профессионалов-спекулянтов.

Особенность финансового рынка и в том, что с его помощью осуществляются тесные связи между различными рынками ресурсов.

5.4 Рынок земли. Рента. Цена земли

В экономической теории принято различать широкую и узкую трактовку фактора «земля». В узком смысле под фактором «земля» понимаются собственно земельные угодья. В широком понимании этого слова фактор «земля» означает все используемые в производственном процессе естественные ресурсы.

Земля – специфический хозяйственный ресурс, ценность которого постоянно возрастает в силу роста спроса на сельскохозяйственную продукцию и сокращения природных ресурсов в результате эрозии почв и использования их под промышленное и городское строительство. Земля не только ограниченный, но и невозпроизводимый фактор производства.

С использованием земли связано **землевладение** (признание права отдельного лица на определенный участок земли) и **землепользование** (использование земли в установленном обычае или законом порядке). Способы землепользования различны: прямое землепользование, издольщина, денежная аренда.

Ограниченность земли, ее невозпроизводимость и неподвижность обусловили стабильность **предложения земли** на рынке. Фиксированный характер предложения означает, что линия предложения земли абсолютно неэластична. Величина предложения находится под влиянием неэластичности спроса на продукты питания (рис. 5.6).

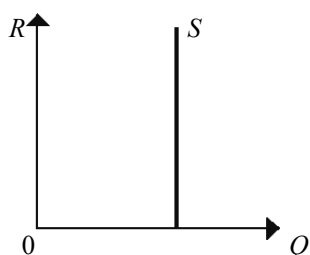


Рис. 5.6 Линия предложения земли

Спрос на землю ($D_{\text{общ}}$) включает сельскохозяйственный и не-сельскохозяйственный спрос. Сельскохозяйственный спрос ($D_{\text{сх}}$) на землю в условиях развитого рыночного хозяйства является производным от спроса на продовольствие, который складывается из спроса на продукцию растениеводства, животноводства и т.д. Не-сельскохозяйственный спрос ($D_{\text{нсх}}$) состоит из спроса на землю для строительства жилья, объектов инфраструктуры, из промышленного спроса и даже из инфляционного спроса на землю (рис. 5.7).

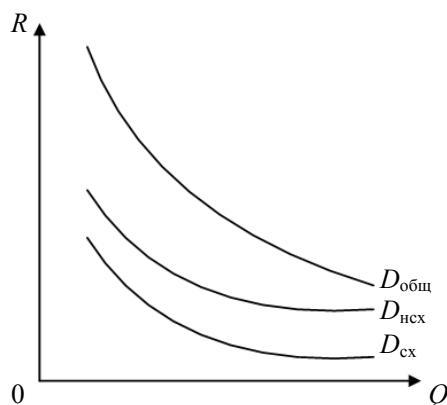


Рис. 5.7 Совокупный спрос на землю

Поскольку предложение земли совершенно неэластично (S), то спрос является единственным фактором, определяющим земельную ренту (рис. 5.8).

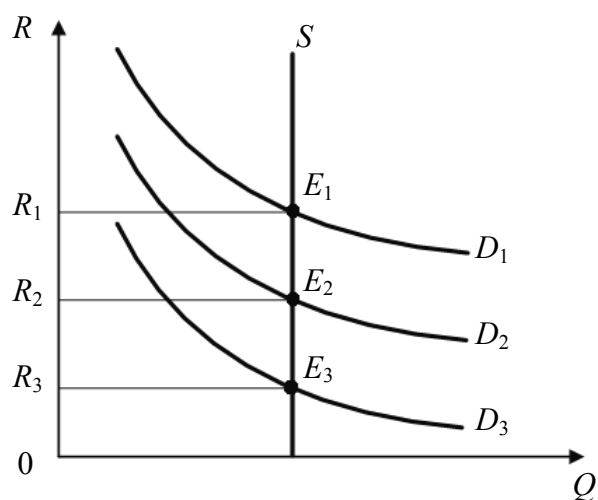


Рис. 5.8 Определение земельной ренты

Расширение (с D_2 до D_1) и сокращение (с D_2 до D_3) спроса на землю (рис. 5.8) приводит к значительным изменениям величины ренты (с R_2 до R_1 и с R_2 до R_3).

Экономическая рента – это доход не только от земли, но и от любого другого фактора, предложение которого ограничено. **Земельная рента** – частный случай экономической ренты. Понятие «экономическая рента» шире понятия «земельная рента». Экономическую ренту получают не только земельные собственники и землепользователи, но и звезды эстрады, известные актеры, выдающиеся спортсмены.

В экономической литературе различают **абсолютную** (или **праздную**) ренту (которую получают все собственники на землю независимо от ее качества), **дифференциальную ренту I и II**, **монопольную** и **экологическую ренты**, причины существования которых совершенно различны (рис. 5.9).

Виды ренты			
Абсолютная земельная рента	Дифференциальная земельная рента	Монопольная рента	Экологическая рента
Причины			
↓	↓	↓	↓
Монополия частной собственности на землю	Монополия на землю как объект хозяйствования	Ограниченность и невоспроизводимость земель особого качества	Различие экологических условий местностей

Рис. 5.9 Причины образования и виды ренты

В силу ограниченности земли обрабатываются не только лучшие и средние (по плодородию и местоположению), но и худшие земли. Цена на сельскохозяйственную продукцию определяется повышенными производственными затратами на худших земельных участках. Поэтому на лучших и средних по качеству землях в связи с меньшими затратами образуется **дифференциальная рента I**. Структура цены на сельскохозяйственную продукцию, произведенную на разных по качеству землях, представлена на рис. 5.10.

Лучшие земли	Издержки производства	Дифференциальная рента	Абсолютная рента
Средние земли	Издержки производства	Дифференциальная рента	Абсолютная рента
Худшие земли	Издержки производства		Абсолютная рента

Рис. 5.10 Структура цены на сельскохозяйственную продукцию

Дифференциальная рента II образуется в результате повышения экономического плодородия земли (внесения удобрений и др.) землепользователем и представляет собой разницу между рыночной ценой единицы продукции и индивидуальной ценой, которая понизилась в результате интенсификации хозяйства на арендованной земле.

Цена земли определяется путем капитализации ренты:

$$ЦЗ = \frac{R}{r'} \cdot 100 \%,$$

где ЦЗ – цена земли; R – рента; r' – норма банковского процента.

Цена земли определяется как сумма денег, которая при вложении в банк принесет доход в виде банковского процента, равный величине земельной ренты. Цена земли прямо зависит от величины ренты и обратно пропорциональна величине банковского процента.

От ренты следует отличать **арендную плату**, которая шире ренты, т.к. включает помимо ренты еще амортизацию на постройки и сооружения и процент на вложенный капитал. Арендная плата выступает как рыночная цена передачи права пользования землей и оказывает решающее воздействие на объемы спроса и предложения земли.

Основные понятия и категории

Факторы производства. Факторные рынки. Предложение ресурса. Предельные издержки ресурса. Спрос на ресурс. Предельный доход ресурса. Закон убывающей производительности ресурса. Ценовая эластичность спроса на ресурс. Неценовые детерминанты спроса на ресурс. Производный (зависимый) характер спроса на ресурс. Экономически эффективная технология производства. Рынок труда, спрос на труд. Индивидуальное и рыночное предложение труда. Эффект замещения и эффект дохода. Факторы изменения спроса и предложения труда. Равновесие на рынке труда. Безработица. Заработная плата: номинальная и реальная, повременная и сдельная. Системы заработной платы. Занятость. Государственное регулирование рынка труда. Капитал: основной и оборотный, физический и денежный. Спрос на капитал. Предложение капитала. Процентная ставка: номинальная и реальная. Ссудный процент. Инвестиции. Дисконтирование. Инвестиционный капитал. Финансовый рынок. Фьючерсная биржа. Фьючерсные контракты. Земля. Землевладение. Землепользование. Спрос на землю. Предложение земли. Рента. Экономическая рента. Земельная рента: абсолютная, дифференциальная I и II, монополия, экологическая. Цена земли. Арендная плата.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ (ЗАЧЕТУ)

1. Предмет, функции, структура, методы современной экономической теории. Экономические категории и экономические законы.
2. Безграничные потребности людей и ограниченность ресурсов общества. Свободные и экономические блага. Экономические ресурсы.
3. Проблема выбора и кривая производственных возможностей экономики. Альтернативные издержки.
4. Определение рынка. Основные вопросы экономики и их решение на основе функционирования рыночного механизма.
5. Основные функции рынка. Классификация рынков по различным критериям. Инфраструктура рынка.
6. Спрос: индивидуальный и рыночный. Закон спроса. Детерминанты спроса. Спрос и величина спроса. Функция спроса.
7. Эластичность спроса: виды, типы, показатели. Практическое использование эластичности спроса.
8. Предложение: индивидуальное и рыночное. Закон предложения. Детерминанты предложения. Эластичность предложения в различных временных периодах.
9. Конкуренция, ее виды и методы. Совершенная и несовершенная конкуренция.
10. Основные признаки и значение модели чистой конкуренции в экономической теории.
11. Характерные черты рынка чистой монополии. Естественная монополия. Монополия. Двусторонняя монополия.
12. Основные черты рынка олигополии. Виды олигополии. Входные барьеры. Лидерство в ценах, соглашения, традиции. Олигополия.
13. Характерные черты рынка монополистической конкуренции. Ценовая и неценовая конкуренция.
14. Издержки производства фирмы. Бухгалтерские и экономические издержки. Нормальная, бухгалтерская и экономическая прибыль.
15. Издержки производства фирмы в краткосрочном периоде. Постоянные и переменные издержки. Общие, средние и предельные издержки.
16. Деятельность фирмы и издержки ее производства в долгосрочном периоде. Положительный и отрицательный эффект масштаба производства.
17. Выбор оптимального объема производства фирмы, функционирующей на рынке чистой конкуренции, при различных критериях

ее деятельности методом сравнения валового дохода и валовых издержек.

18. Выбор оптимального объема производства фирмы, функционирующей на рынке чистой конкуренции, при различных критериях ее деятельности методом сравнения предельного дохода и предельных издержек.

19. Факторы производства (ресурсы) фирмы. Рынки факторов производства и их особенности.

20. Рынки капиталов: денежного и производительного. Ссудный капитал и ссудный процент. Дисконтирование будущего дохода.

21. Современный рынок труда и особенности его функционирования. Заработная плата, ее основные функции и формы. Номинальная и реальная заработная плата.

22. Земля как фактор производства. Рынок земли. Рента и ее виды. Цена земли. Арендная плата.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Цель и задачи контрольной работы

В соответствии с учебными планами студенты заочной формы обучения выполняют письменную контрольную работу по дисциплине «Экономическая теория».

Целью контрольной работы является проверка усвоения полученных знаний и умения студента применять основные положения курса при решении конкретных практических задач.

Выполнение контрольной работы призвано решить следующие **задачи**:

- расширить и систематизировать теоретические и практические знания по дисциплине «Экономическая теория»;
- овладеть навыками применения полученных знаний для решения конкретных практических задач.

Подготовка контрольной работы

Успешное выполнение контрольной работы во многом зависит от правильной организации самостоятельной работы студента.

Вариант контрольной работы выдается преподавателем. Вариант контрольной работы включает четыре задания. Выполнение задания 1 предполагает теоретический ответ на заданные вопросы. Выполнение заданий 2, 3 и 4 предполагает решение задач, построение графиков.

Номера заданий представлены ниже.

Таблица 1

Варианты и задания контрольной работы

Вариант	Задания				Вариант	Задания			
1	1.1	2.1	3.1	4.1	26	1.10	2.6	3.13	4.8
2	1.2	2.2	3.2	4.2	27	1.11	2.7	3.1	4.9
3	1.3	2.3	3.3	4.3	28	1.12	2.8	3.2	4.1
4	1.4	2.4	3.4	4.4	29	1.13	2.9	3.3	4.2
5	1.5	2.5	3.5	4.5	30	1.14	2.10	3.4	4.3
6	1.6	2.6	3.6	4.6	31	1.15	2.1	3.5	4.4
7	1.7	2.7	3.7	4.7	32	1.16	2.2	3.6	4.5
8	1.8	2.8	3.8	4.8	33	1.1	2.3	3.7	4.6
9	1.9	2.9	3.9	4.9	34	1.2	2.4	3.8	4.7
10	1.10	2.10	3.10	4.1	35	1.3	2.5	3.9	4.8
11	1.11	2.1	3.11	4.2	36	1.4	2.6	3.10	4.9
12	1.12	2.2	3.12	4.3	37	1.5	2.7	3.11	4.1

Продолжение табл. 1

13	1.13	2.3	3.13	4.4	3	1.6	2.8	3.12	4.2
14	1.14	2.4	3.1	4.5	39	1.7	2.9	3.13	4.3
15	1.15	2.5	3.2	4.6	40	1.8	2.10	3.1	4.4
16	1.16	2.6	3.3	4.7	41	1.9	2.1	3.2	4.5
17	1.1	2.7	3.4	4.8	42	1.10	2.2	3.3	4.6
18	1.2	2.8	3.5	4.9	43	1.11	2.3	3.4	4.7
19	1.3	2.9	3.6	4.1	44	1.12	2.4	3.5	4.8
20	1.4	2.10	3.7	4.2	45	1.13	2.5	3.6	4.9
21	1.5	2.1	3.8	4.3	46	1.14	2.6	3.7	4.1
22	1.6	2.2	3.9	4.4	47	1.15	2.7	3.8	4.2
23	1.7	2.3	3.10	4.5	48	1.16	2.8	3.9	4.3
24	1.8	2.4	3.11	4.6	49	1.1	2.9	3.10	4.4
25	1.9	2.5	3.12	4.7	50	1.2	2.10	3.11	4.5

Подготовка контрольной работы делится, как правило, на следующие этапы: подбор и изучение литературы по вопросам контрольной работы; выполнение заданий; оформление и представление контрольной работы на проверку.

Порядок оформления контрольной работы

Контрольная работа выполняется в соответствии с общими требованиями выполнения контрольных работ и содержит правильно оформленный титульный лист, поля, полный обстоятельный ответ на заданный вопрос или подробное описание хода решения задачи. Сокращение слов, замена общепринятых в экономической теории буквенных обозначений собственными не допускается.

Приступая к выполнению контрольной работы, необходимо ознакомиться с соответствующими темами курса и методическими указаниями, изучить учебную литературу.

Объем контрольной работы должен быть 10–12 страниц текста, напечатанного через полуторный интервал; шрифт Times New Roman, высота шрифта 14 пт. Бумага должна быть белого цвета формата А 4.

Абзацный отступ равен 1,25 пт. Текст работы набирается на одной стороне листа. Поля работы: с левой стороны – 30 мм; с правой стороны – 15 мм; сверху и снизу – 20 мм.

Все листы контрольной работы должны быть скреплены и сброшюрованы. Все страницы текста, кроме титульного, нумеруются арабскими цифрами (начиная с 2) в правой верхней части листа.

Титульный лист контрольной работы имеет единую форму и реквизиты для всех контрольных работ (приложение А).

Задания контрольной работы должны начинаться с новой страницы. Сначала печатается полный текст задания, потом дается обстоятельный ответ (приложение Б).

Таблицы и графики, используемые при выполнении контрольной работы, должны быть пронумерованы (нумерация по всей контрольной работе отдельно для таблиц и графиков) и иметь название (приложения В и Г).

Графики выполняются в строгом соответствии с числовыми значениями, содержащимися в задании или полученными в ходе расчетов (в системе Excel или на миллиметровой бумаге, наклеиваемой на лист).

В конце работы на последнем листе приводится список использованной литературы в алфавитном порядке (приложение Д).

Проверка контрольной работы

Законченная контрольная работа сдается на кафедру (ауд. 9-320), где регистрируется в соответствующем журнале и передается на проверку преподавателю.

Контрольная работа, в которой полно и всесторонне раскрыто теоретическое содержание задания 1 и правильно решены и объяснены задания 2, 3 и 4, допускается к защите в виде собеседования с преподавателем при сдаче экзамена (зачета).

Контрольная работа, в которой имеются небольшие погрешности или ошибки, возвращается студенту на доработку. Студент в конце работы добавляет дополнительные листы, обозначая «Работа над ошибками», и дорабатывает недочеты. С исправленной работой студент приходит на экзамен (зачет).

Контрольная работа, которая содержит большое количество замечаний, получает отметку «не зачтено». Такая работа должна быть полностью переписана и вновь сдана на регистрацию на кафедру для проверки преподавателем вместе с прежней работой.

Работа, не соответствующая общепринятым требованиям, на проверку не принимается.

Контрольная работа сдается до начала зачетно-экзаменационной сессии. Контрольные работы в период зачетно-экзаменационной сессии не проверяются, а студент не допускается к сдаче зачета или экзамена.

В случае, если студент испытывает затруднения при выполнении заданий контрольной работы, он может прийти на консультацию к преподавателю. График консультаций для студентов заочной формы обучения устанавливается по согласованию со студентами во время установочной сессии и вывешивается на доске «Информация» на кафедре (ауд. 9-320).

ЗАДАНИЯ К КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ

ЗАДАНИЕ 1

1.1 Принято считать, что рыночная организация хозяйства позволяет отлично справляться с известной триадой проблем: что, как и для кого производить. Объясните:

- а) как именно рыночная организация с этим справляется;
- б) почему даже в самых развитых странах есть проблемы, называемые «провалами рынка», т.е. проблемы, решить которые рынок не может;
- в) какими структурами и какими методами решаются проблемы, называемые «провалами рынка». Согласны ли вы с методами их решения или предлагаете какие-то другие методы? Сформулируйте ваше мнение в краткой форме.

1.2 Как известно, главным мотивом и стимулом предпринимательской деятельности в рыночной экономике выступает доход (прибыль). Зачастую погоню за прибылью не без оснований называют «борьбой фурий частного интереса», противоречащей общечеловеческой морали и нравственности. Почему, однако, не считают аморальным и безнравственным такие экономические результаты предпринимательства, как убыточность, нулевая прибыль, нерентабельность, отсутствие окупаемости затрат?

1.3 Что вы скажите о таком каламбуре, напечатанном на обложке одного из учебников по экономике: «Пчела собирает нектар отнюдь не для того, чтобы опылять цветы, она желает получить мед. В конечном счете она служит интересам цветов. То же самое происходит с предприятием...». Объясните, причем тут предприятие, фирма или экономика вообще.

1.4 Прокомментируйте следующее сравнение из американского учебника «Экономикс»: «Осел получает от своего хозяина то пинки, то вкусную морковку, чтобы тронуться с места. Подобно этому рыночная экономика распределяет прибыли и убытки между конкурентами, чтобы решить проблемы: что, как и для кого производить».

1.5 Принято считать, что только рыночная организация экономики создает специфические стимулы и принципы ведения хозяйства. К ним относятся, например, свобода выбора сферы приложения

труда или предпринимательской способности, свобода потребительского выбора при данных доходах, частный экономический интерес в любой сфере бизнеса, не запрещенной законом и др. Почему, на ваш взгляд, запрещались подобные стимулы и потенциалы в большинстве стран с командно-административной экономикой?

1.6 Экономической теорией и реальной коммерческой практикой доказана необходимость учитывать субъективные вкусы и предпочтения потребителей. Однако оказывается, что спрос прежде всего и напрямую зависит от уровня денежных доходов покупателей, т.е. от объективного, а не только субъективного фактора. Как вы объясните эту зависимость? Изобразите ее с помощью графика кривой изменяющегося спроса на товары.

1.7 Начертите график равновесного спроса и предложения на рынке некоего товара, укажите точку его равновесной цены. Объясните:

а) почему площадь на графике выше точки равновесной цены называют областью товарных излишков, и наоборот, площадь ниже этой точки – областью дефицитов;

б) какое влияние на спрос и предложение оказывает государственное регулирование цен. Изменения какого характера вызывает такое регулирование, появляется избыток или дефицит товаров? Аргументируйте свой ответ и проиллюстрируйте его на графике равновесия.

1.8 Экономическая теория доказывает, что налогообложение не нарушает законов спроса и предложения, т.е. механизма рыночного ценообразования. Однако применение налогов всегда повышает цену продаваемых товаров, следовательно, возникает тенденция сокращения продаж по возросшей цене. Так есть ли здесь нарушение законов спроса и предложения? Объясните и проиллюстрируйте на графике.

1.9 Назовите капиталоемкие и трудоемкие отрасли промышленности. Разъясните, почему предприниматели стараются заменить фактор производства труд на такой фактор производства, как капитал. Что является критерием принятия решения? В каких случаях такая замена будет считаться неэффективной? Подробно объясните.

1.10 В условиях совершенной конкуренции любая фирма в отрасли может приобрести больше факторов производства и произво-

доть больше продукции без воздействия на цену производимого товара. Проанализируйте ситуацию, когда **все** фирмы отрасли начнут покупать больше факторов производства. Как изменится ситуация на рынке? Как это отразится на предельной доходности факторов производства? Подробно проанализируйте ситуацию.

1.11 Как были связаны перспективы выживания различных отраслей народного хозяйства России в период затяжного экономического кризиса, сопровождающегося снижением доходов населения, с эластичностью спроса по доходу? Объясните перспективы развития отраслей с разными характеристиками эластичности: положительная и отрицательная, эластичная и неэластичная.

1.12 Если читать учебники по экономической теории, то можно узнать, что с ростом цен производители начинают предлагать к продаже все больше и больше товаров. Почему тогда после отпуска цен в начале 1992 г. прилавки не стали ломиться от товаров? Правы ли те, кто утверждает, что эти факторы свидетельствуют о неприемлемости для нашей страны западных принципов экономической теории? Что означает тогда принцип «при прочих равных условиях» закона предложения применительно к отечественной экономике?

1.13 Какую роль на рынке выполняет конкуренция? В чем состоит различие между совершенной и несовершенной конкуренцией? Почему существует такое понятие, как монополистическая конкуренция, ведь монополия противоположна конкуренции?

1.14 Охарактеризуйте основные производственные ресурсы общества. Если бы все люди, фирмы, правительства могли получить в любой момент столько денег, сколько они хотят, можно ли было бы утверждать, что существует ограниченность ресурсов? Свой ответ обоснуйте.

1.15 Охарактеризуйте основные признаки модели рынка чистой конкуренции. Рынок чистой конкуренции практически не существует. С какой целью они изучаются в экономической теории и почему им придается особое значение?

1.16 Назовите три (любых по вашему выбору) экономических закона, использующихся в микроэкономическом анализе. Объясните, какие взаимосвязи они отражают. Дайте их графическое изображение.

ЗАДАНИЕ 2

2.1 Таблица содержит данные о производственных возможностях экономики страны:

Производственные товары, тыс. шт.	Потребительские товары, тыс. шт.
10	95
40	35
0	100
20	85
50	0
30	65

Выполните задания:

- перестройте порядок расположения данных так, чтобы получить таблицу производственных возможностей экономики страны;
- по данным полученной таблицы постройте линию производственных возможностей и объясните ее расположение на графике;
- определите альтернативные издержки производства потребительских товаров для каждого интервала кривой производственных возможностей экономики и дополните этими данными таблицу в пункте «а»;
- объясните, какова и чем определяется динамика альтернативных издержек.

2.2 Следующая таблица содержит данные о производственных возможностях выпуска потребительских товаров и товаров производственного назначения в экономике страны:

Товары потребительские, млн. шт.	Товары производственного назначения, млн. шт.
10	80
40	20
0	100
20	60
50	0
30	40

Выполните задания:

- перестройте порядок расположения данных, приведите его в надлежащий вид и постройте график;

б) обозначьте точку H правее кривой производственных возможностей. Что показывает эта точка? Объясните, что должно произойти, прежде чем экономика сможет достичь уровня производства, который показывает точка H ;

в) определите альтернативные издержки производства товаров производственного назначения для каждого интервала кривой производственных возможностей экономики и дополните этими данными таблицу в пункте «а»;

г) объясните, какую закономерность вы заметили в динамике альтернативных издержек. Как она называется в экономической теории?

2.3 При полной занятости всех ресурсов в экономике страны можно одновременно произвести два товара: X (потребительский товар) и Y (производственный товар) в следующих комбинациях:

X , тыс. шт.	27	12	30	21	0
Y , тыс. шт.	2	6	0	4	8

Выполните задания:

а) составьте таблицу производственных возможностей экономики страны и постройте на графике линию производственных возможностей;

б) первоначально правительство данной страны запланировало выпустить 4 тыс. единиц товара Y и 21 тыс. единиц товара X . Впоследствии было решено выпустить 6 тыс. единиц товара Y и 12 тыс. единиц товара X . Определите альтернативные издержки такого решения правительства. Объясните, какими целями руководствовалось правительство, изменяя первоначальный план, и как это изменение отразится в будущем на производственных возможностях страны. Дайте графическое изображение.

2.4 Программист Петрова за час зарабатывает 200 руб. Ее мать на пенсии. В магазине «24 часа» около дома Петровой говядина продается по цене 250 руб. за 1 кг. На рынке, который работает в рабочее время Петровой и куда дорога составляет в оба конца 2 ч (проезд на автобусе с оплатой 15 руб. и на метро с оплатой 10 руб. в один конец), говядина стоит 150 рублей за 1 кг.

Определите:

а) при каком объеме покупки рационально приобретение более дешевой говядины для программиста Петровой;

б) при каком объеме покупки рационально приобретение более дешевой говядины для ее матери;

в) при каком объеме покупки рационально приобретение более дешевой говядины для программиста Петровой, если говядина будет стоить на рынке не 150, а 200 руб.

2.5 Программист Петрова за час зарабатывает 200 руб. Ее мать на пенсии. В магазине «24 часа» около дома Петровой говядина продается по цене 250 руб. за 1 кг. На рынке, который работает в рабочее время Петровой и куда дорога составляет в оба конца 2 ч (проезд на автобусе с оплатой 15 руб. и на метро с оплатой 10 руб. в один конец), говядина стоит 200 руб. за 1 кг.

Определите:

а) при каком объеме покупки рационально приобретение более дорогой говядины для программиста Петровой;

б) при каком объеме покупки рационально приобретение более дорогой говядины для ее матери;

в) при каком объеме покупки рационально приобретение более дорогой говядины для программиста Петровой, если говядина будет стоить на рынке не 200, а 150 руб.

2.6 Программист Петрова за час зарабатывает 200 руб. Ее мать на пенсии. В магазине «24 часа» около дома Петровой говядина продается по цене 200 руб. за 1 кг. На рынке, который работает в рабочее время Петровой и куда дорога составляет в оба конца 2 ч (проезд на автобусе с оплатой 15 руб. и на метро с оплатой 10 руб. в один конец), говядина стоит 150 руб. за 1 кг.

Определите:

а) при каком объеме покупки для программиста Петровой рационально приобретение как дорогой, так и дешевой говядины;

б) при каком объеме покупки рационально приобретение как дорогой, так и дешевой говядины для ее матери;

в) при каком объеме покупки для программиста Петровой рационально приобретение как дорогой, так и дешевой говядины, если говядина будет стоить на рынке не 150, а 110 руб.

2.7 Фирма изготавливает два вида теннисных ракеток, тратя на их производство по 300 и 200 руб. за штуку.

Выполните задания:

а) составьте таблицу производственных возможностей фирмы, если известно, что общие затраты на производство ракеток составляют 9 тыс. руб.;

б) покажите на графике, как изменится положение линии производственных возможностей фирмы, если она сократит свои затраты

на производство двух видов ракеток на одну треть. Объясните, какие последствия это будет иметь для фирмы.

2.8 В таблице приведены данные об изменении структуры производства в стране Австралия в условиях военного времени.

Варианты	Тракторы, тыс. шт.	Минометы, тыс. шт.	Альтернативные издержки производства одного миномета, шт.
1	7	0	
2	6	10	
3	5	19	
4	4	27	
5	3	34	
6	2	40	
7	1	45	
8	0	49	

Выполните задания:

а) заполните до конца таблицу, рассчитав альтернативные издержки производства одного миномета;

б) постройте на графике линию производственных возможностей экономики страны Австралия;

в) объясните, какие условия должны быть соблюдены, чтобы экономика страны Австралия описывалась параметрами точек на линии производственных возможностей;

г) покажите на графике смещение кривой производственных возможностей страны Австралия вследствие потери ею части своего производственного потенциала в ходе войны.

2.9 Домохозяйка тратит на стирку одной рубашки 15 мин, а на мытье окна 45 мин.

Выполните задания:

а) составьте таблицу производственных возможностей домохозяйки и графически изобразите линию ее производственных возможностей, если она занимается стиркой рубашек и мытьем окон 6 ч;

б) покажите на графике, как изменится линия производственных возможностей домохозяйки, если после мытья четырех окон она устала и последующие окна моет за 1 ч каждое. Объясните изменение линии производственных возможностей.

2.10 Домохозяйка тратит на стирку одной рубашки 10 мин, а на мытье окна 30 мин.

Выполните задания:

а) составьте таблицу производственных возможностей домохозяйки и графически изобразите линию ее производственных возможностей, если она занимается стиркой рубашек и мытьем окон 4 ч;

б) покажите на графике, как изменится линия производственных возможностей домохозяйки, если после мытья четырех окон она устала и последующие окна моет за 1 ч каждое. Объясните изменение линии производственных возможностей домохозяйки.

ЗАДАНИЕ 3

3.1 Продавец огурцов решил увеличить выручку от продаж товара, подняв цену с 5,5 руб. за 1 кг до 6,5 руб. При этом объем продаж за день упал с 200 до 140 кг. Удалось ли ему достичь поставленной цели и как это характеризует эластичность спроса на огурцы? Оправдано ли экономически повышение цены, если продавец закупает их оптом по 3,5 руб. за 1 кг. Означают ли полученные результаты, что при дальнейшем увеличении цены выручка и прибыль будут вести себя точно так же?

3.2 В июле 2002 г. продавцы газеты «Спид-инфо» решили проверить эластичность спроса на эту газету и снизили цену за номер с 18 до 15 руб. При этом количество проданных газет в день выросло с 200 до 240. Какова эластичность спроса на газету при таком изменении цены и как изменилась выручка от продаж? Оправдано ли экономически снижение цены, если продавец покупает газеты по 12 руб. за номер? Означают ли полученные результаты, что при дальнейшем уменьшении цены выручка и прибыль будут вести себя так же?

3.3 Продавец роз решил увеличить объем продаж путем снижения цены за цветок с 25 до 20 руб. При этом объем продаж изменился со 150 до 250 шт. в день. Что можно сказать об эластичности спроса на розы? Оправдано ли экономически снижение цены, если продавец закупает их оптом по 12 руб. за одну розу? Означают ли полученные результаты то, что при дальнейшем уменьшении цены выручка и прибыль будут вести себя точно так же?

3.4 Четыре дипломированных инженера-железнодорожника готовы работать по 8 ч в день, получая максимальную заработную плату. Иванов работает в министерстве, его оклад 3950 руб. в месяц; Петров – в НИИ, получая 2450 руб. в месяц; Сидоров на двух рабо-

тах по половине дня: преподавателем в техникуме – 1450 руб. в месяц (полставки) и продавцом книг с лотка – 4950 руб. в месяц (полставки); Козлов – безработный, получающий пособие 1450 руб. в месяц. Все они согласны перейти на другое место работы, даже если на нем будут платить ненамного больше.

Постройте кривую совокупного предложения услуг четырех инженеров-железнодорожников, отложив на горизонтальной оси количество часов работы в день (количество), а на вертикали – ежемесячную заработную плату (цену).

Ответьте на следующие вопросы:

1. Какую минимальную заработную плату должна установить железная дорога, если у нее появилась работа на 20 ч в день? Кто откликнется на это предложение?

2. Какую заработную плату должна установить железная дорога, если хочет отобрать лучших?

3.5 В качестве исходных данных используйте условия задачи 3.4, но с учетом изменений:

а) Петрову подняли оклад в НИИ до 3450 руб. в месяц;

б) Сидоров перестал преподавать в техникуме и перешел торговать книгами на полную ставку и полный рабочий день;

в) Иванова уволили по сокращению штата, и он стал получать такое же пособие по безработице, как и Козлов.

С учетом новой ситуации ответьте на вопросы 1 и 2 задания 3.4.

3.6 Летом 2007 г. четыре хозяйства Н-ского района готовились к продаже зерна государству. Хозяйство «Урожай» собиралось продать 10 тыс. т по цене 9 руб. за 1 кг; хозяйство «Луч» – 8 тыс. т по цене 11 руб. за 1 кг; «Звезда юга» – 5 тыс. т по цене 12 руб. за 1 кг и оставшиеся 7 тыс. т – бирже (по текущим ценам биржи 22 руб. за 1 кг зерна). Хозяйство «Изобилие» предполагало отказаться от государственных поставок и все выращенное зерно 10 тыс. т продать на бирже. Постройте кривую совокупного предложения зерна хозяйствами Н-ского района, отложив на горизонтальной оси количество предлагаемого зерна (объем), а на вертикальной – цену на него. Ответьте на следующие вопросы:

1. Какую цену на зерно должны предложить местные власти, если они хотят закупить 18 тыс. т зерна для обеспечения хлебом районного центра? Какие хозяйства продадут зерно?

2. Какую цену должны установить власти с тем, чтобы конкуренция шла по неценовым факторам: срок поставки, влажность зерна и т.п.?

3.7 Рассмотрите случай, представленный в задаче 3.6., но с изменившимися условиями:

а) хозяйство «Урожай» решает развернуть мясное животноводство и 5 тыс. т зерна не продавать, а использовать для собственных нужд;

б) из-за неожиданного града урожай в хозяйствах «Луч» и «Звезда юга» уменьшился в каждом на 1 тыс. т;

в) цена 1 кг зерна упала на бирже до 20 руб.

Учитывая изменившуюся ситуацию, ответьте на вопросы 1 и 2 задачи 3.6.

3.8 В городе К. работают четыре завода по переработке и упаковке молока. Завод № 1 закончил реконструкцию, установил новое производственное оборудование, которое позволяет ему предлагать ежедневно 10 тыс. пакетов молока ежедневно по цене 8 руб. за пакет. Завод № 2 располагает возможностями поставлять 8 тыс. пакетов в день по цене 10 руб. за пакет. На заводе № 3 стоят две линии мощностью по 5 тыс. пакетов день – старая и новая. Цена пакета со старой линии 12 руб., а с новой – 9 руб. Завод № 4 совсем старый и может производить только 8 тыс. пакетов в день по 13 руб. каждый.

Постройте кривую совокупного предложения расфасованного молока в городе К., откладывая по горизонтали количество пакетов, а по вертикали – цену пакета.

Ответьте на следующие вопросы:

1. Какие экономические процессы произойдут, если местные жители хотят покупать 25 тыс. пакетов в день? На какие действия это подтолкнет производителей молока?

2. Может ли так случиться, что в городе К. при спросе 25 тыс. пакетов в день будут покупать продукцию всех четырех заводов, и при каких условиях?

3.9 Рассмотрите условия задачи 3.8, но с изменившимися параметрами:

а) завод № 1 ввел техническое усовершенствование, позволяющее производить 12 тыс. пакетов в день по той же цене;

б) на заводе № 3 сломалась старая линия и действует только новая;

в) заводу № 2 удалось снизить себестоимость пакета молока до 9 руб. при той же производительности.

Ответьте на вопросы 1 и 2, поставленные в задаче 3.8.

3.10 Взаимосвязь между ценой товара и объемом его реализации выглядит следующим образом:

Цена, руб./шт.	10	9	8	7	6	5
Объем реализации, шт.	800	1000	1500	1800	2000	2200

Выполните задания:

- а) рассчитайте величину валовой выручки TR при различных ценах, а также величину предельного дохода MR (прирост выручки на единицу продукции) в данных интервалах;
- б) изобразите графически кривую валовой выручки TR продавца;
- в) изобразите на одном графике кривые сбыта товара D и предельного дохода продавца MR ;
- г) объясните, в каких интервалах спрос будет соответственно неэластичным и эластичным и почему.

3.11 Для регулирования лова рыбы из охраняемого озера местные власти приняли решение ограничить улов одного рыбака 10 кг рыбы и продавать лицензии, разрешающие такой улов. Озеро расположено вдали от транспортных магистралей, поэтому на рыбалку ходят только жители близлежащего села. Всего в нем живет 100 рыбаков, из них 20 готовы заплатить за лицензию 200 руб., 30 – 150 руб., 30 – 100 руб. и остальные – 20 могут себе позволить уплатить только 50 руб.

Выполните задания:

- а) постройте кривую совокупного спроса на лицензии среди местных жителей;
- б) объясните, что произойдет, если к продаже будет предложено 40 лицензий по 150 руб. или 90 лицензий по 80 руб.;
- в) определите, какую цену на лицензию должны установить власти, чтобы максимально ограничить вылов рыбы из озера и получить максимальную выручку от продажи лицензий;
- г) определите эластичность спроса на лицензии;
- д) объясните, что произойдет со спросом на лицензии, если через это село будет проложена железная дорога, по которой можно быстро доехать до областного центра. Покажите это на кривую совокупного спроса.

3.12 Определите денежную выручку, тип эластичности и коэффициент эластичности спроса, заполнив таблицу.

Показатели	Куртки		Автомобили		Магнитофоны	
	Цена единицы товара, руб.					
	40 тыс.	30 тыс.	50 млн	5 млн	500 тыс.	300 тыс.
Количество продаж, шт.	10	12	1	3	3	4
Денежная выручка, руб.						
Тип эластичности спроса						
Коэффициент эластичности						

3.13 Пусть в стране имеется пять крупных потребителей моторов для электропылесосов: четыре завода и ремонтные мастерские. Все они готовы оплачивать транспортные издержки за свой счет и покупать моторы по цене и в количестве, указанном ниже:

Заводы	Количество моторов, тыс. в год	Цена, руб. /шт.
№ 1	150	400
№ 2	200	350
№ 3	100	450
№ 4	250	300
Все ремонтные мастерские	100	500

Выполните задания:

а) составьте таблицу и постройте кривую совокупного спроса на моторы для электропылесосов в стране;

б) объясните, что произойдет, если к продаже будет предложено 400 тыс. моторов по цене 350 руб. и 550 моторов по цене 400 руб.;

в) определите, какое количество моторов должно производиться в стране, чтобы выручка от их продаж была максимальной;

г) определите эластичность спроса на моторы по цене;

д) объясните, что произойдет со спросом на электромоторы, если в результате снижения жизненного уровня в стране население сократит число покупаемых электропылесосов. Покажите эти изменения на кривой совокупного спроса.

ЗАДАНИЕ 4

4.1 Предприятие «Химия» решает освоить выпуск стирального порошка с использованием своего технологического оборудования. Экономистами завода было установлено, что издержки предприятия, включающие нормальную прибыль, будут колебаться в зависимости от объема производства следующим образом:

Объем производства, тыс. контейнеров/год	0	5	10	17,5	22,5	27,5	33,5
Общие издержки, млн руб./год	20	30	35	40	45	55	70

Выполните задания:

1. Рассчитайте и представьте в виде таблицы 1 общие валовые, общие постоянные и общие переменные издержки для каждого объема производства фирмы.

2. На основе данных таблицы 1 постройте график 1 кривых общих валовых, общих постоянных и общих переменных издержек производства стирального порошка предприятием «Химия» в зависимости от годового объема производства, отложив на горизонтальной оси объем, а на вертикальной – издержки (всего на графике 1 должны быть три кривые).

3. На основе полученной в таблице 1 информации рассчитайте и представьте в виде таблицы 2 следующие виды издержек производства: средние общие, средние постоянные, средние переменные и предельные издержки производства одного контейнера стирального порошка для каждого объема его производства.

4. Постройте новый график (график 2), отражающий связь издержек производства одного контейнера стирального порошка с объемами его производства и включающий кривые средних общих, средних постоянных, средних переменных и предельных издержек производства (всего на графике 2 должны быть четыре кривые; откладывайте на графике 2 объем по горизонтальной оси в том же масштабе, что и на графике 1, издержки – на вертикальной оси).

5. На основе построенных графиков 1 и 2 проведите анализ и ответьте на вопросы:

а) При каком объеме производства общие издержки производства одного контейнера стирального порошка снижались, а при каком они стали расти? С какими явлениями это может быть связано?

б) При каком объеме производства фирма «Химия» будет производить стиральный порошок с наименьшими издержками?

в) Выгодно ли предприятию «Химия» увеличивать производство до 30 тыс. контейнеров в год, продавая их по 1400 руб.?

г) Да какого уровня может упасть рыночная цена контейнера стирального порошка, чтобы предприятие «Химия» не оказалось банкротом (при условии, что в это время оборудование не потребует обновления)? Сколько контейнеров стирального порошка будет производить предприятие «Химия» в этих критических условиях?

д) На графике 2 постройте кривую индивидуального предложения стирального порошка предприятием «Химия» (в условиях свободной конкуренции) и объясните ее расположение. На каком уровне установится цена одного контейнера стирального порошка в том случае, если этот рынок совершенно конкурентный?

4.2 Предприятие «Химия» решает освоить выпуск стирального порошка с использованием своего технологического оборудования. Экономистами завода было установлено, что издержки предприятия, включающие нормальную прибыль, будут колебаться в зависимости от объема производства следующим образом:

Объем производства, тыс. контейнеров/год	0	5	10	17,5	22,5	27,5	33,5
Общие издержки, млн руб./год	20	30	35	40	45	55	70

Выполните задания:

1. Рассчитайте и представьте в виде таблицы 1 общие валовые, общие постоянные и общие переменные издержки для каждого объема производства фирмы.

2. На основе данных таблицы 1 постройте график 1 кривых общих валовых, общих постоянных и общих переменных издержек производства стирального порошка предприятием «Химия» в зависимости от годового объема производства, отложив на горизонтальной оси объем, а на вертикальной – издержки (всего на графике 1 должны быть три кривые).

3. На основе полученной в таблице 1 информации рассчитайте и представьте в виде таблицы 2 следующие виды издержек производства: средние общие, средние постоянные, средние переменные и предельные издержки производства одного контейнера стирального порошка для каждого объема его производства.

4. Постройте новый график (график 2), отражающий связь издержек производства одного контейнера стирального порошка с объемами его производства и включающий кривые средних общих, средних постоянных, средних переменных и предельных издержек производства (всего на графике 2 должны быть четыре кривые; откладываете на графике 2 объем по горизонтальной оси в том же масштабе, что и на графике 1, издержки – на вертикальной оси).

5. Проанализируйте, какое влияние на предприятие «Химия» и на рынок стирального порошка окажет тот факт, что этому предпри-

ятию одному из всех производителей удастся вдвое сократить постоянные издержки, установив современное оборудование:

а) рассчитайте и представьте в виде таблицы 3 общие валовые, общие постоянные и общие переменные издержки для каждого объема производства фирмы при новом условии;

б) на основе данных таблицы 3 постройте график 3 кривых общих валовых, общих постоянных и общих переменных издержек производства стирального порошка предприятием «Химия» в зависимости от годового объема производства при новом условии. Соотнесите график 3 с графиком 1 и покажите, как изменилось конкурентное положение предприятия «Химия» на рынке стирального порошка;

в) на основе полученной в таблице 3 информации рассчитайте и представьте в виде таблицы 4 следующие виды издержек производства: средние общие, средние постоянные, средние переменные и предельные издержки производства одного контейнера стирального порошка для каждого объема его производства;

г) постройте новый график (график 4), отражающий связь издержек производства одного контейнера стирального порошка с объемами его производства и включающий кривые средних общих, средних постоянных, средних переменных и предельных издержек производства при новых условиях. Соотнесите график 4 с графиком 2 и покажите, как изменилось конкурентное положение предприятия «Химия» на рынке стирального порошка;

д) объясните, что произойдет, если в условиях свободной конкуренции эту технологию внедрят все остальные предприятия-производители.

4.3 Фирма «Лакомка» решает начать производство мороженого на своей технологической линии. При этом согласно предварительному анализу издержки фирмы, включающие нормальную прибыль, будут колебаться в зависимости от объема производства следующим образом:

Объем производства, тыс. ящиков / мес.	0	10	20	35	45	55	65
Общие издержки, млн руб./мес.	2	3	3,5	4	4,5	5,5	7

Выполните задания:

1. Рассчитайте и представьте в виде таблицы 1 общие валовые, общие постоянные и общие переменные издержки для каждого объема производства фирмы.

2. На основе данных таблицы 1 постройте график 1 кривых общих валовых, общих постоянных и общих переменных издержек производства мороженого фирмы «Лакомка» в зависимости от ежемесячного объема производства, отложив на горизонтальной оси объем, а на вертикальной – издержки (всего на графике 1 должны быть три кривые).

3. На основе полученной в таблице 1 информации рассчитайте и представьте в виде таблицы 2 следующие виды издержек производства мороженого: средние общие, средние постоянные, средние переменные и предельные издержки для каждого объема его производства.

4. Постройте новый график (график 2), отражающий зависимость издержек производства одного ящика мороженого от объема производства и включающий кривые средних общих, средних постоянных, средних переменных и предельных издержек производства (всего на графике 2 должны быть четыре кривые; откладываете на графике 2 объем по горизонтальной оси в том же масштабе, что и на графике 1, издержки – на вертикальной оси).

5. На основе построенных графиков 1 и 2 проведите анализ и ответьте на вопросы:

а) При каком объеме производства общие издержки производства одного ящика мороженого снижались, а при каком они стали расти? С какими явлениями это может быть связано?

б) При каком объеме производства фирма «Лакомка» сможет производить мороженое при самых низких издержках?

в) Выгодно ли фирме «Лакомка» увеличивать производство до 60 тыс. ящиков мороженого в месяц, продавая их по 120 руб.?

г) До какого уровня может упасть рыночная цена ящика мороженого, чтобы фирма «Лакомка» не оказалась сразу банкротом (при условии, что в это время оборудование не потребует обновления)? Какое количество ящиков мороженого будет производить фирма «Лакомка» в этих критических условиях?

д) На графике 2 постройте кривую индивидуального предложения мороженого фирмой «Лакомка» (в условиях свободной конкуренции) и объясните ее расположение. На каком уровне установится цена одного ящика мороженого в том случае, если этот рынок совершенно конкурентный?

4.4 Фирма «Лакомка» решает начать производство мороженого на своей технологической линии. При этом согласно предварительному анализу издержки фирмы, включающие нормальную прибыль,

будут колебаться в зависимости от объема производства следующим образом:

Объем производства, тыс. ящиков / мес.	0	10	20	35	45	55	65
Общие издержки, млн руб./мес.	2	3	3,5	4	4,5	5,5	7

Выполните задания:

1. Рассчитайте и представьте в виде таблицы 1 общие валовые, общие постоянные и общие переменные издержки для каждого объема производства фирмы.

2. На основе данных таблицы 1 постройте график 1 кривых общих валовых, общих постоянных и общих переменных издержек производства мороженого фирмы «Лакомка» в зависимости от ежемесячного объема производства, отложив на горизонтальной оси объем, а на вертикальной – издержки (всего на графике 1 должны быть три кривые).

3. На основе полученной в таблице 1 информации рассчитайте и представьте в виде таблицы 2 следующие виды издержек производства мороженого: средние общие, средние постоянные, средние переменные и предельные издержки для каждого объема его производства.

4. Постройте новый график (график 2), отражающий зависимость издержек производства одного ящика мороженого от объема производства и включающий кривые средних общих, средних постоянных, средних переменных и предельных издержек производства (всего на графике 2 должны быть четыре кривые; откладываете на графике 2 объем по горизонтальной оси в том же масштабе, что и на графике 1, издержки – на вертикальной оси).

5. Проанализируйте, какое влияние на фирму «Лакомка» и на рынок мороженого окажет тот факт, что этой фирме одной из всех производителей удастся вдвое сократить постоянные издержки, установив современное оборудование:

а) рассчитайте и представьте в виде таблицы 3 общие валовые, общие постоянные и общие переменные издержки для каждого объема производства фирмы при новом условии;

б) на основе данных таблицы 3 постройте график 3 кривых общих валовых, общих постоянных и общих переменных издержек производства мороженого фирмой «Лакомка» в зависимости от ежемесячного объема производства при новом условии. Соотнесите график 3 с графиком 1 и покажите, как изменилось конкурентное положение фирмы «Лакомка» на рынке мороженого;

в) на основе полученной в таблице 3 информации рассчитайте и представьте в виде таблицы 4 следующие виды издержек производства: средние общие, средние постоянные, средние переменные и предельные издержки производства одного ящика мороженого для каждого объема его производства;

г) постройте новый график (график 4), отражающий связь издержек производства одного ящика мороженого с объемами его производства и включающий кривые средних общих, средних постоянных, средних переменных и предельных издержек производства при новых условиях. Соотнесите график 4 с графиком 2 и покажите, как изменилось конкурентное положение фирмы «Лакомка» на рынке мороженого;

д) объясните, что произойдет, если в условиях свободной конкуренции эту технологию внедрят все остальные фирмы-производители.

4.5 Фирма «Старт» провела анализ возможностей производства сигарет на собственной технологической линии. При этом издержки фирмы, включающие нормальную прибыль, в зависимости от различного объема производства составят:

Объем производства, тыс. упаковок / мес.	0	2	4	7	9	11	13
Общие издержки, млн руб./мес.	4	6	7	8	9	11	14

Выполните задания:

1. Рассчитайте и представьте в виде таблицы 1 общие валовые, общие постоянные и общие переменные издержки для каждого объема производства фирмы.

2. На основе данных таблицы 1 постройте график 1 кривых общих валовых, общих постоянных и общих переменных издержек производства сигарет фирмы «Старт» в зависимости от ежемесячного объема производства, отложив на горизонтальной оси объем, а на вертикальной – издержки (всего на графике 1 должны быть три кривые).

3. На основе полученной в таблице 1 информации рассчитайте и представьте в виде таблицы 2 следующие виды издержек производства одной упаковки сигарет: средние общие, средние постоянные, средние переменные и предельные издержки для каждого объема производства.

4. Постройте новый график (график 2), отражающий зависимость издержек производства одной упаковки сигарет от объема производства и включающий кривые средних общих, средних постоянных,

янных, средних переменных и предельных издержек производства (всего на графике 2 должны быть четыре кривые; откладываете на графике 2 объем по горизонтальной оси в том же масштабе, что и на графике 1, издержки – на вертикальной оси).

5. На основе построенных графиков 1 и 2 проведите анализ и ответьте на вопросы:

а) При каком объеме производства общие издержки производства одной упаковки сигарет снижались, а при каком они стали расти? С какими явлениями это может быть связано?

б) При каком объеме производства фирма «Старт» сможет производить сигареты при самых низких издержках?

в) Выгодно ли фирме «Старт» увеличивать производство до 12 тыс. упаковок сигарет в месяц, продавая их по 1200 руб.?

г) До какого уровня может упасть рыночная цена упаковки сигарет, чтобы фирма «Старт» не оказалась сразу банкротом (при условии, что не требуется капитального ремонта оборудования)? Какое количество упаковок сигарет в этих критических условиях будет производить фирма «Старт»?

д) На графике 2 постройте кривую индивидуального предложения сигарет фирмой «Старт» (в условиях свободной конкуренции) и объясните ее расположение. На каком уровне установится цена одной упаковки сигарет в том случае, если этот рынок сигарет совершенно конкурентен?

4.6 Фирма «Старт» провела анализ возможностей производства сигарет на собственной технологической линии. При этом издержки фирмы, включающие нормальную прибыль, в зависимости от различного объема производства составят:

Объем производства, тыс. упаковок / мес.	0	2	4	7	9	11	13
Общие издержки, млн руб./мес.	4	6	7	8	9	11	14

Выполните задания:

1. Рассчитайте и представьте в виде таблицы 1 общие валовые, общие постоянные и общие переменные издержки для каждого объема производства фирмы.

2. На основе данных таблицы 1 постройте график 1 кривых общих валовых, общих постоянных и общих переменных издержек производства сигарет фирмы «Старт» в зависимости от ежемесячного объема производства, отложив на горизонтальной оси объем, а на вертикальной – издержки (всего на графике 1 должны быть три кривые).

3. На основе полученной в таблице 1 информации рассчитайте и представьте в виде таблицы 2 следующие виды издержек производства одной упаковки сигарет: средние общие, средние постоянные, средние переменные и предельные издержки для каждого объема производства.

4. Постройте новый график (график 2), отражающий зависимость издержек производства одной упаковки сигарет от объема производства и включающий кривые средних общих, средних постоянных, средних переменных и предельных издержек производства (всего на графике 2 должны быть четыре кривые; откладывая на графике 2 объем по горизонтальной оси в том же масштабе, что и на графике 1, издержки – на вертикальной оси).

5. Проанализируйте, какое влияние на фирму «Старт» и на рынок сигарет окажет тот факт, что этой фирме одной из всех производителей удастся вдвое сократить постоянные издержки, установив современное оборудование:

а) рассчитайте и представьте в виде таблицы 3 общие валовые, общие постоянные и общие переменные издержки для каждого объема производства фирмы при новом условии;

б) на основе данных таблицы 3 постройте график 3 кривых общих валовых, общих постоянных и общих переменных издержек производства сигарет фирмой «Старт» в зависимости от ежемесячного объема производства при новом условии. Соотнесите график 3 с графиком 1 и покажите, как изменилось конкурентное положение фирмы «Старт» на рынке сигарет;

в) на основе полученной в таблице 3 информации рассчитайте и представьте в виде таблицы 4 следующие виды издержек производства: средние общие, средние постоянные, средние переменные и предельные издержки производства одной упаковки сигарет для каждого объема производства;

г) постройте новый график (график 4), отражающий связь издержек производства одной упаковки сигарет с объемами производства и включающий кривые средних общих, средних постоянных, средних переменных и предельных издержек производства при новых условиях. Соотнесите график 4 с графиком 2 и покажите, как изменилось конкурентное положение фирмы «Старт» на рынке сигарет;

д) объясните, что произойдет, если в условиях свободной конкуренции эту технологию внедрят все остальные фирмы-производители.

4.7 В одном из кварталов новостроек Москвы фирма «Успех» решила установить кабельное телевидение. Стоимость комплекса

аппаратуры, который полностью изнашивается в течение пяти лет эксплуатации, составляет 1 млн руб. Этот комплекс может обеспечить передачами 5 тыс. квартир. Для обслуживания комплекса требуются пять человек, которые согласны получать по 10 тыс. руб. в месяц. Прокат видеокассет и все другие текущие расходы, необходимые для функционирования комплекса, составляют 20 тыс. руб. в месяц. Фирма «Успех» при всех этих условиях будет уплачивать фиксированные налоги в сумме 500 тыс. руб. в год.

Ответьте на вопросы:

1. При какой минимальной ежегодной абонентной плате будет возможно нормальное функционирование комплекса при его полной загрузке, с тем чтобы покрыть затраты и уплатить налоги?

2. При какой абонентной плате (при условии полной загрузки комплекса) фирме «Успех» будет экономически выгодно вкладывать деньги в кабельное телевидение, если первоклассный банк выплачивает 20 % годовых по депозитному вкладу сроком на пять лет?

3. При какой абонентной плате (при условии полной загрузки комплекса) фирме «Успех» будет экономически выгодно вкладывать деньги в кабельное телевидение, если, для того чтобы начать это дело, фирма должна будет взять в банке кредит в размере 1 млн руб. сроком на один год под 30 % годовых?

4. Какова будет экономическая прибыль фирмы «Успех» (при условии полной загрузки комплекса), если она установит абонентную плату 500 руб. в год (примите во внимание скрытые издержки, указанные в вопросе 2 этой задачи)?

5. Пусть из 5000 семей, проживающих в квартале, 500 семей могут позволить себе расходовать на кабельное телевидение 800 руб./год, 500 – 750 руб., 500 – 700 руб., 500 – 650 руб., 500 – 600 руб., 500 – 550 руб., 500 – 500 руб., 500 – 450 руб., 500 – 400 руб. и 500 – 350 руб./год. Постройте кривую совокупного спроса на услуги кабельного телевидения в этом квартале. Определите эластичность спроса по каждому уровню цен.

Определите цену, при которой фирма «Успех» получит максимальную прибыль (без учета скрытых издержек). Сколько семей при этих условиях будут пользоваться услугами кабельного телевидения?

6. Объясните, как повлияет на кривую совокупного спроса на услуги кабельного телевидения появление дополнительных бесплатных российских каналов, транслирующих художественные фильмы и спортивные программы? Что произойдет с ценами, которые устанавливает фирма «Успех»? Как это повлияет на удовлетворение потребности жителей квартала в услугах телевидения?

4.8 «Сервис-авто» решает вложить деньги в строительство и эксплуатацию гаража для личных автомобилей жителей отдаленного московского микрорайона. Сметная стоимость строительства такого гаража, рассчитанного на 10000 автомобилей, составляет 200 млн руб. в год. Расчетный срок эксплуатации гаража до его полного износа составляет 20 лет. Для охраны, уборки и текущего ремонта гаража требуется нанять 20 человек, каждый из которых согласен получать по 5 тыс. руб. в месяц. Кроме того, фирма «Сервис-авто» должна будет выплачивать ежегодно 1 млн руб. в виде других накладных расходов и расходов на услуги сторонних организаций и 2 млн руб. в год в виде платы за землю и других фиксированных налогов.

Ответьте на следующие вопросы:

1. При какой минимальной ежегодной абонентной плате будет возможно нормальное функционирование гаража при его полной загрузке, с тем чтобы покрыть затраты и уплатить налоги?

2. При какой абонентной плате (при условии полной загрузки гаража) фирме «Сервис-авто» будет экономически выгодно вкладывать деньги в строительство и эксплуатацию гаража, если первоклассный банк выплачивает 15 % годовых по депозитному вкладу сроком на пять лет?

3. При какой абонентной плате (при условии полной загрузки гаража) фирме «Сервис-авто» будет экономически выгодно вкладывать деньги в строительство и эксплуатацию гаража, если для этого ей необходимо будет взять в банке кредит в размере 200 млн руб. сроком на 1 год под 25 % годовых?

4. Какова будет экономическая прибыль фирмы «Сервис-авто» (при условии полной загрузки гаража), если она установит абонентную плату в размере 2000 руб. в год (примите во внимание скрытые издержки, указанные в вопросе 2 этой задачи).

5. Пусть в микрорайоне проживает 10 тыс. семей, которых имеются автомобили. Из них 1000 семей могут позволить себе тратить на стоянку автомобиля в гараже 5000 руб./год, 1000 – 4600 руб., 1000 – 4300 руб., 1000 – 4000 руб., 1000 – 3700 руб., 1000 – 3400 руб., 1000 – 3100 руб., 1000 – 2800 руб., 1000 – 2500 руб. и 1000 – 2000 руб./год.

Постройте кривую совокупного спроса на услуги гаража в этом микрорайоне. Определите эластичность спроса по каждому уровню цен. Определите ту цену, при которой фирма «Сервис-авто» получит максимальную прибыль (без учета скрытых издержек). Сколько семей при этих условиях будут пользоваться услугами гаража фирмы «Сервис-авто»?

4.9 Фирма «Риск», расположенная в одном из курортных городов на побережье Крыма, решает вложить деньги в производство и продажу футболок с изображением герба города отдыхающим здесь туристам, для чего необходимо закупить специальное оборудование, наносящее рисунок на готовые одноцветные футболки. Стоимость комплекта оборудования и палатки для продажи футболок в оживленном месте города, имеющих срок износа 10 лет, составляет 10 млн руб. Футболки без рисунка и необходимые краски можно закупать оптом, что будет стоить 150 руб. в расчете на одно изделие. Для работы на оборудовании и продажи футболок необходимо нанять пять человек, выплачивая им по 10 тыс. руб. в месяц. Кроме того, фирма «Риск» должна будет выплачивать ежегодно 500 тыс. руб. в виде фиксированных налогов и столько же в виде накладных расходов и за услуги сторонних организаций. Максимальная ежегодная производительность оборудования – 150 тыс. футболок в год. Одновременно город может принять 25 тыс. отдыхающих (из них 15 тыс. – в домах отдыха и пансионатах и 10 тыс. – в частном секторе).

Ответьте на вопросы:

1. Сколько футболок по цене 200 и 250 руб. за штуку необходимо ежегодно производить и продавать фирме «Риск», чтобы окупать функционирующее оборудование и уплачивать налоги?

2. Каковы скрытые издержки вложения денег в производство и продажу футболок, если первоклассный банк выплачивает 20 % годовых по депозитному вкладу на пять лет?

3. Какую минимальную цену должна будет установить на свои футболки фирма «Риск» (при условии, что она продает все производимые футболки и оборудование, работает на полную мощность), если для того чтобы начать дело, ей нужно будет привлечь кредит 80 % годовых? Реально ли в этих условиях обеспечить производство и сбыт футболок?

4. Какова будет экономическая прибыль фирмы «Риск» при условии производства и продажи 100 тыс. футболок по цене 220 руб. за штуку (примите во внимание скрытые издержки, указанные во втором вопросе этой задачи).

5. Пусть в июне в городе отдыхает 20 тыс. человек (10 тыс. человек – организовано, 10 тыс. человек – в частном секторе). Половину отдыхающих не устраивает качество футболок, и они не хотят их покупать. Из остальных отдыхающих 1000 человек могут позволить себе приобрести футболки фирмы «Риск» по 390 руб. за штуку, 1000 – по 370 руб., 1000 – по 350 руб., 1000 – по 330 руб., 1000 – по 310 руб., 1000 – по 300 руб., 1000 – по 290 руб., 1000 – по 270 руб.,

1000 – по 250 руб. и 1000 – по 190 руб. за штуку. Постройте кривую совокупного спроса на футболки фирмы «Риск» в июне. Определите эластичность спроса. Определите цену, при которой фирма «Риск» получит максимальную выручку за произведенные и проданные футболки. Все ли из отдыхающих, кто желал, в этих условиях увезут на память футболку фирмы «Риск»?

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ АУДИТОРНОЙ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ (ВНЕАУДИТОРНОЙ) РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Как правильно работать на лекциях

Лекция – это процесс, в котором лектор (преподаватель) и аудитория находятся в состоянии творческой активности и непрерывной деятельности. Слушать вузовскую лекцию не столь легкое и простое дело. Это, скорее, искусство уметь слушать и воспринимать 90–180 мин подряд, не теряя нити повествования. При этом требуется запоминать, следить за ходом рассуждений, быстро изучать демонстрационный материал (формулы, рисунки, графики) на доске или экране, вести необходимые записи и зарисовки.

Самое сложное и важное для студента-слушателя – обязать себя, порой через силу, активно воспринимать устную речь лектора и уметь перестраиваться, т.к. у всех преподавателей различная манера подачи материала, и сами темы лекций тоже неоднозначны. Какие-то из тем могут подаваться живо и просто, убедительно и свободно, а иные требуют представления значительного объема ценной, но сухой, бесстрастной информации, что затрудняет восприятие на слух и конспектирование. Такие ситуации подчас вызывают у студентов заведомо ошибочные оценки лекций и деление их на «интересные» и «неинтересные». Студенту надлежит сразу, с первого курса, ориентироваться на установки «надо» и «через не хочу» и учиться заставлять себя слушать и конспектировать любую лекцию, даже на первый взгляд скучную.

Лекция «материализуется» в конспекте, т.е. в своеобразном продукте самостоятельной работы студента. От того, насколько высоко качество этого продукта, зависит и глубина понимания изучаемого материала, и характер ответов на экзаменах, а следовательно, уверенность в собственных возможностях, способностях, умениях.

В связи с ограниченным количеством часов, выделяемых на лекции студентам заочной формы обучения, в данном учебно-методическом пособии представлен конспект лекций, который может служить основой для изучения дисциплины «Экономическая теория», часть 1 – «Микроэкономика». Это позволяет преподавателю читать обзорные лекции, ссылаясь на имеющийся лекционный материал. При этом студенту следует вести записи обзорных лекций с тем, чтобы в дальнейшем лучше самостоятельно усваивать лекционный материал.

Работа с литературой в библиотеке

С первых дней своего пребывания в вузе студенту приходится постоянно обращаться в библиотеку.

Библиотеки высших учебных заведений называются учебными, доступ в них открыт для всех студентов университетов, а специальные книжные фонды (учебные и научные) предназначены для того, чтобы они могли написать хорошую контрольную работу, подготовиться к экзамену (зачету).

Любая библиотека имеет **абонемент**, где студент получает книги на дом, и **читальный** зал для проработки изданий на месте.

Для поиска требуемого на абонементе имеется **алфавитный и систематический каталоги, алфавитно-предметный указатель**.

В справочно-библиографическом отделе библиотеки (корпус № 7) кроме этих каталогов действует **электронная картотека статей** из периодической печати, которую выписывает университетская библиотека, а также все другие библиотеки России.

В **алфавитном каталоге** сведения о книгах расположены исключительно по фамилиям их авторов или по названиям.

Систематический каталог так называется потому, что карточки в нем размещены по определенной **системе**, с учетом отраслей знаний. Названия здесь сгруппированы по рубрикам, по **системе** дисциплин.

Прежде чем вести поиск книги следует определиться с тем, какие существуют книги, ведь их великое множество, и они имеют четкую информационную и целевую направленность.

Здесь вам поможет наука библиография, т.е. книгописание, которая различает следующие виды изданий.

Официальные издания публикуются от имени государства и его органов; это материалы законодательного, нормативного или директивного характера. К ним относятся: тексты законов, постановления и распоряжения правительства, приказы и инструкции различных ведомств, государственные стандарты.

Подобные тексты, исследуемые и используемые в студенческих работах, называются **источниками** (их картотека имеется в читальном зале библиотеки).

Научные издания – издания, предназначенные для научной работы и содержащие теоретические, экспериментальные сведения об исследованиях.

Они могут публиковаться в форме:

- монографий;
- научных статей в журналах или в научных сборниках;
- материалах научных конференций.

Монография – научное издание в виде книги. В ней содержится всестороннее исследование какой-то одной проблемы. Монографию могут написать один или несколько авторов, она трудна для восприятия, в ней обязательно присутствуют сложные термины, формулы, графики; она предназначена для специалиста, т.е. для того, кто уже имеет базовые, фундаментальные знания по излагаемому.

Статья – научно-популярное тезисное изложение какой-либо проблемы, идеи или точки зрения по вопросу в журнале, сборнике, обычно одного или нескольких авторов. Статьи всегда актуальны, лаконичны и не столь сложны для понимания, как монографии.

Материалы научных конференций – сборники тезисов докладов, выступлений или сообщений ведущих ученых, научных работников, аспирантов, иногда студентов старших курсов по насущным вопросам и проблемам. По форме и содержанию они похожи на статьи, но отличаются еще большей краткостью и сжатостью подачи сведений. Ценность этих изданий состоит в том, что они публикуются практически в то же время, когда проводятся конференции.

Экономические журналы. Приведем наиболее известные из них:

- «Вопросы экономики»;
- «Российский экономический журнал»;
- «Экономика и общество»;
- «Мировая экономика и международные отношения» (МЭиМО);
- «Деньги и кредит»;
- «Эксперт»;
- «Человек и труд»;
- «ЭКО»;
- «Экономист»;
- «Российский внешнеэкономический вестник»;
- «Бизнес и банки»;
- «Проблемы прогнозирования»;
- «Вопросы статистики»;
- «Финансы» и т.д.

Учебная литература подразделяется на следующие виды:

– учебные издания (учебники, учебные пособия, тексты лекций) – наиболее полное системное изложение дисциплины или какого-то ее раздела. Они доступны в восприятии, написаны понятным для студента языком;

– справочники, словари и энциклопедии – издания, содержащие краткие сведения научного или прикладного характера, не пред-

назначенные для сплошного чтения. Их цель и польза – возможность быстрого получения самых общих представлений о предмете. Они никогда, ни при каких обстоятельствах не заменят учебников, пособий, но помогут достаточно скоро узнать главные сведения о некоем явлении и предложат краткий список источников о нем же.

После того как вы познакомились с видами и формами выпускаемых изданий, следует научиться самостоятельно с ними работать.

Запомните, что заказывая необходимую литературу вам следует правильно выписать ее выходные данные к ним относятся:

- фамилия, имя и отчество автора (авторов);
- полное название книги;
- год и время (месяц, день) создания документа;
- место, издательство и время издания.

Если вы заказываете журнал, то необходимо указать: полное название журнала, год и номер.

Чтобы ускорить работу по поиску статей из журналов, следует воспользоваться следующим приемом. Заказать последний номер журнала за год (это будет номер 12 или 6), в котором приводится полный перечень статей, опубликованных за год, с указанием номера журнала.

Самостоятельная работа с литературой

Работа с литературой будет результативной, если студент правильно выберет метод работы. Существует два метода работы над источниками: сплошной и выборочный.

Сплошное чтение обязательно при изучении учебника или статьи, которая имеет учебное значение. Как правило, в этом случае, чтобы понять написанное, требуется повторное чтение. При этом не следует пропускать комментарии, сноски, справочные материалы, которые предназначены для пояснения изучаемого материала. Если имеются формулы и графики, следует тщательно проанализировать их, понять, какие зависимости они отражают.

Метод **выборочного** чтения дополняет сплошное чтение и применяется для поисков дополнительных, уточняющих, необходимых сведений в словарях, энциклопедиях, иных справочных изданиях.

Учебники и учебные пособия **не подлежат** конспектированию – они требуют другой формы изучения: сплошного чтения, запоминания и пр.

Сдача экзаменов и зачетов

Основными формами проверки знаний студентов являются зачеты и экзамены.

Правила организации приема зачетов и экзаменов в Пензенском государственном университете определяются инструкцией И 151.1.42.02-2004

Общие положения

1. Зачеты и экзамены являются основными формами контроля знаний и умений студентов, на основании которых оценивается уровень подготовки будущих специалистов.

2. Для количественной оценки знаний и умений студентов используется четырехбалльная шкала: «отлично» (высшая оценка), «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» (низшая оценка, означающая, что студент по данной дисциплине не аттестован).

3. Студенты обязаны сдавать зачеты и экзамены, предусмотренные утвержденным учебным планом специальности (направления), по окончании семестра (курса). Результаты сдачи вносятся в зачетные и экзаменационные ведомости, зачетную книжку студента и приложение к диплому.

4. Сроки сдачи зачетов и экзаменов определяются действующим учебным планом специальности (направления) обучения и устанавливаются графиком учебного процесса и расписанием зачетов и экзаменов.

5. Экзамены у студентов принимает лектор, преподававший учебный курс.

6. Экзамены проводятся в отдельных учебных аудиториях, исключающих какие-либо помехи проверке знаний студентов. Присутствие на экзамене посторонних лиц без разрешения ректора университета, первого проректора, проректора по учебной работе или декана (директора) не допускается. Исключение – начальник учебно-методического управления и заведующий кафедрой, на которой преподается дисциплина экзамена.

7. Экзамены разрешается сдавать студентам только при предъявлении зачетной книжки. При допуске на экзамен преподаватель обязан проверить принадлежность зачетной книжки студенту (по фотографии) и совпадение номера зачетной книжки с номером в экзаменационной ведомости (экзаменационном листе). При проведении экзамена преподаватель также проверяет наличие в зачетной книжке штампа-допуска к экзаменационной сессии либо в исключительных

случаях письменного допуска деканата (дирекции) на сдачу студентом указанного в нем экзамена.

8. Экзамены проводятся в устной или письменной форме по билетам. Во время экзамена студенты с разрешения экзаменатора могут пользоваться справочной литературой и другими пособиями. Как правило, студент готовит свои ответы на листе бумаги, который должен быть подписан (ФИО, группа, номер билета, дата экзамена). Ответ может быть конспективным, не требуется подробной записи ответов на вопросы. На непосредственную подготовку студента к ответу на экзамене отводится не менее одного астрономического часа. По желанию студента он может сдавать экзамен раньше, по фактической готовности.

9. На экзаменах выставляются количественные оценки по четырехбалльной шкале. При определении экзаменационной оценки рекомендуется руководствоваться следующим:

- оценки «отлично» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять предусмотренные программой задания, усвоивший рекомендованную основную литературу (разделы) и знакомый с дополнительной. Как правило, такая оценка выставляется студентам, которые в ответе показали глубокое знание материала, а при выполнении заданий не допустили ошибок;

- оценки «хорошо» заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебного материала, успешно выполняющий предусмотренные программой задания, усвоивший рекомендованную основную литературу (разделы). Как правило, такая оценка выставляется студентам, которые при выполнении заданий не допустили ошибок, но дали неполные ответы на вопросы;

- оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по выбранной специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с рекомендованной основной литературой (разделами). Как правило, такая оценка выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе и при выполнении заданий, но владеющим необходимыми знаниями;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в ответе и при выполнении заданий.

10. Экзаменатор имеет право предлагать студентам дополнительные вопросы и задания, не выходящие за рамки программы дисциплины, с целью выявления глубины знаний и выставления объективной оценки.

11. Экзаменатор обязан предотвратить фальсификацию экзамена в виде списывания студентами друг у друга или из других источников, не разрешенных по условиям данного экзамена. **Студент, уличенный в списывании, удаляется с экзамена.** Экзаменатор выставляет ему неудовлетворительную оценку и подает при необходимости служебную записку в деканат (дирекцию) с изложением причины удаления студента.

12. Студентам, которые не смогли явиться на экзамены в установленные сроки по причинам, которые деканат (дирекция) признал уважительными, приказом ректора устанавливаются индивидуальные графики сдачи экзаменов с указанием конечного срока ликвидации академических задолженностей, но, как правило, не позднее двух недель со дня начала занятий в очередном семестре.

13. Заявление на продление сессии с приложением необходимых справок должно быть подано студентом в деканат (дирекцию) не позднее двух дней после окончания непредвиденных обстоятельств. При возможности студент обязан заранее проинформировать декана (директора) или его заместителя о возникших проблемах.

14. Пересдача экзамена с неудовлетворительной оценкой в период экзаменационной сессии, как правило, не допускается. При наличии уважительных причин и свободных дней для подготовки к экзамену декан (директор) может разрешить студенту пересдачу экзамена в период сессии.

15. Пересдача экзамена с неудовлетворительной оценкой допускается по одному и тому же предмету не более двух раз. Вторая пересдача возможна только экзаменационной комиссии, назначаемой заведующим кафедрой. Сроки пересдач экзамена с неудовлетворительной оценкой устанавливаются деканом (директором) с учетом мнения преподавателя-экзаменатора.

16. Пересдача экзамена с целью повышения положительной оценки разрешается деканом (директором) в исключительных случаях хорошо успевающим студентам.

17. Во всех случаях пересдача экзаменов проводится только по направлениям (экзаменационным листам), заверенными подписями декана (директора) или его заместителями. Направления действительны только в пределах указанного в них срока действия.

Как подготовиться и отвечать на зачете и экзамене

Ваша работа на зачете и экзамене строится согласно регламенту высшей школы: студент получает экзаменационный билет, по вопросам которого готовится отвечать на экзамене в течение 40 мин, на зачете – 20 мин. Принципиальное отличие зачета от экзамена состоит лишь в том, что результатом первого будет «зачет» или «незачет», а второго – оценка от «неудовлетворительно» до «отлично».

Вам следует знать и помнить, что в процессе экзаменов происходит проверка и оценка не только объема и качества усвоения предмета в рамках учебной программы, но и умения применять полученные знания на практике, и уровня познавательной активности и самостоятельности будущего специалиста.

Правила подготовки к экзамену (зачету)

– Не откладывайте подготовку к экзамену или зачету, не тяните «до последнего», за два–три дня вы не справитесь с таким объемом работы. Начните ее с самой первой лекции.

– Не готовьтесь к экзамену «на ходу». Готовьте ответы на вопросы во время всего изучения курса.

– Не повторяйте материал непосредственно перед экзаменом, под дверью аудитории – этим вы собьете себя.

– Повторение полезно и разумно тогда, когда оно постоянно, самостоятельно, осознанно и основано на проработке всей основной и дополнительной литературы и других источников.

– Готовьтесь к экзамену или зачету на протяжении всего периода изучения дисциплины. Будьте к себе жестким и требовательным, в этом тоже проявляется ваша самостоятельность, и вы это можете.

Порядок подготовки к ответу

Вы пришли сдавать экзамен или экзаменационный зачет, поэтому:

- явитесь точно ко времени, обозначенному в расписании;
- имейте при себе зачетную книжку;
- готовьтесь к ответу на билет в определенное регламентом университета время;

– категорически и решительно исключите пользование шпаргалками как собственную некорректность или нерадивость;

Строго подходя к этой, казалось бы, неразрешимой проблеме, воспримите «шпору» как инструмент самоуничтожения либо полной неуверенности в своих силах;

– если вы не знаете ответа ни на один из поставленных в билете вопрос, вы имеете право взять еще один билет, однако оценка в этом случае снижается на один балл.

Методика подготовки к ответу на билет

Взяв экзаменационный билет, назовите его номер преподавателю и сразу внимательно прочитайте вопросы. Они должны быть вам понятны, т.е. вы знаете, о чем будете рассказывать.

Начните готовить ответы с того, что вспомните в первую очередь все категории, звучащие в вопросе, и их определения.

Ограничьте ответы рамками вопросов билета и «не растекайтесь мыслью по древу». Например, если требуется изложить основные направления антиинфляционной политики, то не следует подробно рассказывать о формах, видах, экономической природе инфляции, достаточно ограничиться ее определением, социально-экономическими последствиями и подробно раскрыть стратегию и тактику антиинфляционной политики.

Если вас постигла неудача (незачет, неудовлетворительно) следует более тщательно подготовиться к передаче экзамена. Это тоже самостоятельная, не слишком интересная и приятная, но важная и важная часть работы студента в вузе. Умение собраться в сложной ситуации закаляет студента и пригодится в будущем на выпускных экзаменах и в жизни.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вечканов, Г. С. Микроэкономика : учебное пособие / Г. С. Вечканов. – СПб. : Питер, 2003.
2. Гальперин, В. М. Микроэкономика : учебник : в 2-х т. / В. М. Гальперин. – СПб. : Экономическая школа, 2004.
3. Курс экономической теории : учебник / под общ. ред. М. Н. Чепурина, Е. А. Киселевой. – Киров : АСА, 2005.
4. Курс экономической теории : учебное пособие / под ред. А. В. Сидоровича. – М. : МГУ, 1997.
5. Макконнелл, К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика : пер. с англ. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – М. : ИНФРА-М, 2001.
6. Микроэкономика. Теория и российская практика : учебник / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. – М. : КНОРУС, 2000.
7. Микроэкономика: практический подход (Managerial economics) : учебник / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. – М. : КНОРУС, 2004. – 672 с.
8. Михайлушкин, А. И. Экономика : учебник для технических вузов / А. И. Михайлушкин. – М. : Высшая школа, 2006.
9. Михнева, С. Г. Введение в рыночную экономику : учебное пособие / С. Г. Михнева, Т. В. Ровенская. – Пенза : ПГУ, 2002.
10. Пиндайк, Р. Микроэкономика / Р. Пиндайк, Д. Рубинфельд. – М. : Экономика : Дело, 2001.
11. Селищев, А. С. Микроэкономика. Анализ рынка. Теория цены. Рынок и общество / А. С. Селищев. – СПб. : ПИТЕР, 2003.
12. Тарасевич, Л. С. Микроэкономика : учебник / Л. С. Тарасевич. – М. : Юрайт, 2006.
13. Экономика : учебник / под ред. А. С. Булатова. – Изд. 4-е. – М. : Юристъ, 2006.
14. Экономическая теория : учебник / под ред. В. Д. Камаева. – Изд. 10-е. – М. : Владос, 2004.
15. Экономическая теория: Микроэкономика – 1, 2 : учебник / под общ. ред. Г. П. Журавлевой. – М. : Дашков и К, 2004.
16. Экономическая теория : учебник / под общ. ред. В. И. Видяпина. – М. : ИНФРА-М, 2007.
17. Экономическая теория : учеб. пособие / под ред. А. Г. Грязновой, В. М. Соколинского. – М. : КНОРУС, 2006.
18. Экономическая теория : учебник / под ред. А. И. Добрынина, Л. С. Тарасевича. – 3-е изд. – СПб. : Изд-во СПб ГУЭФ : ПИТЕР, 2004.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Титульный лист контрольной работы

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ЗАОЧНОГО ОБУЧЕНИЯ

КАФЕДРА «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА»

Контрольная работа
по дисциплине «Экономическая теория»
Вариант 5

Выполнил:
студент
гр. 083ЭЭ1
И. И. Иванов

(подпись, дата)

Проверил:
д.э.н., профессор
С. Г. Михнева

(подпись, дата)

Пенза 2008

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Оформление заданий в контрольной работе

Вариант 1

1.1 Принято считать, что рыночная организация хозяйства позволяет отлично справляться с известной триадой проблем: что, как и для кого производить. Объясните:

- а) как именно рыночная организация с этим справляется;
- б) почему даже в самых развитых странах есть проблемы, называемые «провалами рынка», т.е. проблемы, решить которые рынок не может;
- в) какими структурами и какими методами решаются проблемы, называемые «провалами рынка». Согласны ли вы с методами их решения или предлагаете какие-то другие методы? Сформулируйте ваше мнение в краткой форме.

Ответ:

а) _____

б) _____

в) _____

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Оформление таблиц в контрольной работе

Таблица 1

Альтернативные возможности производства
в национальной экономике

Возможности	Производственные товары, тыс. шт.	Потребительские товары, млн шт.
<i>A</i>	15	0
<i>B</i>	14	1
<i>C</i>	12	2
<i>D</i>	9	3
<i>E</i>	5	4
<i>F</i>	0	5

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Оформление рисунков (графиков) в контрольной работе

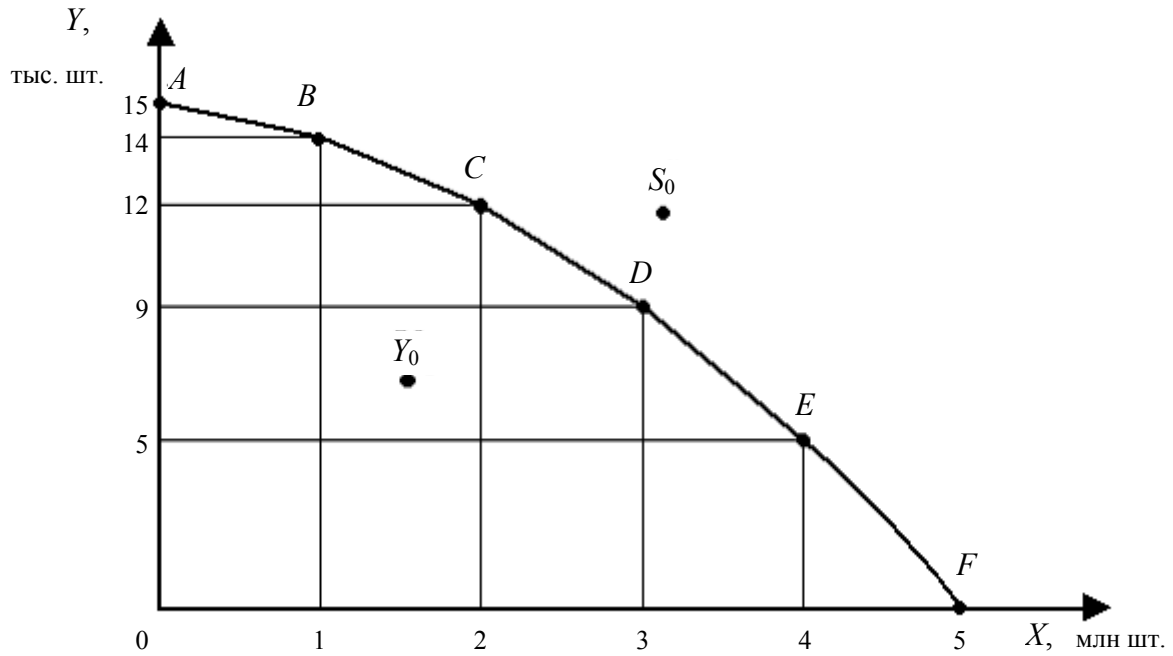


Рис. 1 Кривая производственных возможностей экономики

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Оформление списка использованной литературы

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вечканов, Г. С. Микроэкономика : учебное пособие / Г. С. Вечканов. – СПб. : Питер, 2003.
2. Курс экономической теории : учебное пособие / под ред. А. В. Сидоровича. – М. : МГУ, 1997.
3. Макконнелл, К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика : пер. с англ. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – М. : ИНФРА-М, 2001.
4. Микроэкономика: практический подход (Managerial economics) : учебник / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. – М. : КНОРУС, 2004. – 672 с.
5. Михнева, С. Г. Введение в рыночную экономику : учебное пособие / С. Г. Михнева, Т. В. Ровенская. – Пенза : ПГУ, 2002.
6. Экономика : учебник / под ред. А. С. Булатова. – Изд. 4-е. – М. : Юристъ, 2006.
7. Экономическая теория: Микроэкономика – 1, 2 : учебник / под общ. ред. Г. П. Журавлевой. – М. : Дашков и К, 2004.
8. Экономическая теория : учебник / под общ. ред. В. И. Видяпина. – М. : ИНФРА-М, 2007.
9. Экономическая теория : учеб. пособие / под ред. А. Г. Грязновой, В. М. Соколинского. – М. : КНОРУС, 2006.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Часть 1

*Учебно-методическое пособие
для студентов заочной формы обучения
экономических специальностей*

*Редактор Ю. С. Жидкова
Технический редактор А. Г. Темникова
Верстка Валовика Д. В.*

Подписано в печать 1.09.08. Формат 60×84¹/₁₆.

Усл. печ. л. 7,56.

Заказ № 187. Тираж 150.

Информационно-издательский центр ПГУ
Пенза, Красная, 40, т.: 56-47-33