

И.С. Шавкунова

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ

Учебное пособие
для иностранных студентов

Министерство образования и науки Российской Федерации
Байкальский государственный университет

И.С. Шавкунова

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ

Учебное пособие
для иностранных студентов

Иркутск
Издательство БГУ
2017

УДК 330.341.2 (075.8)

ББК С 65.010.11я7

Ш14

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Байкальского государственного университета

Рецензенты д-р экон. наук, проф. С.А. Курганский
канд. экон. наук, доц. М.Г. Чурина

Шавкунова И.С.

Ш14 Основы экономики [Электронный ресурс] : учеб. пособие для иностранных студентов / И.С. Шавкунова. — Иркутск : Изд-во БГУ, 2017. — 74 с. — Режим доступа: <http://lib-catalog.isea.ru>.

Учебное пособие представляет собой краткий конспект лекций по основам экономики. Содержит практические задания для самоподготовки. Для иностранных студентов.

УДК 330.341.2 (075.8)
ББК С 65.010.11я7

© Шавкунова И.С., 2017
© Издательство БГУ, 2017

Оглавление

Часть 1. Конспекты лекций	4
1.1. Введение в экономику. Общие принципы организации экономики	4
1.2. Собственность как базовый элемент экономики	13
1.3. Рынок. Механизм функционирования рынка	18
1.4. Теория производства, издержек, прибыли	28
1.5. Теория потребительского выбора	37
1.6. Структуры рынка: конкуренция и монополия	46
Часть 2. Практические задания для самоподготовки.....	58
2.1. Перечень вопросов для самоподготовки	58
2.2. Тесты, задачи	58
Словарь экономических категорий, понятий и терминов	67
Список использованной литературы	73

ЧАСТЬ 1. КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИЙ

1.1. Введение в экономику. Общие принципы организации экономики

Ключевые вопросы темы:

Предмет и метод экономики. Потребности, ресурсы. Экономический выбор. Экономические системы.

Экономика — общественная наука, изучающая поведение людей, групп лиц в процессах производства, распределения, обмена и потребления экономических благ в условиях ограниченности ресурсов, порождающих конкуренцию за их использование.

Предмет исследования — система объективных экономических отношений между людьми, складывающихся в процессах производства, распределения, обмена и потребления, жизненных благ.

Сфера исследования — экономическая жизнь или среда, в которой осуществляется хозяйственная деятельность;

Объект исследования — экономические явления; субъект исследования — человек, группа людей, государство;

Субъект исследования — человек, группа людей, государство;

Уровни экономических исследований:

- *Микроуровень* — исследование функционирования отдельных экономических субъектов;
- *Мезоуровень* — исследование функционирования определенных подсистем национальной экономики или отраслей народного хозяйства;
- *Макроуровень* — исследование функционирования национальной экономической системы в целом;
- *Метауровень* — исследование мировой экономики в целом.

Экономическая теория является основой комплекса наук: отраслевых (экономика торгового дела, промышленности, транспорта, строительства и т.д.), функциональных (финансы, кредит, маркетинг, менеджмент, прогнозирование и др.), межотраслевых (экономическая география, демография, статистика и др.).

Экономическая теория учитывает знания, достигнутые конкретными экономическими науками, а также социологией, психологией, историей и др.

В общей системе наук общая экономическая теория осуществляет следующие функции:

- *познавательная функция* — изучение и объяснение процессов и явлений экономической жизни общества;
- *методологическая* — разработка методов, научного инструментария изучения экономических процессов и явлений;

- *практическая* — разработка принципов и методов рационального хозяйствования, научное обоснование экономической стратегии осуществления реформ экономической жизни и т.д.;
- *прогнозтическая* — разработка и выявление научных прогнозов и перспектив общественного развития.

Основная задача экономики как науки описать экономические явления и процессы, показать их взаимосвязь. Результатом экономических исследований является формирование и реализация экономической политики: на микроуровне — политики фирмы, на макроуровне — экономической политики государства.

Экономическая политика — целенаправленная система мероприятий государства в области общественного производства, распределения, обмена и потребления благ, отражающая интересы общества, всех его социальных групп и направленная на укрепление национальной экономики.

В экономическом анализе используются как общенаучные так специально-экономические методы (см. таблицу 1.).

Таблица 1

Методы экономической теории

Методы	Краткая характеристика
Сравнение	определяет сходство или различие явлений и процессов
Аналогия	метод познания, основанный на переносе одного или ряда свойств с известного явления на неизвестное
Метод научной абстракции	предполагает, что в процессе познания исследователь отвлекается от второстепенных сторон явлений, чтобы выявить то, что в них существенно и постоянно повторяется. Позволяет раскрыть сущность экономических явлений и процессов, сформировать логические понятия, отражающие реальную экономическую действительность в ее развитии, в результате чего возникают такие общие понятия, как производство, потребности, распределение, обмен и др.
Анализ	метод познания, состоящий в мысленном расчленении изучаемого явления на составные части и исследовании каждой из этих частей отдельно
Синтез	метод познания, состоящий в соединении отдельных частей в единое целое
Индукция	метод познания, основанный на умозаклчениях от частного к общему, он обеспечивает переход от изучения единичных фактов к общим положениям и выводам
Дедукция	метод познания, основанный на умозаклчениях от общего к частному, он делает возможным переход от наиболее общих выводов к относительно частным

Методы	Краткая характеристика
Исторический метод	это метод исследования явления в форме конкретных исторических событий, позволяет конкретно и наглядно представить все особенности различных экономических систем. Используя данный метод, экономическая теория изучает экономические процессы и явления в той последовательности, в которой они возникали и развивались в действительности.
Логический метод	предполагает изучение экономических процессов и явлений в соответствии с внутренней логикой их развития.
Метод экономико-математического моделирования	Предполагает построение модели, изучаемого явления или процесса, позволяет в формализованной форме определить причины изменений экономических явлений, закономерности этих изменений, их последствия, возможности и издержки влияния на ход изменений, а также делает реальным прогнозирование экономических процессов
Функциональный анализ	предполагает анализ функциональных взаимосвязей изучаемых явлений и процессов
Позитивный анализ	предполагает анализ экономических явлений и процессов такими, какие они есть на самом деле, того, что было или что может быть. Позитивные утверждения не обязательно должны быть верными, но любой спор относительно позитивного утверждения можно решить проверкой фактов
Нормативный анализ	основан на исследовании того, что и как должно быть. Нормативное утверждение чаще всего выводится из позитивного, но объективные факты не могут доказать его истинность или ложность.

Экономическими процессами в обществе управляют внутренние, присутствующие им законы — законы общественных действий людей, или экономические законы.

Экономический закон — это устойчивое, многократно повторяющееся выражение внутренних, существенных причинно-следственных, качественных и количественных взаимосвязей (отношений), свойственных данному явлению или процессу. Каждый экономический закон отражает определенное явление в хозяйственной жизни общества. В своей совокупности экономические законы образуют систему экономических законов развития общества, формируют закономерности развития общества. Различают:

- *Специфические экономические законы* — действуют в пределах исторически определенных форм хозяйствования. При ликвидации данной формы хозяйствования ее законы прекращают свое существование;
- *Общие экономические законы* — свойственны всем формам хозяйствования, связывают их в единый исторический процесс поступательного развития. Эти экономические законы не прекращают своего существования при смене форм хозяйствования. Примером может

служить закон возвышающихся потребностей, согласно которому потребности безграничны, удовлетворение одной потребности приводит к появлению множества новых.

- *Особенные экономические законы* — свойственны тем формам хозяйствования, в которых сохраняются условия для их реализации.

Общие принципы экономической организации общества.

В основе любой человеческой деятельности, в т.ч. экономической лежат потребности.

Потребность — это нужда в чем-либо.

В экономической литературе представлены самые разнообразные классификации потребностей. Базовая классификация потребностей предполагает их деление на 2 группы:

- *первичные потребности* — то без чего не возможна жизнь человека;
- *вторичные потребности* — удовлетворяются лишь после того как удовлетворены первичные потребности.

Подобное деление потребностей весьма условно, с изменением условий жизни, как отдельного человека, так и общества в целом, потребности из категории вторичных могут попасть в категорию первичных и наоборот.

Закон возвышающихся потребностей гласит — потребности безграничны, удовлетворение одной потребности порождает множество новых.

Для удовлетворения потребностей необходимы блага.

Благо — это все то, что способно удовлетворить одну или несколько потребностей человека (любое средство, как материальное, так и нематериальное, способное удовлетворять потребности). Экономисты различают неэкономические и экономические блага.

Неэкономические блага — не являются результатом человеческого труда, находятся в неограниченном количестве, конкуренции (соперничества) за их использование не возникает (воздух, вода, солнечный свет и т.д.) Неэкономические блага не являются предметом экономического анализа.

Экономические блага — являются результатом человеческого труда, находятся в ограниченном количестве, возникает конкуренция за их использование (автомобили, разного рода услуги, одежда и т.п.)

Предметом экономического анализа являются экономические блага. Подобная классификация благ условна, меняются условия жизни общества и блага из категории неэкономических может перейти в категорию экономических, например, вода в пустыне и на берегу оз. Байкал.

Различают следующие виды экономических благ:

Блага субституты (взаимозаменяемые блага) — блага, взаимозаменяемые в процессе потребления (чай – кофе, ручка – карандаш).

Комплементарные блага (взаимо дополняемые блага) — блага, дополняющие друг друга в процессе потребления (чай и сахар, правый и левый сапог).

Частные блага — исключаемое (любого можно исключить из потребления блага, например, того, кто не может заплатить продавцу), конкурентное (благ на всех не хватает и возникает конкуренция).

Общественные блага — не исключаемое (если благо произведено, потреблять его будут все, исключение из потребления невозможно, т.к. это технически невозможно или слишком дорого) и не конкурентное благо (все потребляют благо в равном количестве) (светофор, уличное освещение).

Нормальное благо — с увеличением дохода потребителя, спрос на данное благо увеличивается.

Благо низшей категории — с увеличением дохода потребителя, спрос на данное благо уменьшается.

Экономические блага делятся на **долговременные**, предполагающие многократное использование (автомобиль, книга, электроприборы, видеофильмы и т.д.), и **недолговременные**, исчезающие в процессе разового потребления (хлеб, мясо, напитки, спички и т.п.).

Экономические блага также могут быть разделены на настоящие и будущие, прямые (потребительские) и косвенные (производственные).

Основой любого производства являются ресурсы, которыми располагает общество.

Ресурсы — имеющиеся у общества возможности для создания благ и удовлетворения потребностей.

Ресурсы, участвующие в производстве товаров и услуг, называют **факторами производства**.

Выделяют следующие группы факторов производства:

- *труд* — способность человека к целенаправленной деятельности;
- *земля* — условия производства (ресурсы) природного происхождения;
- *капитал* — материальные условия производства (ресурсы) созданные трудом человека;
- *предпринимательские способности* — специфическая способность человека к организации процесса производства;
- *информация*.

Факторы производства являются собственностью различных экономических субъектов, готовых предоставить их за определенную плату для производственного использования.

Рента — плата за использование земель.

Процент — плата за использование капиталом.

Заработная плата — плата за использование труда.

Прибыль — плата за использование предпринимательских способностей.

Все экономические ресурсы ограничены, что приводит к проблеме выбора.

Экономический выбор — это выбор наилучшего из возможных вариантов использования ограниченных ресурсов.

Графическое отображение проблемы экономического выбора — **Кривая производственных возможностей** показывает максимально возможный объем одновременного производства двух благ при заданных ресурсах и технологиях, которыми располагает данное общество.

Производственные возможности — возможности общества по производству экономических благ при полном и эффективном использовании всех имеющихся ресурсов при данном уровне развития технологии.

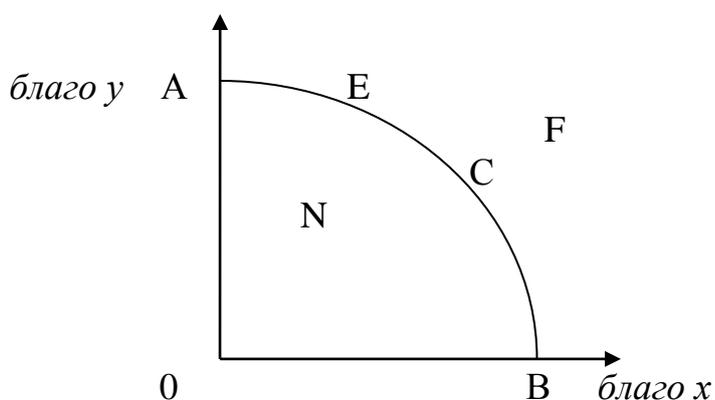


Рис.1. Кривая производственных возможностей

Для простоты анализа рассматривается экономика полной занятости (все ресурсы вовлечены в производство), закрытого типа, располагающей всего двумя ресурсами и производящее всего два блага.

Все точки на кривой показывают различные комбинации производимых благ. Экономика эффективна, когда все точки возможных комбинаций производства двух благ находятся на границе производственных возможностей (A, B, C, E).

Экономическая система неэффективна, когда различные комбинации производства двух благ находятся левее границы производственных возможностей (точка N). В этом случае ресурсы общества заняты не полностью, т. F показывает недостижимый на данном этапе объем производства.

Кривая производственных возможностей вогнута от начала координат, т.е. увеличение производства одного блага, возможно, только за счет одновременного уменьшения производства другого блага.

Содержание проблемы выбора заключается в том, что если экономический ресурс, используемый для удовлетворения потребностей общества, ограничен, то всегда существует возможность альтернативного его применения.

Альтернативные издержки любого блага — количество другого блага, которым надо пожертвовать, чтобы получить дополнительную единицу данного блага.

Экономические субъекты постоянно взаимодействуют друг с другом помощью экономических благ, движение их образует своеобразный экономический кругооборот.

Экономический кругооборот — это круговое движение реальных экономических благ, сопровождающееся встречным потоком денежных доходов и расходов

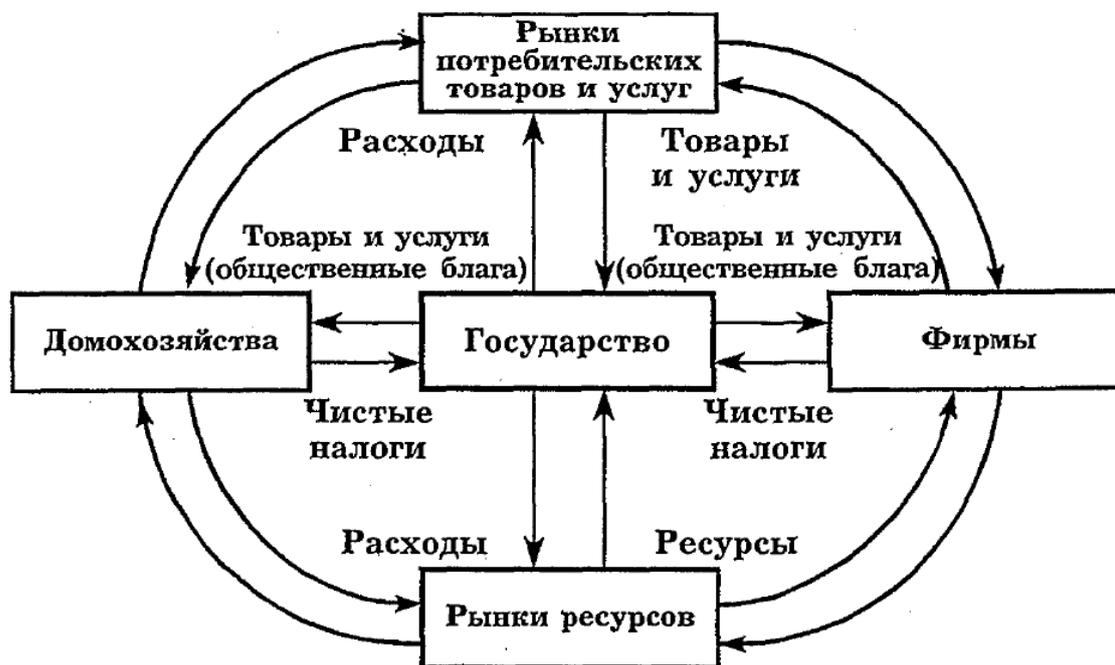


Рис. 2. Модель экономического кругооборота

Экономическая система — это совокупность взаимосвязанных экономических элементов, образующих определенную целостность, экономическую структуру общества; единство отношений, складывающихся по поводу производства, распределения, обмена и потребления экономических благ.

Выделяют доиндустриальную, индустриальную и постиндустриальную экономические системы. Границами, отделяющими экономические системы друг от друга, являются промышленная и научно-техническая революции.

Доиндустриальная экономическая система — господствовало натуральное сельскохозяйственное производство. Человек был включен в биологические циклы природы, был вынужден подстраиваться под них, соизмерять свои действия с биологическим ритмом сельскохозяйственного производства. Направление деятельности, характер ее организации, масштабы производства

были predeterminedены для человека заранее той локальной группой, к которому данный человек принадлежал. Поэтому производство в доиндустриальную эпоху всегда носило ограниченный, более или менее замкнутый, локальный характер. Отсутствие общественного разделения труда, замкнутость, изолированность от внешнего мира, самообеспеченность ресурсами, а также удовлетворение всех потребностей за счет собственных ресурсов составляют главные черты натуральной формы хозяйства. Технические изобретения и передовые производственные навыки распространялись крайне медленно, т.к. в условиях господства натурального хозяйства уровень производительности труда одного хозяйства почти не оказывал влияние на другое. Непосредственные производители опирались на силу традиции. Личная зависимость охватывала не только отношения производства, она распространялась и на отношения распределения, обмена и потребления. Принадлежность к тому или иному коллективу (общине, касте, сословию, классу) predeterminedяла место человека не только в производстве, но и в обществе, а, следовательно, отражалась в его образе жизни.

Индустриальная экономическая система — промышленная революция означает качественный скачок в развитии производительных сил, замену естественных производительных сил общественными в качестве ведущего и определяющего типа. В процессе перерастания мануфактурного производства в фабричное происходят глубокие изменения в содержании и характере труда. Мастерство ремесленников заменяется однообразным механическим трудом. Индустриальный труд вытесняет аграрный, город теснит деревню. Стремительными темпами растет урбанизация населения. Товарно-денежные отношения приобретают всеобщий характер. Промышленная революция раскрепощает индивида: на смену личной зависимости приходит личная независимость. Каждый товаропроизводитель хозяйствует на свой страх и риск и сам определяет, что, как и сколько производить, кому, когда и при каких условиях реализовать свою продукцию. Но эта формальная личная независимость имеет в качестве своей основы всестороннюю вещную зависимость от других товаропроизводителей. Овеществление отношений между товаропроизводителями выступает как зародыш отчуждения труда. В ходе развития техники происходят изменения ее элементов, структуры и функций. Углубляется разделение труда, развиваются его специализация (предметная и функциональная), кооперация и комбинирование. Тем самым создаются предпосылки для ослабления зависимости не только от внешней природы, но и от ограниченных биологических возможностей самого человека. Все это предъявляет новые требования к формам организации бизнеса, рациональному использованию всех ресурсов, развитию научной организации труда, производства и управления.

Постиндустриальная экономическая система — в экономике преобладает инновационный сектор с высокопроизводительной промышленностью, индустрией знаний, с высокой долей в ВВП высококачественных и инновационных услуг. И с конкуренцией во всех видах экономической и иной деятель-

ности. Инновационная промышленность насыщает потребности всех экономических субъектов, потребителей и населения, постепенно снижая темпы своего роста и наращивая качественные, инновационные изменения. Научные разработки становятся главной движущей силой экономики — основой индустрии знаний. Наиболее ценными качествами являются уровень образования, профессионализм, обучаемость и творческий подход работника. Главным интенсивным фактором развития постиндустриальной экономики является человеческий капитал, наука и знания во всех видах экономической инновационной деятельности.

Различают четыре типа экономических систем: традиционная, рыночная, административно-командная, смешанная.

Ключевые понятия

1. Экономика
2. Благо
3. Потребность
4. Ресурсы
5. Кривая производственных возможностей
6. Факторы производства
7. Неэкономические блага
8. Экономические блага
9. Экономическая система
10. Экономическая политика

Вопросы для самоподготовки:

1. Что изучает экономика?
2. Что такое благо?
3. Какие виды благ Вы знаете?
4. Что такое потребность?
5. Как можно классифицировать потребности?
6. О чем говорит закон возвышающихся потребностей?
7. В чем заключается проблема экономического выбора?
8. Как можно графически показать экономический выбор общества?
9. Что такое альтернативные издержки?
10. Как изменится вид кривой производственных возможностей страны, если в стране начнется демографический рост?
11. Почему людям все время приходится делать выбор в сфере экономики?
12. Что показывает модель экономического кругооборота?

1.2. Собственность как базовый элемент экономики.

Ключевые вопросы темы:

Содержание отношений собственности. Принцип присвоения и отчуждения благ. Экономический и юридический аспекты собственности. И их взаимосвязь. Эволюция объектов и субъектов собственности. Основные формы собственности.

Собственность — одна из наиболее сложных экономических категорий. В собственности выражается исключительное право субъекта на пользование имуществом.

Субъект собственности (собственник) — активная сторона отношений собственности, представленная лицом, группой лиц, обладающих каким-либо имуществом, распоряжающихся и пользующихся им.

Объект собственности — пассивная сторона отношений собственности в виде какого-либо имущества, принадлежащего целиком или частично собственнику.

В качестве объектов собственности в законодательстве большинства стран закрепляются недвижимое и движимое имущество, интеллектуальная собственность.

Недвижимое имущество — имущество, состоящее из земли, зданий и сооружений, а также объектов инфраструктуры.

Движимое имущество — машины, оборудование, инструменты, товары длительного пользования (автомобили, мебель и т. д.).

Интеллектуальная собственность представлена научно-техническими изобретениями, достижениями в области искусства и литературы, а также другими продуктами человеческого интеллекта.

Собственность — не само имущество, а система отношений между людьми по поводу этого имущества. Собственность — система экономических и юридических отношений, характеризующих социально-экономические и организационные формы присвоения имущества. Иными словами, собственность — санкционированные, признанные обществом отношения между людьми, возникающие в связи с существованием благ и их использованием. Собственность как явление экономическое возникает в результате редкости ресурсов и возможности их альтернативного применения.

Отношения собственности — это система ограничения доступа других людей к редким ресурсам, к какому-либо имуществу. Главной составляющей отношений собственности является присвоение, т. е. отчуждение вещи от других людей.

Отчуждение — лишение данного типа возможности использовать некое имущество. Иными словами, для одного человека определенное имущество является своим, а все другие люди воспринимают это имущество как чужое.

Образование собственности может идти разными путями: посредством производства, обмена, распределения, завоевания, дарения и т. д. Однако в любом случае в ее основе лежит труд, как мирный (труд ремесленника, крестьянина, купца, наемного работника), так и военный (труд воина). В чью-либо собственность имущество превращается благодаря труду, и его результаты не могут быть бесхозными. Труд — первооснова собственности.

От собственности как полной формы присвоения и отчуждения следует отличать владение, пользование и распоряжение.

Владение — более простое по сравнению с собственностью отношение. Владение — неполная, ограниченная собственность, предполагающая частичное присвоение. Владение представляет собой фактическое обладание имуществом. Собственность дает право собственнику неограниченно распоряжаться имуществом в своих интересах. Возможности же владельца в использовании этого имущества всегда ограничиваются интересами его собственника. Иными словами, владелец использует собственность на условиях, определяемых собственником. В современных условиях владение входит в состав отношений собственности.

Пользование — фактическое применение вещи в зависимости от ее назначения. Благодаря отношениям пользования собственник имущества или его владелец реализуют объект собственности, который они сами не могут или не хотят использовать. Если пользователь не является владельцем собственности, то он должен осуществлять пользование только в соответствии с условиями, оговоренными собственником.

Распоряжение — право субъекта распоряжаться объектом собственности, т. е. принятие решений по поводу функционирования объекта собственности. Распоряжение — действия, связанные с отчуждением имущества от его владельца (продажа, дарение, обмен, залог и т. д.). В принципе распорядитель должен получать право распоряжения объектом собственности от собственника-владельца. Иными словами, собственность — это целое, а ее элементами являются владение, пользование и распоряжение. В экономических отношениях складываются разные комбинации владения, пользования и распоряжения. Эти права могут быть сосредоточены у одного индивида. Например, крестьянин, являющийся собственником земельного участка, принимает решение о способе его использования и самостоятельно его обрабатывает. Перечисленные права могут принадлежать и разным людям. Например, владелец-собственник земли передает ее в распоряжение арендатору, который нанимает сельскохозяйственных рабочих для ее обработки, т. е. непосредственных пользователей.

Одним из наиболее распространенных вариантов интерпретации собственности в современных условиях является *экономическая теория прав собственности*. Разработке теории прав собственности посвящены труды экономистов — Р. Коуза, А. Алчиана, Д. Норта, Р. Познера и др.

Согласно экономической теории прав собственности собственность — это совокупность прав («пучок прав») по использованию вещи.

К правам собственности относят:

1. Право владения — право исключительного физического контроля над вещью;
2. Право пользования — право применения полезных свойств вещи для себя;
3. Право управления — право решать как, кем и каким образом будет использоваться собственность;
4. Право на доход — право обладать результатами от использования собственности;
5. Право суверена — право на потребление, отчуждение, изменение или уничтожение блага;
6. Право на безопасность — право на защиту от экспроприации собственности и вреда со стороны внешней среды;
7. Право на передачу благ в наследство — право собственника назначать преемника этой собственности;
8. Право на бессрочность обладания;
9. Запрет на использование способом, наносящим вред окружающей среде;
10. Право на ответственность в виде взыскания — право на взыскание собственности в уплату долга;
11. Право на остаточный характер — право на существование общественных институтов и процедур, обеспечивающих восстановление нарушенных прав собственника.

Перечисленные права санкционируются (разрешаются) обществом, его традициями, обычаями, законодательством и определяют отношения между людьми, складывающиеся в связи с существованием благ и их использованием.

Важно различать понятие «собственность» в юридическом и экономическом смысле. Любые экономические отношения определяются соответствующими экономическими действиями независимо от понимания этих действий обществом. Юридические же отношения являются отражением правил, которые общество вырабатывает сознательно. Собственность, как юридическая категория, определяет принадлежность объекта собственности к субъекту, владельцу; регулирует оборот имущества, т. е. смену собственника.

Собственность как правовая категория представляет собой отношения между людьми по поводу владения, пользования и распоряжения имуществом, где воля одних людей является границей для воли других. Юристы оперируют с уже существующей собственностью, они не рассматривают вопрос ее происхождения.

Как экономическая категория собственность выражает отношения присвоения. В данном случае собственность — общественно-производственные отношения между людьми по поводу присвоения материальных благ, и в первую очередь средств производства.

Экономисты изучают вопросы приобретения собственности путем производства, обмена, распределения. Для экономической теории очень важен объ-

ект собственности, так как обладание уникальной собственностью дает владельцу особый социальный статус по отношению к другим людям, не имеющим такой собственности.

Отношения собственности закреплены определенной юридической формой. В любом обществе законодательно фиксируется система форм собственности. На протяжении истории существовало множество форм собственности. Мировой опыт показывает, что современная рыночная экономика опирается на многообразие форм собственности.

По составу субъектов или по степени социализации собственности можно выделить индивидуальную и коллективную формы собственности; частную и общественную.

Отношения частной собственности предполагают обособление собственника, который независимо от других людей осуществляет свои права. Частная собственность персонифицирована, т. е. ее владелец известен и ответственность за ее использование конкретна. Частная собственность представлена индивидуальной собственностью и капиталистической частной собственностью. Отличительной чертой индивидуальной собственности (частно-трудовой собственности) является то, что собственник самостоятельно реализует права владения, распоряжения, пользования и присвоения. Отсюда следует стремление частного собственника наиболее рационально вести свое хозяйство, высокая эффективность частной собственности.

На основе частной собственности формируются такие формы хозяйствования, как личное подсобное хозяйство, трудовое хозяйство, частные предприятия любого размера — от индивидуального производства до крупных предприятий, а также любой другой вид использования частного имущества (от сдачи квартир внаем до денежных операций между частными лицами).

Коллективная собственность основана на объединении индивидуальных собственников. В России коллективная собственность представлена различными видами кооперативной собственности, акционерной и партнерской собственностью.

Кооперативная собственность — коллективный вид собственности, сохранившей черты индивидуальной. Каждый член кооператива участвует в нем своим трудом и имуществом, имеет равные права в управлении и распределении дохода. Величина получаемого дохода определяется индивидуальным вкладом пайщика. Кооперативная собственность в условиях рыночной экономики обладает более значительным потенциалом, что обуславливается связью оплаты труда с конечными результатами деятельности кооператива. Разновидность коллективной формы собственности — акционерная собственность, которая сочетает в себе признаки как частной, так и общественной собственности.

Акционерная собственность — собственность многих юридических и физических лиц, предполагающая добровольное объединение их денежных средств. На основе сформированного на объединенные средства акционерного

предприятия идет коллективное создание дохода с последующим его индивидуальным присвоением в виде дивидендов.

Партнерская собственность — возникает в результате объединения капиталов двух и более лиц. Пайщики предприятия — совладельцы созданного за счет паевых взносов имущества, получающие долю прибыли, соответствующую размерам их собственности. На основе коллективной формы собственности формируются такие формы хозяйствования, как кооперативы, коллективные предприятия, арендные предприятия, товарищества, акционерные предприятия, ассоциации и т. д.

Отношения общественной собственности предполагают, что различные лица совместно осуществляют права собственника.

Общественная собственность основана на совместном владении, распоряжении, но исключает индивидуальное. Общественная собственность представлена, прежде всего, государственной собственностью, а также собственностью общественных организаций. Государственная собственность сосредотачивает права собственности у государственного института власти. Верховный распорядитель собственности — государство, а управляют ею назначенные руководители. Право совместного распоряжения государственной собственностью реализуется через систему самоуправления гражданского общества. Граждане государства, распоряжающегося национальным богатством, имеют право на получение части дохода от функционирования государственной собственности. Этот доход выражается в равных для всех возможностях системы социального обеспечения. Свободный и равный доступ к государственным (общественным) фондам потребления является обязательным условием функционирования общенародной по содержанию и государственной по форме собственности. Общественный тип собственности представлен государственной собственностью разных уровней: федеральной, субъектов федерации, муниципальной. Основой функционирования профсоюзов, союзов трудовых коллективов и пр. является общественная собственность. Собственность общественных организаций предполагает, что ею распоряжаются и ее присваивают члены этих объединений на равных для всех основаниях. На основе общественной формы собственности формируются государственные и муниципальные предприятия.

Ключевые понятия

1. Собственность
2. Экономическая теория прав собственности
3. Права собственности
4. Владение
5. Пользование
6. Распоряжение
7. Частная собственность
8. Общественная собственность
9. Трансформация отношений собственности

10. Приватизация

11. Национализация

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое собственность?
2. Почему возникает собственность как явление экономическое?
3. Рассмотрите экономические и правовые аспекты собственности.
4. Что первично экономический или правовой аспект собственности?
5. Что такое право собственности?
6. Какие права собственности Вы знаете?
7. Какие формы и виды собственности существуют?
8. Что такое объект собственности? Кто может быть субъектом собственности?
9. Что эффективнее частная или общественная формы собственности?
10. Что понимается под интеллектуальной собственностью?

1.3. Рынок. Механизм функционирования рынка.

Ключевые вопросы темы:

Понятие рынка и его функции. Структура и инфраструктура рынка. Спрос. Предложение. Рыночное равновесие. Нарушение равновесия. Вмешательство государства в механизм спроса и предложения. Теория эластичности.

Рынок как явление экономическое существовал не всегда. Рынок — это результат развития обмена.

Условиями возникновения рынка являются:

- общественное разделение труда и специализация.
- экономическая обособленность товаропроизводителей, в основе которой частная собственность.
- необходимость снижения транзакционных издержек.

Транзакционные издержки — это издержки в сфере обращения, связанные с передачей прав собственности.

Рынок — общественная форма организации и функционирования экономики; совокупность конкретных экономических отношений и связей между покупателями, продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег.

Сущность рынка проявляется в его функциях:

- саморегулирования товарного производства — за счет действия рыночного механизма осуществляется автоматическое согласование производства и потребления, поддерживается сбалансированность спроса и предложения по объему и структуре (при росте спроса объемы производства расширяются, при снижении — уменьшаются);

- стимулирующая функция — рынок побуждает производителей создавать необходимые товары с наименьшими затратами, чтобы при существующих на рынке ценах получать более высокую прибыль. Если отдельный производитель не способен оказать воздействие на рыночную цену, то получить большую прибыль он может только за счет снижения издержек и внедрения нововведений. Таким образом, рынок стимулирует развитие эффективного производства;
- информационная функция — рынок дает объективную информацию о затратах на производство товаров, о количестве, ассортименте и качестве всех товаров и услуг, поставляемых на рынок, об объемах спроса на них и предложения;
- посредническая функция — заключается в том, что экономически обособленные производители в условиях глубокого общественного разделения труда находят друг друга на рынке и посредством рынка обмениваются результатами своей деятельности;
- регулирующая функция — рынок устанавливает оптимальные пропорции между фирмами, отраслями, регионами, т. е. на микро- и макроуровне, за счет расширения или сужения спроса и предложения как на отдельных рынках, так и в рамках всей экономической системы;
- санирующая функция — рынок устраняет неэффективно функционирующих экономических субъектов.

Рынок можно классифицировать по целому ряду признаков и оснований:

1. По объектам продаж:

- рынок благ;
- рынок капитала;
- рынок земли;
- рынок ценных бумаг и т.д.

2. По субъектам продаж:

- рынок продавцов — на данном рынке спрос превышает предложение, т.е. покупатели конкурируют между собой за право купить товар, продавцы находятся в предпочтительном положении и диктуют свои условия рынку;
- рынок покупателей — на данном рынке предложение превышает спрос, т.е. продавцов больше чем покупателей, продавцы конкурируют между собой за право продать товар, покупатели диктуют свои условия рынку.

3. В соответствии с действующим законодательством:

- легальный (законный) рынок;
- нелегальный рынок.

4. По пространственному (территориальному) признаку:

- мировой рынок;
- региональный рынок;
- национальный рынок;
- местный (локальный) рынок.

5. По степени развития конкуренции:

- рынок совершенной конкуренции;
- рынок несовершенной конкуренции: монополия; монополистическая конкуренция; олигополия.

6. По характеру продаж:

- оптовый;
- розничный;
- экспортный;
- импортный.

7. По степени государственного регулирования:

- регулируемый рынок;
- нерегулируемый рынок;
- теневой — скрытый от возможностей государственного контроля;
- деформированный рынок — нарушение рыночного механизма в результате чрезмерного государственного регулирования.

Инфраструктура рынка — это совокупность учреждений, государственных и коммерческих фирм и организаций, обеспечивающих успешное функционирование всех видов рынка.

Элементы инфраструктуры рынка:

- биржи (товарные, фондовые и т.д.);
- предприятия торговой и розничной торговли;
- аукционы, ярмарки, посреднические фирмы;
- банковская система и банки;
- страховые компании, небанковские кредитно-финансовые учреждения (сберегательные учреждения, пенсионные фонды);
- служба занятости и переподготовки кадров;
- СМИ, службы рекламы;
- консалтинговые фирмы;
- аудиторские компании.

Механизм рынка — механизм взаимодействия основных элементов рынка: спроса, предложения, цены.

Спрос (D) — это количество товаров, покупаемое на рынке по определенной цене, в определенный момент времени.

Функция спроса — функция, определяющая спрос в зависимости от влияющих на него различных факторов.

Функция спроса $Q_D = f(P)$, где

Q_D — величина спроса, P — цена.

Факторы спроса:

- *ценовые* — цена товара;
- *неценовые* — то, что ценой товара не является, но оказывает влияние на решение покупателя

К неценовым факторам спроса относятся:

- мода, вкусы, предпочтения потребителей;
- величина дохода;
- цены на другие товары — товары субституты (зависимость обратная), комплементарные товары (зависимость прямая);
- ожидания потребителей;
- сезонные изменения;
- количество покупателей на рынке.

Обратная зависимость между ценой и величиной спроса называется **законом спроса**.

Кривая спроса — кривая, показывающая, какое количество экономического блага готовы приобрести покупатели по разным ценам в данный момент времени.

Кривая спроса — это графическое отображение закона спроса, имеет отрицательный наклон.

Движение вдоль кривой спроса отражает изменение в объеме спроса как результат изменения только цены.

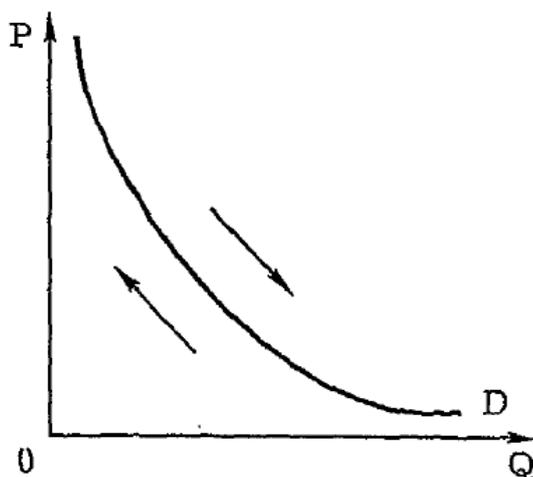


Рис. 3. Кривая спроса

Изменение спроса означает движение всей кривой спроса в ответ на изменение неценовых факторов.

Смещение кривой спроса вправо-вверх из положения D в положение D_2 , графически показывает увеличение спроса, смещение влево-вниз в положение D_1 — уменьшение спроса. Например, увеличение денежных доходов потребителей (при отсутствии инфляции) означает повышение спроса, т.е. сдвиг кривой D в положение D_2 .

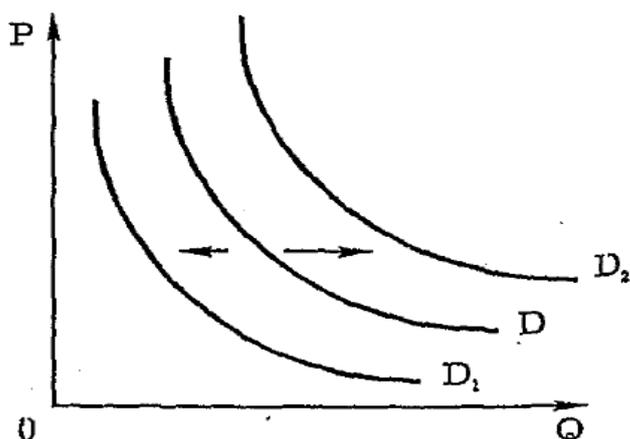


Рис. 4. Сдвиг кривой спроса

Индивидуальный спрос — спрос, предъявляемый отдельным покупателем.

Рыночный спрос — совокупность индивидуальных спросов.

Предложение (S) — количество товаров, предлагаемое на рынок по определенной цене в определенный момент времени.

Функция предложения — функция, определяющая предложение в зависимости от влияющих на него различных факторов.

Функция предложения: $Q_s = f(P)$, где

Q_s — величина предложения, P — цена.

Факторы предложения:

- ценовые — цена товара;
- неценовые — то, что ценой товара не является, но оказывает влияние на решение покупателя

К неценовым факторам предложения относятся:

- количество продавцов на рынке;
- технология производства;
- цены на ресурсы;
- сезонные изменения;

- ожидания (ценовые и дефицитные) продавцов;
- налоги и дотации.

Прямая зависимость между ценой и величиной предложения называется **законом предложения**.

Кривая предложения — кривая, которая показывает, какое количество экономического блага готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени, имеет положительный наклон.

Кривая предложения — это графическое отображение закона предложения.

Изменение цены графически показывается движением вдоль кривой предложения.

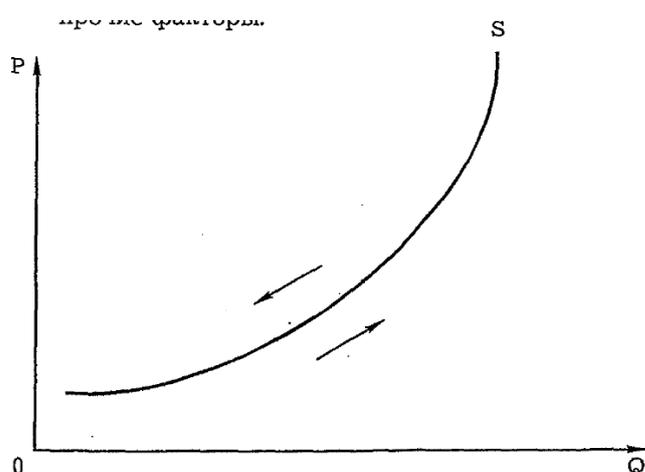


Рис. 5. Кривая предложения

Изменение предложения под влиянием не ценовых факторов графически показывается смещением кривой предложения вниз-вправо до положения S_1 , при увеличении предложения и вверх-влево из положения S в положение S_2 при уменьшении предложения.

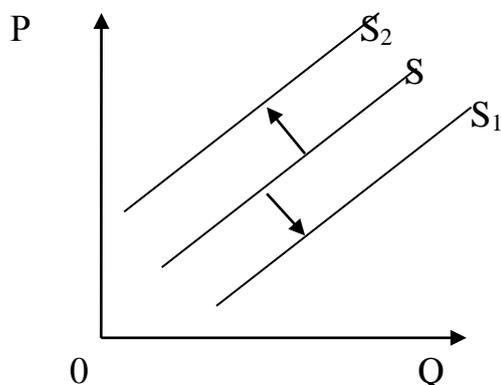


Рис. 6. Сдвиг кривой предложения

Индивидуальное предложение — количество товаров, предлагаемое на рынок одним производителем.

Рыночное предложение — совокупность индивидуальных предложений данного товара. Рыночное предложение находится арифметически, как сумма предложений данного товара разными производителями по каждой возможной цене. График рыночного предложения определяется путем горизонтального суммирования графиков индивидуального предложения.

В условиях рыночной экономики конкурентные силы способствуют синхронизации цен спроса и цен предложения, что приводит к равенству объемов спроса и объемов предложения, т.е. к состоянию равновесия (см. рис.7.).

Изменение рыночного спроса и предложения приводит к изменению рыночного равновесия.

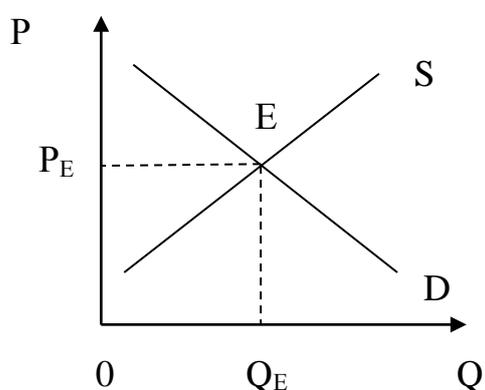


Рис. 7. Равновесие спроса и предложения

Равновесная цена (P_E) — цена, уравнивающая спрос и предложение в результате действия конкурентных сил. Рынок стихийно, автоматически способствует формированию равновесных цен.

Государство может вмешиваться в механизм рыночного равновесия, устанавливая фиксированные цены, выше или ниже цены равновесия, вводя налоги или предоставляя дотации. Если установленная государством максимальная цена (потолок цены) находится ниже равновесного уровня, то образуется дефицит товаров, если государство устанавливает минимум цены выше равновесного уровня (так называемая субсидируемая цена), то образуется излишек товаров (рис. 8).

Фиксация государством цен означает отключение механизма рыночной координации. Установившееся рыночное равновесие позволяет продавцам и покупателям получать дополнительную и взаимную выгоду от обмена. В этом проявляется общественная польза от установления равновесной цены.

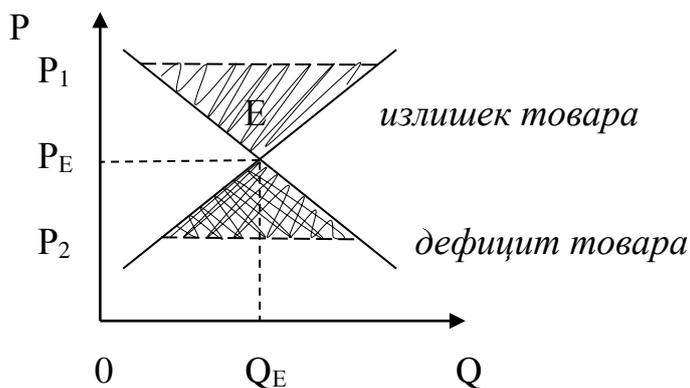


Рис. 8. Дефицит и излишек товаров на рынке.

Функции равновесной цены:

- информационная — служит основанием для принятия производителем решений о производстве товаров, а потребителем — решения о покупке.

- стимулирующая — стимулирует производителя снижать издержки производства, применять наиболее эффективные технологии в целях максимизации прибыли, владельцев экономических ресурсов к поиску наиболее эффективных сфер их приложения, что в итоге приводит к повышению эффективности распределения факторов производства, потребителей — искать пути оптимального использования своего ограниченного дохода.

- распределительная — распределение товаров между потребителями, ограниченных ресурсов между производителями.

Излишек (выигрыш) потребителя — дополнительная выгода потребителя от приобретения продукции по цене равновесия, разность между рыночной ценой, по которой потребитель приобретает товар, и максимальной ценой, которую потребитель готов заплатить за данный товар.

Излишек (выигрыш) производителя — дополнительная выгода производителя от продажи продукции по цене равновесия, разность между текущей рыночной стоимостью товара и минимальной ценой, по которой производитель готов продать свой товар.

Чистый общественный выигрыш — общая выгода от обмена, получаемая обществом, определяются как сумма излишков потребителя и производителя.

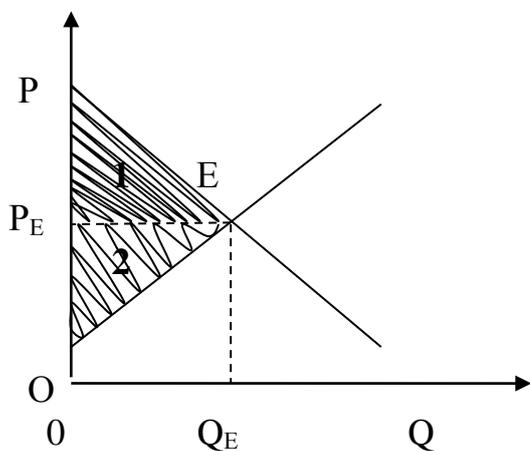


Рис. 9. Излишек (выигрыш) потребителя и производителя

Площадь прямоугольника PP_EE (1) — излишек (выигрыш) потребителя.

Площадь прямоугольника P_EOE (2) — излишек (выигрыш) производителя.

Площадь прямоугольника POE (1+2) — чистый общественный выигрыш.

Эластичность спроса относительно цены показывает относительное изменение объема спроса под влиянием изменения цены на один процент. Практическое значение при этом имеют не абсолютные величины, а относительные. Степень чувствительности потребителей к изменению цены измеряют с помощью коэффициента ценовой эластичности спроса (E):

$$E_D = (\Delta Q/Q) / (\Delta P/P).$$

Если $E_D > 1$ — спрос эластичный (это означает, что спрос изменяется быстрее изменения цены).

Если $E_D < 1$ — спрос не эластичный (спрос изменяется медленнее, изменения цены).

$E_D = 1$ — имеет место спрос с единичной эластичностью, т. е. снижение цены на 1% приводит к росту объема спроса тоже на 1%. Иными словами, изменение цены товара в точности компенсируется изменением спроса на него.

Если изменение цены не вызывает никакого изменения спроса, то $E_D = 0$ — абсолютно не эластичный спрос, если бесконечно малое изменение цены вызывает бесконечное расширение спроса, то $E_D = +\infty$ — абсолютно эластичный спрос.

Эластичность предложения по цене показывает относительное изменение объема предложения под влиянием изменения цены на один процент.

$$E_S = (\Delta Q/Q) / (\Delta P/P).$$

Если $E_S > 1$ — предложение эластично, если $E_S < 1$ — предложение не эластично.

$E_S = 1$ — предложение с единичной эластичностью.

Если изменение цены не вызывает никакого изменения предложения, то $E_S = 0$ — абсолютно не эластичное предложение, если бесконечно малое изменение цены вызывает бесконечное расширение предложения, то $E_S = +\infty$ — абсолютно эластичное предложение.

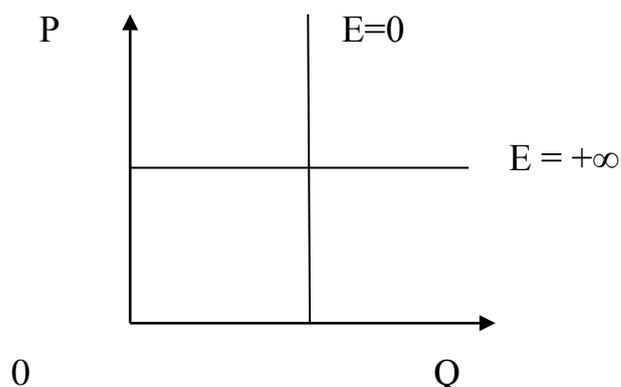


Рис. 10. Крайние случаи эластичности спроса и предложения

Факторы, влияющие на эластичность:

- наличие заменителей — чем больше товаров-субститутов, тем эластичнее спрос на данный товар.
- удельный вес товара в бюджете потребителя — обычно, чем выше удельный вес, тем выше ценовая эластичность спроса.
- размер дохода.
- качество товара — является ли данный товар предметом роскоши (спрос на такие товары, как правило, эластичен) или предметом необходимости (спрос на большинство из которых неэластичен).
- размеры запаса — чем больше запас, тем более эластичен спрос.
- ожидания потребителя — в коротком периоде спрос и предложение не эластичны, в длительном — эластичны.

Ключевые понятия

1. Рынок
2. Инфраструктура рынка
3. Трансакционные издержки
4. Спрос
5. Закон спроса
6. Кривая спроса
7. Индивидуальный спрос
8. Предложение
9. Закон предложения
10. Кривая предложения
11. Индивидуальное предложение
12. Эластичность
13. Равновесная цена
14. Излишек (выигрыш) потребителя
15. Излишек (выигрыш) производителя

Вопросы для самоконтроля и самоподготовки

1. Что такое рынок?
2. Дайте классификацию рынка по типам, видам и структуре.
3. Что такое спрос?
4. Назовите неценовые факторы, влияющие на спрос.
5. Что такое предложение?
6. Что понимается под эластичностью спроса?
7. Что понимается под эластичностью предложения?
8. Какие виды эластичности спроса вам известны?
9. Назовите неценовые факторы эластичности спроса, предложения?
10. Чем отличаются точечная и дуговая эластичности спроса?

1.4. Теория производства, издержек, прибыли.

Ключевые вопросы темы:

Фирма: ее основные черты и формы. Понятие производства в экономической теории. Производственные факторы и принципы их классификации. Производство в коротком и длительном периодах.

Понятие издержек и прибыли. Индивидуальные и общественные издержки. Принцип альтернативных затрат и издержки производства. Альтернативные издержки владельцев факторов. Явные и неявные издержки. Экономические издержки. Бухгалтерские издержки. Постоянные и переменные издержки. Выручка: общая, средняя и предельная. Прибыль бухгалтерская и экономическая.

Фирма является основным экономическим субъектом, осуществляющим хозяйственную деятельность и способствующим развитию национальной экономики.

«Фирма» и «предприятие» — различные экономические понятия, хотя часто эти понятия рассматриваются как синонимы, как форма организации предпринимательской деятельности.

Предприятие — это обособленная хозяйственная единица, осуществляющая производство товаров и услуг в любой отрасли экономики.

Под **фирмой** обычно понимают все или почти все формы организации предпринимательской деятельности. *Фирма* — это понятие более широкое, чем «предприятие». Фирма представляет собой организацию, осуществляющую хозяйственную деятельность на одном или более предприятиях, т.е. фирма может включать в себя несколько обособленных хозяйственных единиц. Фирма может осуществлять как коммерческую, так и производственную деятельность, в то время как предприятие осуществляет производственную деятельность. Понятия «фирма» и «предприятие» будут синонимами в том случае, если фирма включает одно производственное предприятие.

Часто одна фирма объединяет несколько предприятий в группу. В рамках одной фирмы входящие в ее состав предприятия объединяются по горизонтальному или вертикальному принципу, а также на основе конгломератных слияний.

Горизонтальная интеграция предполагает, что в рамках фирмы объединяются предприятия одной и той же отрасли, одного профиля, одной стадии производства.

Вертикальная интеграция имеет место в том случае, когда одной фирме принадлежат предприятия одной отрасли, но разных стадий производства некоторой продукции. Принцип вертикальной интеграции означает объединение предприятий одной технологической цепочки от добычи сырья до сбыта готовой продукции под контролем одной фирмы.

Конгломератные слияния представляют собой объединение предприятий различной отраслевой принадлежности, не связанных между собой технологически.

Фирмы отличаются друг от друга во многих отношениях: они функционируют в различных отраслях, их размеры варьируются от гигантских корпораций до маленьких фирм, они различаются по своему правовому устройству и т.д. Фирмы могут преследовать множество целей: максимизацию прибыли; минимизацию убытков; максимизацию объемов производства; максимизацию свободного времени предпринимателя и др., но одновременно все эти цели достигнуты быть не могут. Фирма в данный момент может выбрать только одну цель и *основная цель фирмы* — максимизация прибыли.

Производство — это процесс использования рабочей силы и оборудования в сочетании с природными ресурсами и материалами для изготовления необходимых товаров и оказания услуг.

Отношение между любым набором факторов производства и максимально возможным объемом продукции, производимым из этого набора факторов, описывается **производственной функцией**: $Q=f(K,L,M)$, где Q — максимальный объем продукции, производимый при данной технологии и данном соотношении капитала (K), труда (L) и материалов (M).

Производственная функция строится для данной технологии. Улучшение технологии, увеличивающее максимально достижимый объем выпускаемой продукции при любой комбинации факторов, отражается новой производственной функцией. Производственная функция может использоваться для определения минимального количества затрат, необходимого для производства любого данного объема товаров.

Экономически эффективный способ производства какого-либо заданного объема продукции – это такой способ, который минимизирует альтернативную стоимость используемых в процессе производства видов затрат. Возможности изменения способов производства варьируются в зависимости от того, сколько времени требуется фирме, чтобы отреагировать на изменения в рыночной конъюнктуре. Соответственно этому различают краткосрочный и долгосрочный периоды.

Краткосрочный период — это период времени, в течение которого фирма способна изменить лишь некоторые факторы производства, другие остаются неизменными.

Долгосрочный период — это период времени, достаточно продолжительный для того, чтобы фирма была способна изменить все свои факторы производства. В зависимости от характера процесса производства один и тот же астрономический период времени может быть краткосрочным и долгосрочным, например год для сталелитейного производства — короткий период, а для маленькой пекарни — длительный.

Производство в краткосрочном периоде описывается производственной функцией, отражающей зависимость объема выпуска от переменного фактора

при неизменных других факторах. Как правило, в краткосрочном периоде труд является переменным фактором, а капитал – постоянным. Для того, чтобы отразить влияние переменного фактора на —производство, вводятся понятия совокупного (общего), среднего и предельного продукта.

Совокупный продукт переменного фактора производства (TP) — это количество продукции, производимой при определенном количестве этого фактора и прочих неизменных факторах производства.

Средний продукт переменного фактора (AP) — это отношение совокупного продукта переменного фактора к использованному количеству этого фактора. Например, средний продукт труда AP_L определяется по формуле:

$$AP_L = \frac{TP}{L}$$

Предельный продукт переменного фактора (MP) — это изменение при прочих равных условиях совокупного продукта переменного фактора в соответствии с изменением его используемого количества. Предельный продукт труда MP_L определяется следующим образом: $MP_L = \frac{\Delta TP}{\Delta L}$

Для производственной функции $Q=f(K, L, M)$ предельный продукт труда при изменении на очень малую величину затрат труда равен $\frac{\partial Q}{\partial L}$

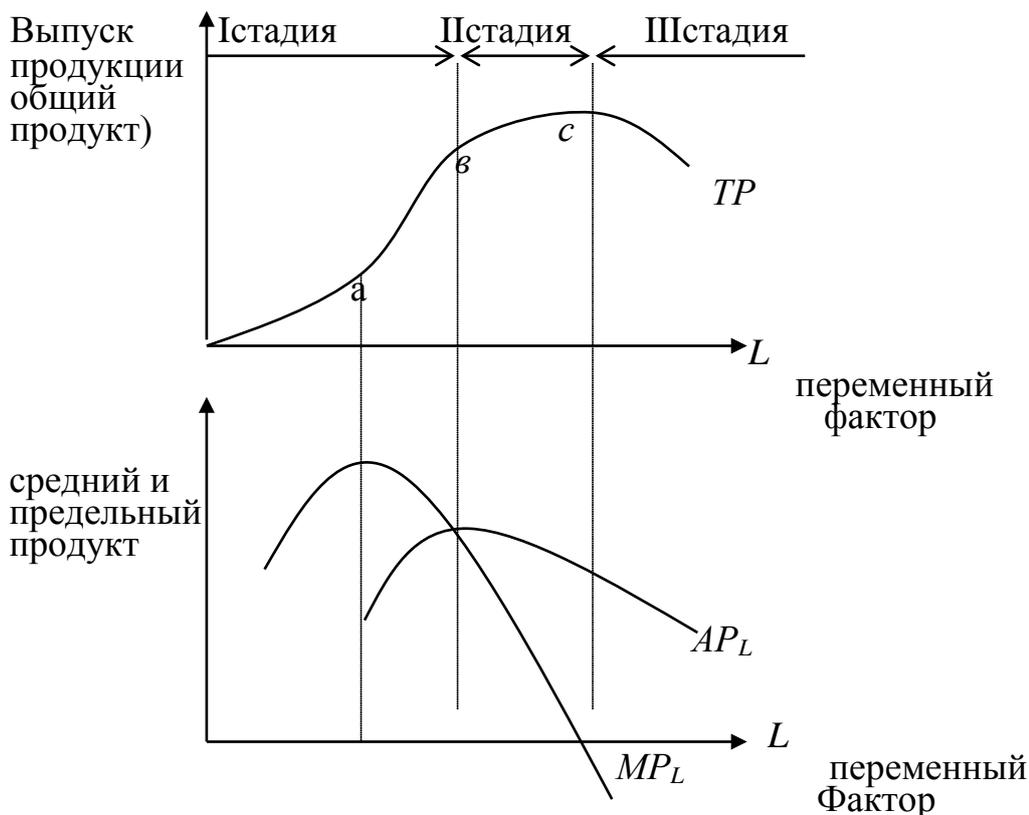


Рис. 11. Общий, средний, предельный продукт.

Совокупный продукт (TP) с ростом использования в производстве переменного фактора будет увеличиваться, но этот рост имеет определенные преде-

лы в рамках заданной технологии. В точке с совокупный продукт достигает своего максимума, а предельный продукт труда равен нулю. Предельный продукт вначале растет, а затем, достигнув максимума в точке *a*, снижается. Такое очертание кривой предельного продукта *MP* отражает действие **закона убывающей предельной производительности (убывающей отдачи)**, который гласит, что с ростом использования какого-либо производственного фактора (при неизменности остальных) неизбежно наступает момент, когда отдача от каждой последующей единицы переменного фактора начнет снижаться.

На I-ой стадии отношение труда к капиталу еще далеко от желаемого. Капитал, являясь постоянным фактором производства, на этой стадии находится в избытке. На III-ей стадии, наоборот количество переменного фактора слишком велико по отношению к постоянному фактору производства. Целесообразно избежать первой и третьей стадии и остаться во второй стадии производства. Только на ней не наблюдается избытка эффективно используемых труда или капитала. В пределах второй стадии производства для менеджера не будет необходимости оплачивать неиспользуемое оборудование и другие постоянные факторы производства. Не произойдет и избытка труда над капиталом.

Важные аспекты производства могут быть учтены при рассмотрении только двух групп факторов — труда и капитала. Двухфакторная производственная функция дает возможность графического анализа производства.

Изокванта — кривая, представляющая бесконечное множество комбинаций факторов производства (ресурсов), обеспечивающих одинаковый выпуск продукции.

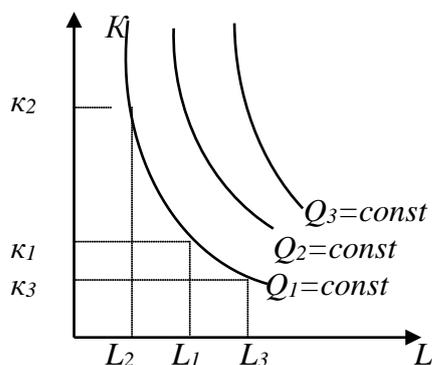


Рис. 12. Карта изоквант

Совокупность изоквант, каждая из которых показывает максимальный выпуск продукции, достигаемый при использовании определенных сочетаний ресурсов, называется **картой изоквант**.

Свойства изоквант:

- имеют отрицательный наклон;
- выпуклы относительно начала координат;
- не пересекаются друг с другом;

– чем выше и правее расположена изокванта, тем больший объем выпуска она представляет.

Важной характеристикой изокванты является угол ее наклона, который показывает в каком соотношении возможно замещение одного ресурса другим без изменения объема выпуска продукции.

Предельная норма технологического (или технического) замещения трудом капитала (MRTS) определяется величиной капитала, которую может заменить каждая единица труда, не вызывая увеличения или сокращения производства. $MRTS = -\frac{\Delta K}{\Delta L} \quad Q = const.$

Изменение угла наклона изокванты, обусловленное уменьшением предельной нормы технического замещения одного фактора другим, свидетельствует о том, что эффективность использования любого ресурса ограничена.

Совокупные издержки (C) использования какого-либо количества обоих этих факторов составит: $C = P_L \cdot L + P_K \cdot K$, где P_L – цена труда, P_K – цена капитала.

Максимизировать выпуск при данных издержках позволяет прямая равных издержек, или **изокоста** — описывается уравнением: $K = \frac{C}{P_K} - \frac{P_L \cdot L}{P_K}$.

Это уравнение прямой представляет комбинации ресурсов, использование которых ведет к одинаковым затратам, израсходованным на производство.

Угол наклона изокосты равен отношению цен затрачиваемых факторов, взятому с отрицательным знаком.

Касание изокванты и изокосты определяет положение равновесия производителя, поскольку позволяет достичь максимального объема производства при имеющихся средствах, которые фирма может потратить на приобретение ресурсов.

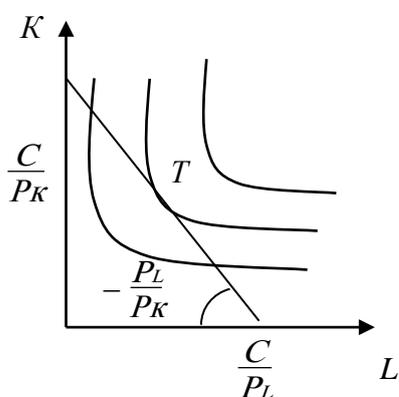


Рис. 13. Равновесие производителя.

Учитывая, что в точке касания T изокванта и изокоста технического замещения, можно утверждать, что равновесие производителя достигается при выполнении следующего равенства: $-\frac{\Delta K}{\Delta L} = -\frac{P_L}{P_K}$

При увеличении бюджета производителя или снижении цен ресурсов изокоста сдвигается вправо, касаясь уже другой изокванты, отражающей более высокий уровень выпуска продукции. Соединив непрерывной линией точки касания изокост с изоквантами, получим «линию развития» фирмы.

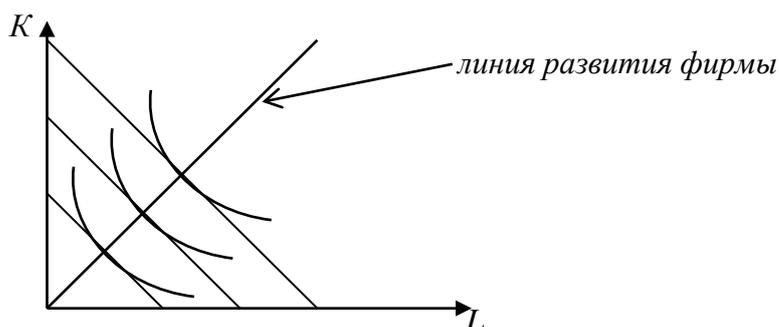


Рис. 14. Линия развития фирмы

За продолжительный период времени могут измениться все факторы производства. Принято считать, что фирма изменяет масштаб производства, когда все используемые факторы изменяются в одной пропорции.

Различают:

1. **Положительный эффект масштаба производства**, когда рост выпуска продукции опережает увеличение затрат на ресурсы, вследствие чего долгосрочные средние издержки фирмы падают по мере увеличения выпуска. Существует три основные причины возникновения экономии от масштаба:

- неделимость производства
- специализация и разделение труда
- существование технической экономии.

2. **Постоянный эффект масштаба производства**, когда выпуск продукции увеличивается в той же пропорции, что и затраты на ресурсы. Средние издержки фирмы при этом остаются на прежнем уровне.

3. **Отрицательный эффект масштаба производства**, когда объем выпускаемой продукции увеличивается в меньшей степени, чем затраты на ресурсы, в результате с увеличением выпуска долгосрочные средние издержки возрастают. Отрицательная экономия от масштаба производства свидетельствует о том, что минимально эффективный размер предприятия уже достигнут и дальнейшее наращивание производства нецелесообразно, и, прежде всего ввиду значительного роста управленческих расходов при расширении масштабов деятельности.

Издержки производства — это стоимость ресурсов, используемых в процессе производства.

Индивидуальные (частные) издержки — это те затраты, которые несет каждая отдельная фирма. Они включают все элементы затрат отдельного производителя на производство данного объема продукции: сырье, материалы, топливо, электроэнергия, амортизация, зарплата и т.д.

Под **общественными издержками** понимают те затраты, которые несет общество в связи с деятельностью данной фирмы.

Явные издержки представляют собой сумму реальных расходов на оплату использованных в производстве ресурсов (сырья, материалов, топлива, рабочей силы, амортизации и пр.).

Под **неявными** понимаются издержки, связанные с потреблением ресурсов, находящихся в собственности самой фирмы: оплата предпринимательской деятельности, процент на собственный капитал фирмы и др. Неявные затраты обычно калькулируются, и их относят к расходам, связанным с эксплуатацией фирмы.

Безвозвратные издержки — издержки, осуществляемые предпринимателями единожды, которые не могут быть возвращены ни при каких обстоятельствах, даже в том случае, когда предприятие полностью прекращает свою предпринимательскую деятельность в данной сфере. Безвозвратные издержки не учитываются в текущих издержках производства предприятия, связанных с его производственной деятельностью.

В коротком периоде издержки производства делятся на постоянные и переменные. В длительном периоде все издержки производства переменные.

Постоянные издержки (FC) — это издержки, величина которых не зависит от объема выпускаемой продукции. **Переменные издержки (VC)** — издержки, величина которых зависит от объема выпускаемой продукции.

Валовые издержки (TC) — сумма постоянных и переменных издержек, исчисляемая для каждого данного объема производства: $TC = FC + VC$.

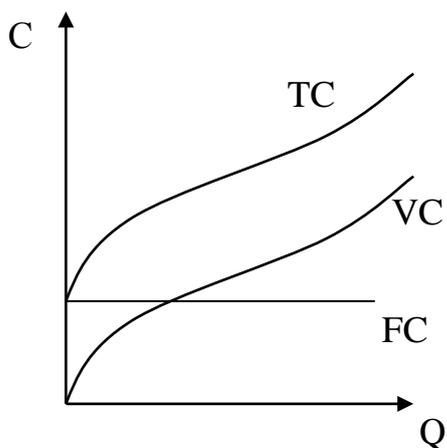


Рис. 15. Постоянные, переменные, общие (валовые) издержки.

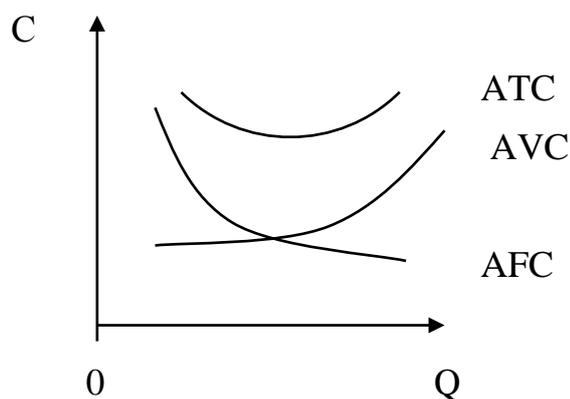


Рис. 16. Средние издержки

Средние постоянные издержки (AFC) — постоянные издержки, в рас-

чете на единицу продукции:

$$AFC = \frac{TFC}{Q_x}$$

Средние переменные издержки (AVC) — переменные издержки в расче-

те на единицу продукции:

$$AVC = \frac{TVC}{Q_x}$$

Средние общие издержки (ATC) — общие издержки в расчете на едини-

цу продукции:

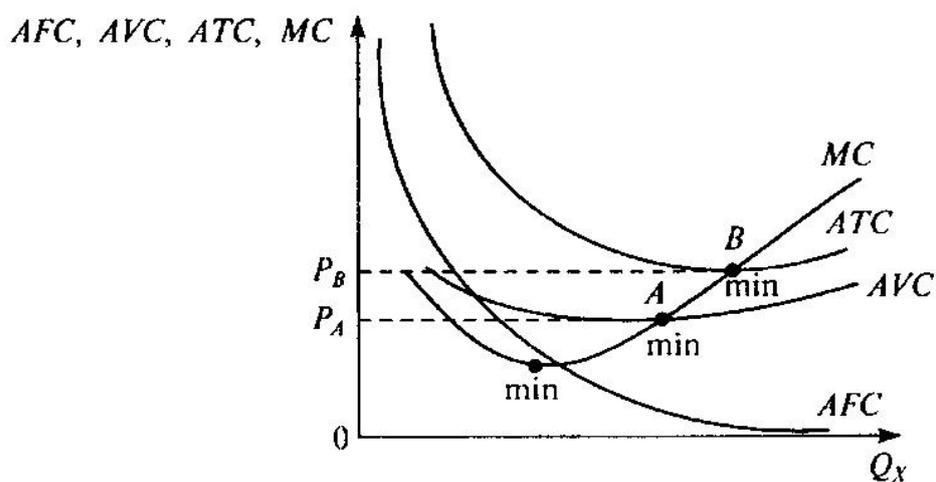
$$ATC = \frac{TC}{Q_x} \text{ или } ATC = \frac{TFC + TVC}{Q_x} = \frac{TFC}{Q_x} + \frac{TVC}{Q_x} = AFC + AVC$$


Рис. 17. Средние и предельные издержки.

Предельные издержки (MC) — дополнительные издержки, необходимые

для производства каждой последующей единицы продукции:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q_x}$$

Кривая предельных издержек пересекает кривую средних переменных издержек и кривую совокупных издержек в точках их минимального значения.

Особенностью издержек в долгосрочном периоде является то, что все они носят переменный характер — фирма может увеличить или сократить мощности, а также у нее достаточно времени, чтобы принять решение покинуть данный рынок или вступить на него, перейдя из другой отрасли.

Кривые ATC_1 , ATC_2 , ATC_3 , ATC_4 , — кривые средних издержек в коротком периоде, соединив точки их минимума, получаем кривую средних совокупных издержек в долгосрочном периоде $LRATC$.

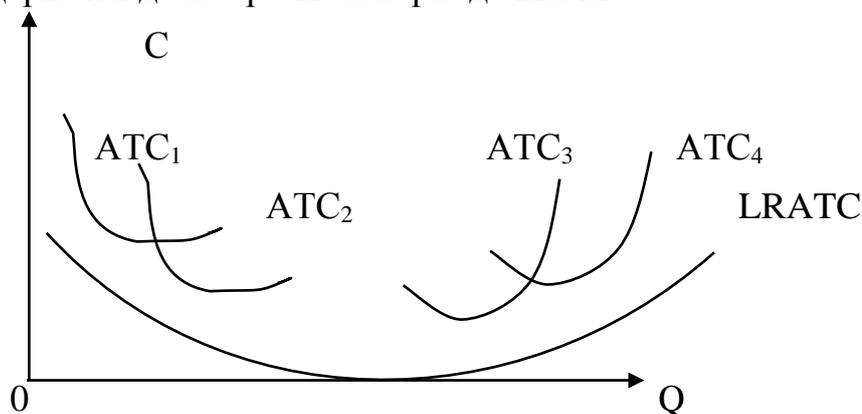


Рис. 18. Кривая средних долгосрочных издержек

Прибыль определяется как разница между выручкой от реализации продукции (валовым доходом) и общими (валовыми) издержками. В форме выручки формируется доход фирмы.

Величина выручки зависит от цены и количества реализуемой продукции. Умножая количество проданной продукции на цену, получим величину совокупной выручки фирмы, или **валового дохода (TR)**: $TR = PQ$.

Средний доход (AR) — это доход в расчете на одну проданную единицу товара, рассчитывается как общий доход (TR), отнесенный к объему продаж (Q)

$$AR = \frac{TR}{Q}$$

Предельный доход (MR) — это изменение общего дохода в результате продажи еще одной дополнительной единицы продукции. Предельный доход может быть подсчитан для любого объема выпуска из следующей формулы:

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$$

Прибыль фирмы (П) — разница между валовым доходом и валовыми издержками — в этом случае будет описываться следующим образом:

$$П = TR - TC.$$

Ключевые понятия

1. Фирма
2. Предприятие

3. Производство
4. Производственная функция
5. Закон убывающей отдачи
6. Изокванта
7. Предельная норма технологического замещения (MRTS)
8. Изокоста
9. Издержки производства
10. Постоянные издержки
11. Переменные издержки
12. Выручка
13. Прибыль

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем принципиальное отличие фирмы от предприятия?
2. О чем говорит закон убывающей предельной производительности?
3. Что такое изокоста?
4. Что такое изокванта?
5. Что понимается под картой изоквант?
6. Почему изокванты имеют положительный наклон?
7. Назовите основные свойства изоквант.
8. Изокванты пересекаются?
9. Что такое прибыль?
10. Что понимается под эффектом масштаба производства?

1.5. Теория потребительского выбора.

Ключевые вопросы темы:

Понятие полезности. Кардиналистский и ординалистские подходы к анализу поведения потребителя. Кривые безразличия. Бюджетные ограничения потребителя. Оптимум потребителя. Изменение дохода и линия «доход-потребление». Кривые Энгеля. Изменение цены и линия «цена-потребление».

Теория потребительского поведения (выбора) исследует особенности поведения потребителей на рынке, механизм потребительского выбора, что имеет принципиально важное значение для продавцов, т. к. позволяет им оказывать целенаправленное влияние на потребителей, с целью увеличения продаж и максимизации прибыли.

Теория потребительского поведения учитывает ряд ограничений, которые не дают людям возможности приобретать все, что они хотят. Одно из таких ограничений — бюджетное. Денежные доходы всех потребителей ограничены и приобрести они могут ограниченное количество благ. Следующим ограничением являются цены благ. Все представленные на рынке блага имеют заданную цену, определяемую величиной издержек производства этих благ.

Механизм потребительского поведения и теория потребительского поведения опирается на ряд положений (постулатов):

1. *Множественность* — каждый потребитель желает потреблять множество разнообразных благ.

2. *Суверенитет* — каждый потребитель принимает индивидуальное решение о покупке того или иного блага и не может оказать решающего воздействия на их производителей, но рыночный механизм суммирует эти индивидуальные решения множества потребителей и доводит это совокупное решение до производителя. Если выбор потребителей сделан в пользу определенного блага и потребители приобрели его, уплатив определенную цену, то производитель данного блага получает прибыль и право на дальнейшее развитие производства. Суверенитет потребителя предполагает его способность воздействовать на производителя.

3. *Рациональность* — важным фактором, определяющим выбор потребителя, является его система предпочтений. Одни и те же блага будут приносить разную полезность разным людям. Не существует какой-то объективной шкалы, позволяющей определить полезность того или иного блага, но каждый потребитель имеет свою субъективную шкалу предпочтений. Поведение человека рационально, если он знает, какой набор благ ему необходим, может сравнить различные наборы благ и выбрать самый предпочтительный для себя.

4. *Денежный потребителя ограничен;*

5. *Потребители стремятся максимизировать совокупную полезность.*

Полезность — способность блага удовлетворять одну или несколько потребностей человека, понятие субъективное.

Функция полезности — соотношение между объемами потребляемых благ и уровнем полезности, достигаемой при этом потребителем. Математически функция полезности выглядит следующим образом:

$$U = f(Q_x, Q_y), \text{ где}$$

f — символ функции;

U — уровень полезности;

Q_x, Q_y — количество товаров X и Y, потребленных за определенный период.

В данную функцию можно включить любое количество переменных. Функция демонстрирует, что полезность, получаемая человеком, зависит только от количества потребляемых благ.

Общая (совокупная) полезность — удовлетворение, получаемое потребителем от потребления данного количества благ за определенный промежуток времени, увеличивается по мере потребления все большего количества благ, но, как правило, со все меньшей скоростью. Если дальнейшее потребление блага приносит вред (предельная полезность отрицательна), то общая полезность снижается (рис. 19. а).

Совокупная полезность определяется суммированием показателей предельной полезности и рассчитывается следующим образом:

$$TU = MU_1 + MU_2 + \dots + MU_n, \text{ где}$$

TU — совокупная полезность;

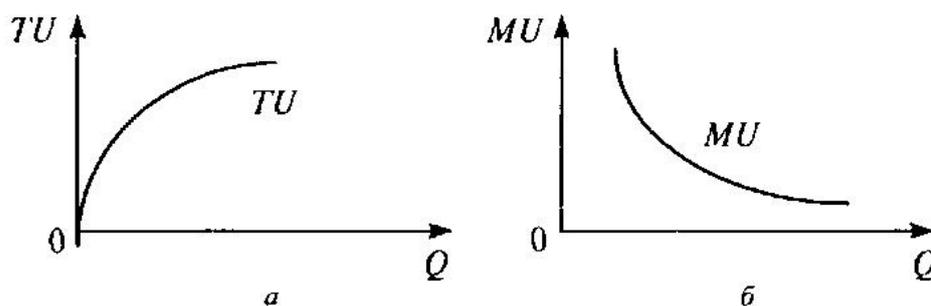
MU — предельная полезность.

Предельная полезность — дополнительная полезность, получаемая потребителем от потребления дополнительной единицы блага (рис. 19. б), определяется как отношение изменения величины совокупной полезности к изменению количества потребленного блага:

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta Q} = \frac{TU_2 - TU_1}{Q_2 - Q_1},$$

где TU_1 и TU_2 — первоначальная и новая величина совокупной полезности;

Q_1 и Q_2 — первоначальное и новое количество блага.



Совокупная (а) и предельная (б) полезность

Рис. 19. Совокупная (общая) и предельная полезность

Закон убывающей предельной полезности (первый закон Госсена) гласит, что по мере потребления дополнительных единиц блага предельная полезность каждой последующей единицы будет меньше, чем предыдущей (рис. 20).

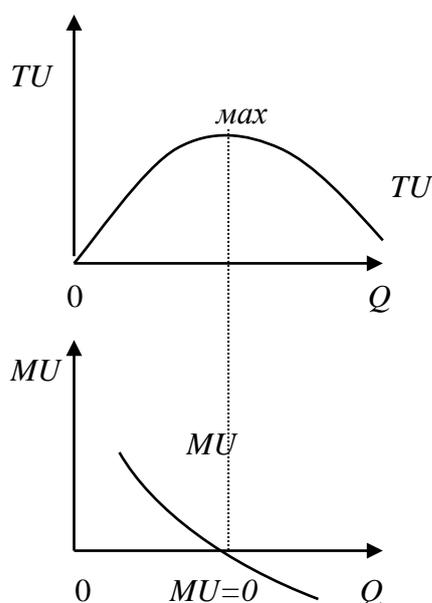


Рис. 20. Первый закон Госсена

Закон убывающей предельной полезности лежит в основе определения спроса и объясняет, почему кривая спроса является нисходящей. Чем большим запасом блага обладает потребитель, тем меньшую ценность для него имеет каждая следующая дополнительная его единица. Если каждая последующая единица блага обладает все меньшей и меньшей предельной полезностью, то потребитель станет покупать дополнительные единицы блага лишь при условии падения их цены.

В теории полезности существуют два направления: кардиналистское и ординалистское. Исторически и методологически кардиналистская теория потребительского поведения предшествовала ординалистской.

Кардиналистская (количественная) теория потребительского поведения — при решении поставленной задачи предполагает возможность теоретической измеримости полезности блага. Сторонники теории (К. Менгер, Л. Вальрас) полагали, что полезность можно измерить в условных единицах — ютилях (от англ. utility — полезность). Количественная измеримость полезности позволяет потребителю измерить полезность любой дополнительной единицы блага (предельная полезность) и оценить величину общей полезности данной совокупности благ.

Основополагающее положение этой теории — постулат об убывании предельной полезности благ. Опираясь на этот постулат, можно сформулировать правило равновесия потребителя.

Потребительский выбор — это выбор, максимизирующий функцию полезности рационального потребителя в условиях ограниченности ресурсов (денежного дохода).

Потребительское равновесие — ситуация, когда потребитель, ограниченный данным бюджетом, не может увеличить общую полезность, расходуя меньше средств на приобретение одного блага и больше — на приобретение другого. Каждый потребитель использует множество разнообразных благ и для каждого из них действует закон убывающей предельной полезности. Рациональный потребитель будет приобретать в первую очередь блага, приносящие наибольшую полезность и будет наращивать потребление каждого блага до тех пор, пока предельные полезности этих благ не станут равны.

Это правило поведения потребителя получило название **второго закона Госсена**: $MU_1 = MU_2 = \dots = MU_n$.

В ситуации потребительского равновесия полезности денежных единиц, затраченных на приобретение различных благ, должны быть равны. Правило максимизации полезности, заключается в том, что денежный доход потребителя должен быть распределен таким образом, чтобы последняя денежная единица, затраченная на приобретение каждого вида блага, приносила бы одинаковую предельную полезность:

$$\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \dots = \frac{MU_n}{P_n},$$

где P_1, P_2, P_n — цена блага 1, 2, n.

MU_1, MU_2, MU_n — предельная полезность соответственно блага 1, 2, n

Таким образом, потребитель будет предъявлять спрос на данное благо до тех пор, пока предельная полезность этого блага в расчете на одну денежную единицу, не станет равной предельной полезности на одну денежную единицу, потраченную на приобретение другого блага. Используя это правило, потребитель, не выходя за пределы своего бюджета, приобретает набор товаров и услуг, приносящий ему наибольшую сумму полезности.

Если равенство не выполняется, то произойдет некоторое перераспределение потребительских расходов между благами в пользу блага с более высоким уровнем предельной полезности в расчете на денежные единицы, что приведет к увеличению совокупной полезности для потребителя. Действительно, если цена на второе благо понизилась, то равновесие нарушается: $MU_1/P_1 < MU_2/P_2$, т. е. последняя денежная единица, затраченная на второе благо, стала приносить большую полезность, чем последняя денежная единица, затраченная на первое благо. Для восстановления равновесия, исходя из закона убывающей предельной полезности, существуют два пути. В первом случае необходимо увеличить предельную полезность первого блага, для чего следует сократить потребление этого относительно дорогого товара. Во втором случае следует уменьшить предельную полезность второго блага, увеличив потребление этого относительно дешевого блага. Поступая таким образом, покупатель будет действовать в точном соответствии с законом спроса и вновь достигнет состояния потребительского равновесия и сможет максимизировать получаемую полезность.

Функция полезности максимизируется когда денежный доход потребителя распределяется таким образом, что каждая последняя денежная единица (рубль и т.д.), затраченная на приобретение любого блага, приносит одинаковую предельную полезность.

Ординалистская (порядковая) теория потребительского поведения — полезность категория субъективная и поэтому принципиально не верно пытаться измерить ее с помощью абсолютной шкалы, поэтому абсолютная шкала была заменена относительной, а поведение потребителя было предложено описывать с помощью предпочтения или ранжирования.

Аксиомы ординалистского подхода:

1. **Множественность видов потребления** — потребности разнообразны и каждый потребитель желает потреблять множество разнообразных индивидуальных благ.

2. **Ненасыщенность** — потребитель стремится иметь большее количество любых товаров и услуг, он не пресыщен ни одним из них. Предельная полезность всех экономических благ всегда положительна.

3. **Транзитивность** — теория потребительского выбора исходит из постоянства и определенной согласованности вкусов потребителя. Логически это может быть выражено следующим образом: если А, В и С являются комбинациями каких-либо благ и потребитель безразличен в выборе между наборами А и В и между В и С, то он также безразличен в выборе между А и С.

4. **Субституция** — потребитель согласен отказаться от небольшого количества блага А, если ему предложат взамен большее количество блага-субститута.

5. **Убывающая предельная полезность** — предельная полезность какого-либо блага зависит от его общего количества, которым располагает данный потребитель.

Основными инструментами анализа в ординалистском подходе являются кривые безразличия и линии бюджетного ограничения.

Кривая безразличия — показывает различные комбинации двух экономических благ, имеющих одинаковую полезность для потребителя.

Свойство кривых безразличия:

- чем правее и выше расположена кривая безразличия, тем большее удовлетворение приносят представленные ею комбинации двух благ.
- множество кривых безразличия на плоскости называется **картой кривых безразличия**.
- имеют отрицательный наклон;
- выпуклы относительно начала координат;
- никогда не пересекаются друг.

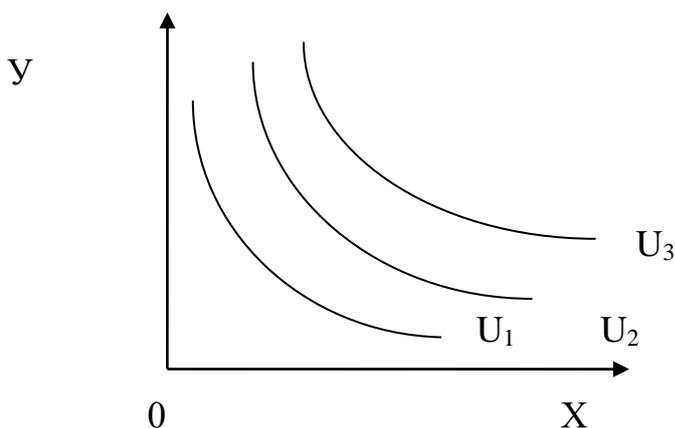


Рис. 21. Карта кривых безразличия

Предельная норма замещения (MRS) — количество, на которое потребление одного из двух благ должно быть увеличено (или уменьшено), чтобы полностью компенсировать потребителю уменьшение (или увеличение) потребления другого блага на одну дополнительную (предельную) единицу. $MRS_{xy} = -\Delta X/\Delta Y$,

Кривые безразличия лишь показывают возможность замены одного блага другим, но они не определяют, какой именно набор товаров потребитель считает для себя наиболее выгодным.

Бюджетное ограничение (линия цен, прямая расходов) — показывает, какие потребительские наборы можно приобрести за данную сумму денег.

$I = XP_x + YP_y$ — **уравнение бюджетного ограничения**, где I — доход потребителя, P_x — цена блага X , P_y — цена блага Y , X и Y составляют соответственно купленные количества благ.

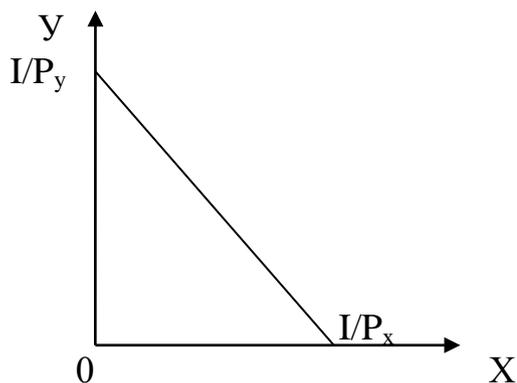


Рис. 22. Линия бюджетного ограничения

Точка касания кривой безразличия и линии бюджетного ограничения (т. Е на рис. 12) означает равновесие потребителя.

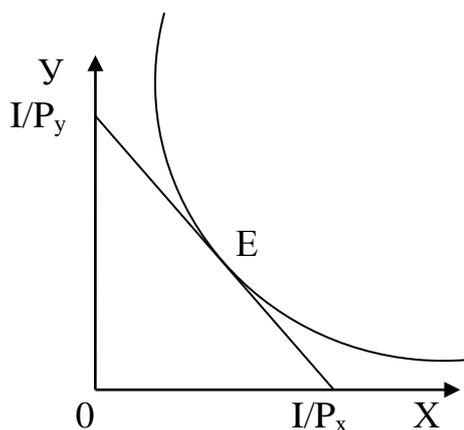


Рис. 23. Равновесие потребителя

Увеличение денежного дохода потребителя на графике показывается параллельным смещением линии бюджетного ограничения вверх и вправо. Аналогичное смещение кривой имеет место при снижении цен обоих товаров, что также означает увеличение реального дохода. При уменьшении денежного дохода или росте цен товаров линия бюджетного ограничения сдвигается влево вниз. Изменение дохода потребителя или изменение цен товаров во времени на графике отражается смещением точки оптимума потребителя. Соединив все точки оптимума получаем кривую *«доход-потребление»* (кривая Хикса, кривая уровня жизни). Кривая *«доход-потребление»* всегда выходит из начала координат, но ее конфигурация может быть различной.

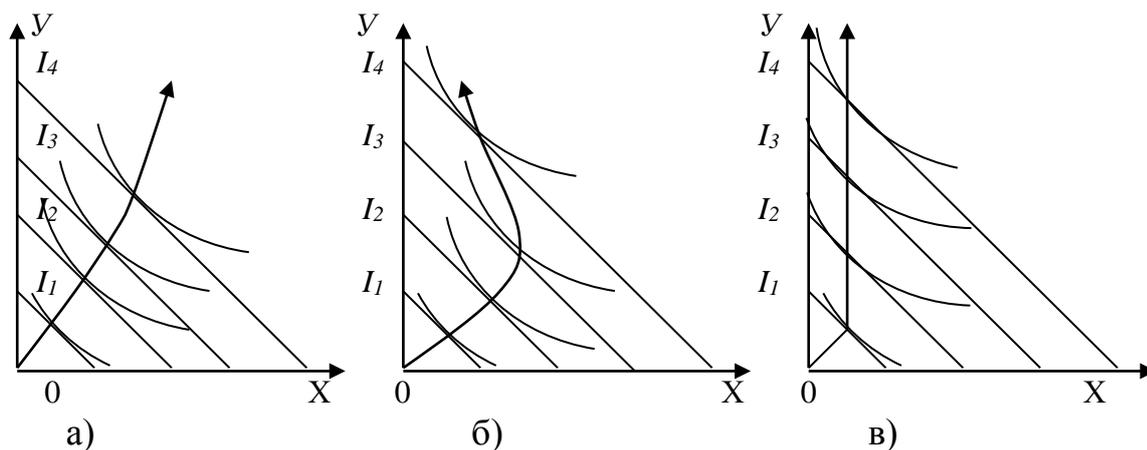


Рис. 24. Кривая «доход — потребление»

Рис. 24. а — кривая *«доход-потребление»* имеет восходящий характер в том случае, если оба товара являются нормальными.

Рис. 24. б — кривая *«доход-потребление»* имеет убывающий характер для некачественного товара X.

Рис. 24. в — кривая *«доход-потребление»* имеет вертикальный характер для товаров, потребление которых не зависит от дохода.

Кривая Энгеля показывает соотношение между доходом и объемом покупаемых товаров при заданных прочих факторах, влияющих на спрос. Кривая Энгеля может быть получена из кривой «доход-потребление». Форма кривой Энгеля отражает информацию о реакции потребителя на изменение дохода.

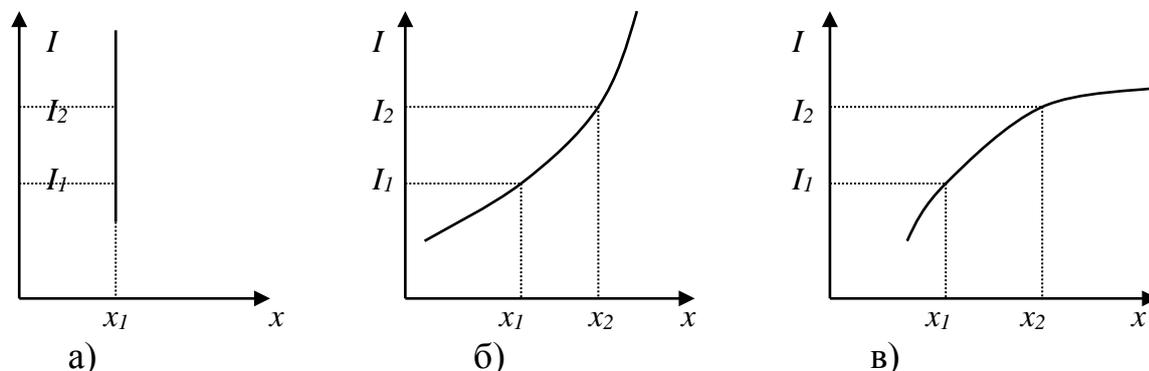


Рис. 25. Кривые Энгеля

Рис. 25. а — кривая Энгеля для товара, который потребляется независимо от уровня дохода потребителя.

Рис. 25 б — кривая Энгеля для нормального товара x имеет восходящий характер.

Рис. 25 в — кривая Энгеля для предметов роскоши.

Закон Энгеля — с ростом реального дохода потребителя потребление им вторичных благ возрастает быстрее, чем благ первой необходимости. Прежде всего, происходит насыщение продовольственными товарами, затем промышленными товарами стандартного качества и лишь позднее – высококачественными товарами и услугами. Отмечена любопытная закономерность: даже после перехода к потреблению высококачественных товаров и услуг происходит новый всплеск спроса на промышленные товары стандартного качества, которые используются потребителем для повседневных нужд.

Ключевые понятия

1. Полезность
2. Функция полезности
3. Совокупная полезность
4. Предельная полезность
5. Потребительский выбор
6. Потребительское равновесие
7. Функция полезности
8. Законы Госсена
9. Кривая безразличия
10. Карта кривых безразличия
11. Предельная норма замещения (MRS)

12. Бюджетное ограничение

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое кривая безразличия?
2. Назовите основные свойства кривой безразличия.
3. В чем основная идея кардиналистского подхода к анализу поведения потребителя?
4. Назовите и поясните основные аксиомы ординалистского подхода.
5. Что понимается под общей полезностью?
6. Что такое предельная полезность?
7. Что понимается под рациональным потребительским выбором?
8. Что понимается под бюджетным ограничением потребителя?
9. Что понимается под предельной нормой замещения?
10. В каких случаях поведение потребителя следует считать рациональным?

1.6. Структуры рынка: конкуренция и монополия.

Ключевые вопросы темы:

Модель поведения фирмы в условиях совершенной конкуренции. Монополия и ее основные черты. Последствия монополизации. Поведение фирмы в условиях монополистической конкуренции. Олигополия и ее характерные черты. Модели олигополии.

Рыночная структура отражает все наиболее важные аспекты рынка — количество фирм в отрасли, тип производимого продукта, возможности для входа и выхода из нее фирм, количество покупателей, способность отдельной фирмы воздействовать на рыночные цены.

Конкуренция — это соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Различают совершенную и несовершенную конкуренцию.

Совершенная конкуренция — это соперничество многочисленных производителей, создающих примерно одинаковые объемы идентичной (совершенно заменяемой) продукции.

Несовершенная конкуренция в отличие от совершенной ограничена влиянием монополий и государства.

Различают рынок: совершенной конкуренции; монополии; монополистической конкуренции; олигополии.

Основные признаки рынка совершенной конкуренции:

1. Наличие на рынке значительного количества продавцов и покупателей данного блага. Это означает, что ни один продавец, ни один покупатель на рынке не способен оказать воздействие на рыночное равновесие, что свидетельствует об отсутствии у кого-либо из них рыночной власти.

2. Торговля осуществляется стандартизированным продуктом. Это означает, что реализуемый в отрасли разными фирмами продукт настолько однороден, что у потребителей нет основания предпочитать продукцию одной фирмы продукции другого производителя.

3. Отсутствие возможности для одной фирмы влиять на рыночную цену, так как в отрасли много фирм, и выпускают они стандартизированный товар. В условиях совершенной конкуренции каждый отдельный продавец вынужден соглашаться с ценой, диктуемой рынком.

4. Отсутствие неценовой конкуренции, что связано с однородным характером реализуемой продукции.

5. Покупатели хорошо информированы о ценах;

6. Продавцы не в состоянии вступить в сговор по поводу цен, что обусловлено большим количеством фирм на данном рынке.

7. Свободный вход и выход из отрасли, т. е. входные барьеры, блокирующие вход на данный рынок, отсутствуют. На рынке совершенной конкуренции не возникает сложностей с созданием новой фирмы, не возникает проблем в случае, если отдельная фирма примет решение покинуть отрасль (поскольку фирмы невелики по размерам, всегда найдется возможность продать бизнес).

На практике ни один из существующих рынков не соответствует всем критериям совершенной конкуренции.

Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы — горизонтальная линия на уровне равновесной цены, сложившейся на рынке в результате взаимодействия спроса и предложения на данный товар, означает, что фирма не может оказывать влияние на цену и, следовательно, проводить собственную ценовую политику.

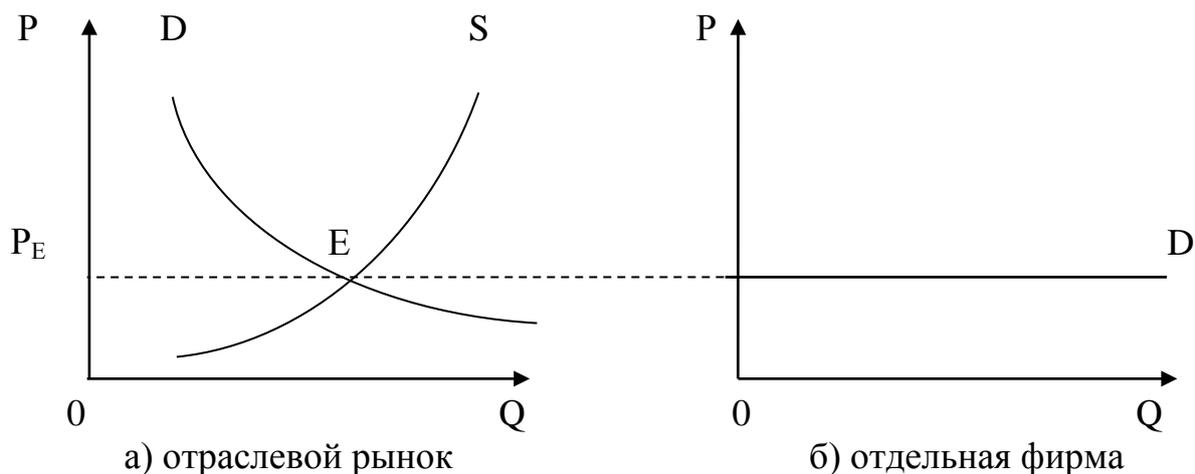


Рис. 26 Спрос на продукцию конкурентной фирмы

Конкурентная фирма может оказывать влияние на свой доход, только изменяя объем продаж. В условиях совершенной конкуренции предельный доход конкурентной фирмы равен цене товара, т.е. $MR = P$.

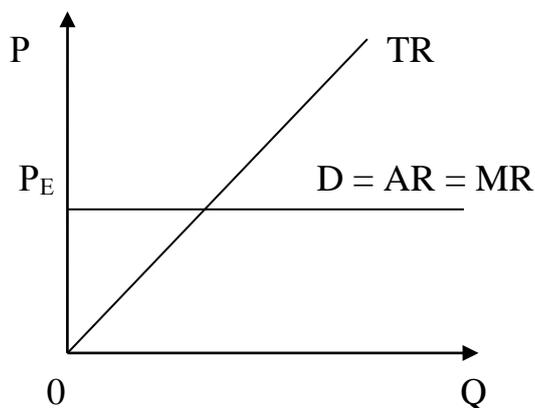


Рис. 27. Кривые валового, среднего и предельного дохода конкурентной фирмы

В краткосрочном периоде конкурентная фирма может быть прибыльной и убыточной. $MR=MC$ — условие оптимизации объема выпуска продукции (Q^*), Наличие прибыли или убытков показывает сопоставление цены и средних издержек

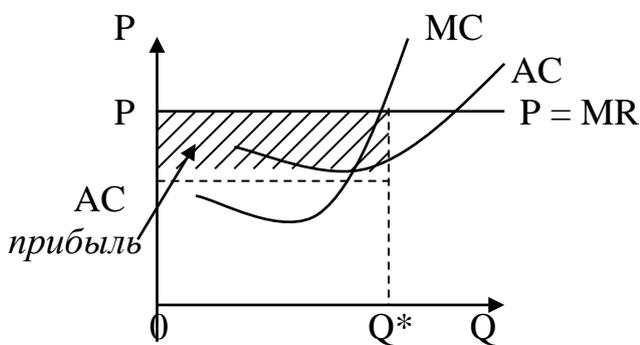


Рис. 28. Конкурентная фирма, максимизирующая прибыль в коротком периоде

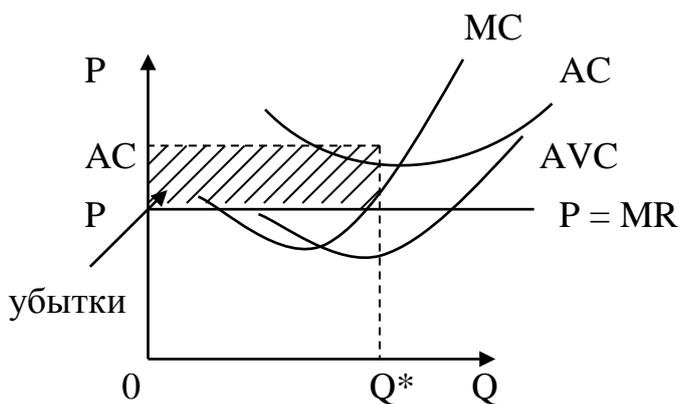


Рис. 29. Конкурентная фирма, минимизирующая убытки в коротком периоде

Несмотря на убытки, фирме следует продолжать производство, т.к. в случае прекращения производства переменные издержки будут сведены к нулю, а постоянные останутся и перейдут в убытки, и фирма понесет убытки еще большие чем те, которые она несет, продолжая функционировать. При этом цена должна превышать средние переменные издержки, т.е. $P > AVC$. При равенстве $P = AVC_{\min}$ следует прекратить производство.

Таким образом, выбор оптимального объема выпуска продукции в краткосрочном периоде состоит из нескольких этапов:

1. Определить объем выпуска, при котором $P = MC$.
2. Если $P > AVC$, то производить на этом уровне выпуска.
3. Если $P < AVC$, то прекратить производство.

Так как в краткосрочном периоде постоянные издержки не влияют ни на предельные издержки, ни на средние переменные издержки, то изменения в стоимости постоянных факторов не оказывают воздействия на объем предложения в краткосрочном периоде

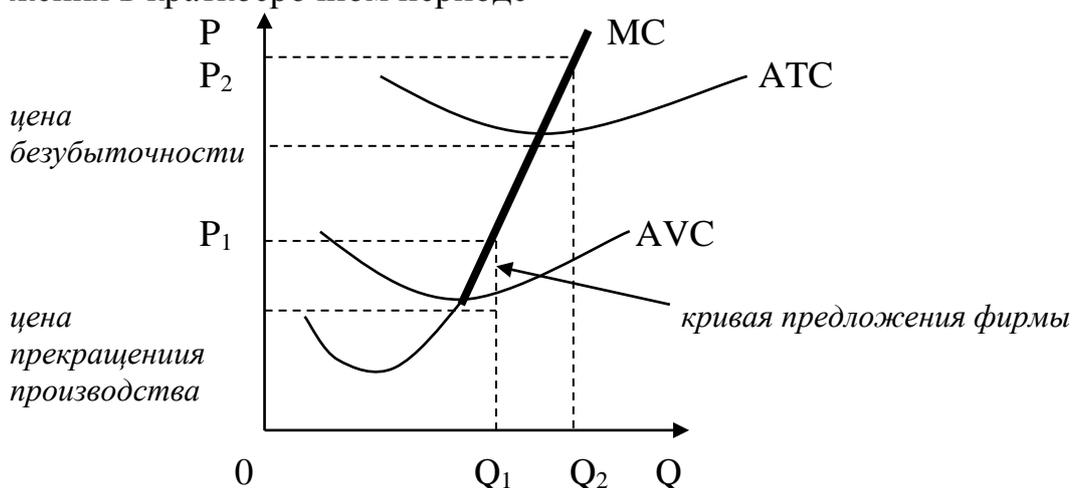


Рис. 30. Кривая предложения фирмы в коротком периоде

Кривая предложения конкурентной фирмы в краткосрочном периоде — представляет собой часть кривой предельных издержек (MC), расположенной выше кривой средних переменных издержек (AVC). Краткосрочная рыночная кривая предложения получается путем горизонтального суммирования объемов предложения всех фирм отрасли.

В долгосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции равновесие устанавливается при соблюдении равенства:

$$P = LRMC = LRATC_{min}$$

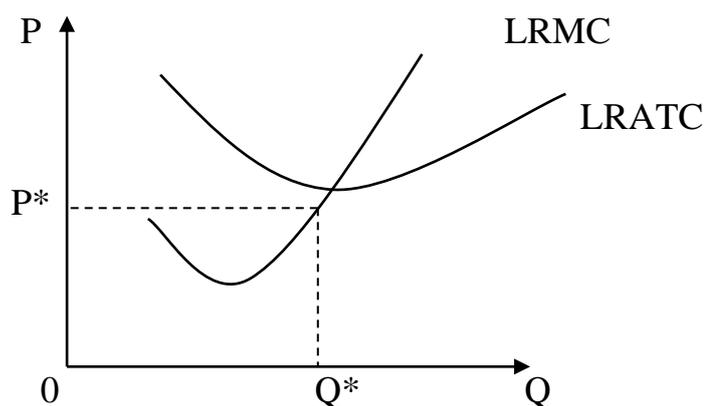


Рис. 31. Равновесие совершенно конкурентной фирмы в длительном периоде

В отрасли с совершенной конкуренцией фирмы могут получать экономическую прибыль только определенное время. Экономическая прибыль становится равной нулю, как только новые фирмы, привлеченные прибылью войдут в отрасль. Убытки также являются временными. Наличие убытков в краткосрочном периоде вызовет массовый отток фирм из отрасли, что приведет к сокращению рыночного предложения, повышению рыночной цены и ликвидирует убытки.

Абсолютная монополия — рынок, на котором действует только одна фирма, способная оказывать влияние на рыночное равновесие и рыночную цену.

Монополия — рыночная структура, отвечающая следующим условиям:

1. Выпуск товара всей отраслью контролируется одним продавцом этого товара, т.е. фирма-монополист является единственным производителем данного блага и олицетворяет собой всю отрасль.

2. Производимый монополистом товар является особым в своем роде (уникальным) и не имеет близких заменителей, спрос на товар монополиста отличается низкой степенью ценовой эластичности, а кривая спроса на него имеет отрицательный наклон.

3. Барьеры входа на рынок непреодолимы.

4. Фирма-монополист обладает рыночной властью и имеет возможность оказывать влияние на цену продаваемого товара. Единственное ограничение монополистического завышения цен — доходы потребителей.

Возникновение и существование монополий объясняется наличием барьеров для вступления в отрасль. Все барьеры можно разделить на две группы — естественные и искусственно создаваемые.

Среди естественных барьеров можно выделить:

1. *Экономические* — положительный эффект масштаба производства, финансовые ограничения;
2. *Технологические* — наличие уникальной технологии производства;

К искусственно создаваемым барьерам можно отнести:

1. *Юридические* — гарантирование патентных прав на изобретения, предоставление особых привилегий в виде лицензий на выпуск и реализацию продукции, обеспечение секретности некоторых отдельных разработок со стороны правительства могут привести к сосредоточению в руках одной фирмы основной массы патентов и лицензий на производимые в отрасли товары.

2. *Методы недобросовестной конкуренции* — такая организация конкуренции, при которой экономические субъекты прибегают к незаконным методам воздействия на конкурентов: распространение ложных сведений о конкуренте; использование системы демпинговых цен, когда с целью разорить конкурента или вытеснить его с рынка на непродолжительное время устанавливается цена ниже величины средних издержек; криминальные и прочие методы.

Иногда источником монопольной власти может стать коллективное поведение потребителей, которые проявляют устойчивую лояльность к данной торговой марке, предпочитают продукцию именно этой фирмы, что, в конечном счете, может породить рыночную власть данного производителя.

Естественная монополия — отрасль, в которой отраслевой продукт может быть произведен одной фирмой при более низких затратах, чем если бы его производством занималась не одна, а несколько фирм. Естественным монополиям государство обычно предоставляет исключительные привилегии, сохраняя за собой право регулировать действия таких предприятий, не допуская злоупотреблений с их стороны.

Закрытая монополия — рыночная власть и монопольное положение на рынке обусловлено юридическими барьерами, исключающими конкуренцию в отрасли.

Открытая монополия — рыночная власть фирмы-монополиста является результатом новаторских достижений самой фирмы (новый продукт, новая технология, обеспечивающая ярко выраженное конкурентное преимущество, позволяющее вытеснить конкурентов с рынка, и т. п.).

Моносония — особый тип рыночной структуры, когда рыночная власть концентрируется в руках не продавца, а покупателя.

Двусторонняя монополия возникает в том случае, если монопольная сила продавца сталкивается с монопольной силой покупателя.

Так как фирма-монополист выступает как отрасль, то **кривая спроса** на весь объем производимого ею товара является кривой рыночного (отраслевого) спроса.

Спрос на продукцию монополиста не является абсолютно эластичным, кривая спроса на имеет нисходящий вид, причем низкая степень ценовой эластичности спроса на монопольный продукт, порожденная отсутствием товаров-заменителей, будет иметь следствием резко падающий характер этой кривой.

Нисходящий характер кривой спроса означает, что монополист вынужден снижать цену производимого товара, чтобы продать дополнительную его единицу.

Предельный доход монополиста от любого выпуска зависит от цены товара и эластичности спроса по цене. Если спрос эластичный, то предельный доход будет положительным. Если спрос неэластичный, то предельный доход будет отрицательный. Следовательно, монополист, максимизирующий прибыль, всегда будет регулировать цену таким образом, чтобы обеспечить эластичность спроса на свой продукт.

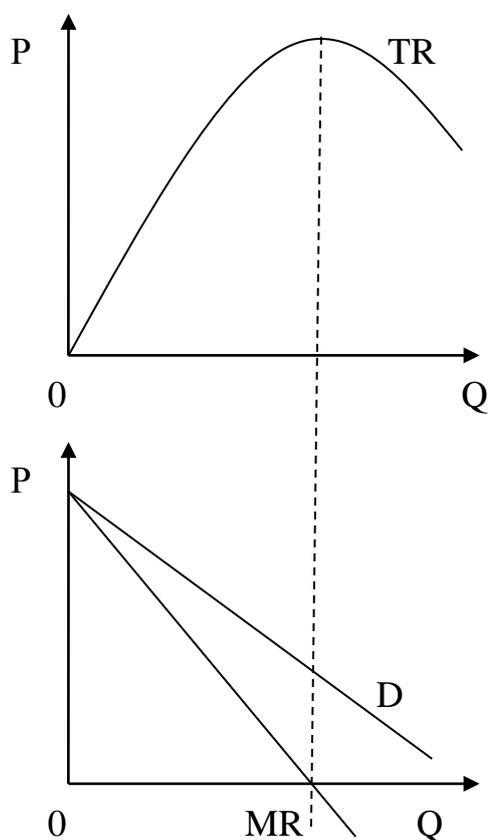
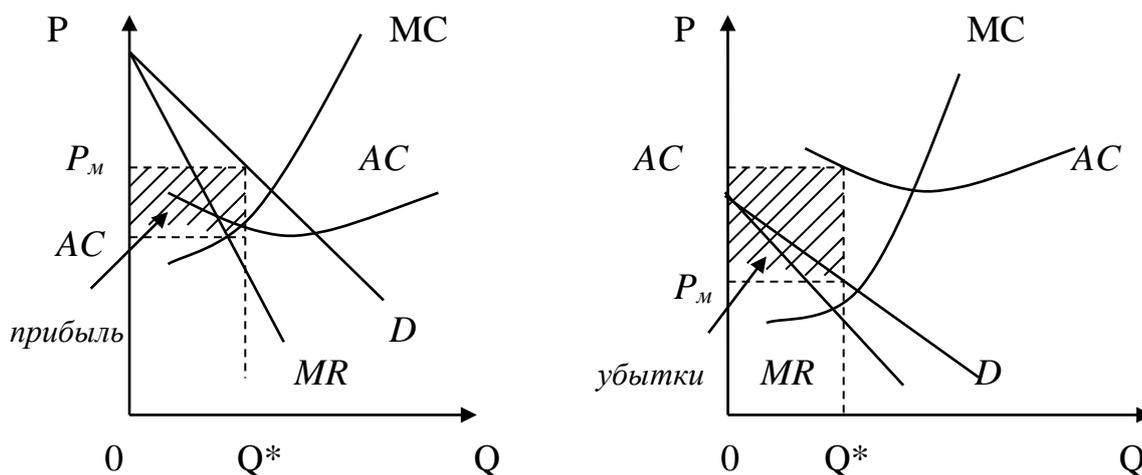


Рис. 32. Кривые спроса, общего и предельного дохода монопольной фирмы

В краткосрочном периоде фирма монополист может работать как с прибылью, так и с убытками.



а) экономическая прибыль

б) экономические убытки

Рис. 33. Монополия в коротком периоде

Монопольная фирма максимизирует прибыль (минимизирует убытки), выпуская объем продукции, соответствующий точке, где $MR = MC$. Монопольное положение не гарантирует получение прибыли. Монополист назначает цену, превышающую его предельные издержки на величину, обратно пропорциональную эластичности спроса на его продукт. Если монопольная фирма имеет прибыль в краткосрочном периоде, то эта прибыль, скорее всего, сохранится и в долгосрочном периоде, поскольку фирма защищена от появления возможных конкурентов высокими входными барьерами.

Монополистическая конкуренция — рыночная структура, где преобладают черты совершенной конкуренции и имеются отдельные элементы, характерные для чистой монополии.

Особенности рынка монополистической конкуренции:

1. В отрасли функционирует значительное количество небольших фирм, но численно их меньше, чем при совершенной конкуренции;
2. Реализуемый в отрасли продукт носит дифференцируемый характер. Дифференциация продукции принимает следующие формы: разное качество продукции, качество обслуживания, различия в размещении и доступности товаров, мероприятия по стимулированию сбыта (реклама, торговые марки и знаки) и упаковка создают зачастую мнимые различия, которые навязываются потребителям.
3. Единственный значимый барьер входа на рынок — дифференциация продукта, отдельной фирме принадлежит лишь небольшая доля рынка данного товара. Рынок распадается на ряд конкурирующих сегментов, каждый из которых контролирует отдельная фирма, возникает конкуренция между своего рода «мини монополистами»;
4. Ограниченный контроль над ценами;
5. Преобладает неценовая конкуренция.

6. Отсутствует возможность сговора фирм и картелизации отрасли (создания отраслевого картеля), т.к. достаточно велико количество конкурирующих на рынке фирм;

Кривая спроса фирмы монополистического конкурента имеет отрицательный наклон, менее эластична, чем при совершенной конкуренции, но более эластична, чем у чистой монополии. Степень эластичности в условиях монополистической конкуренции зависит от числа конкурентов и от глубины дифференциации продукта.

Монополистическая конкуренция часто встречающийся тип рыночных структур, характерна для пищевой промышленности, производства обуви и одежды, мебельной промышленности, розничной торговли и т.д

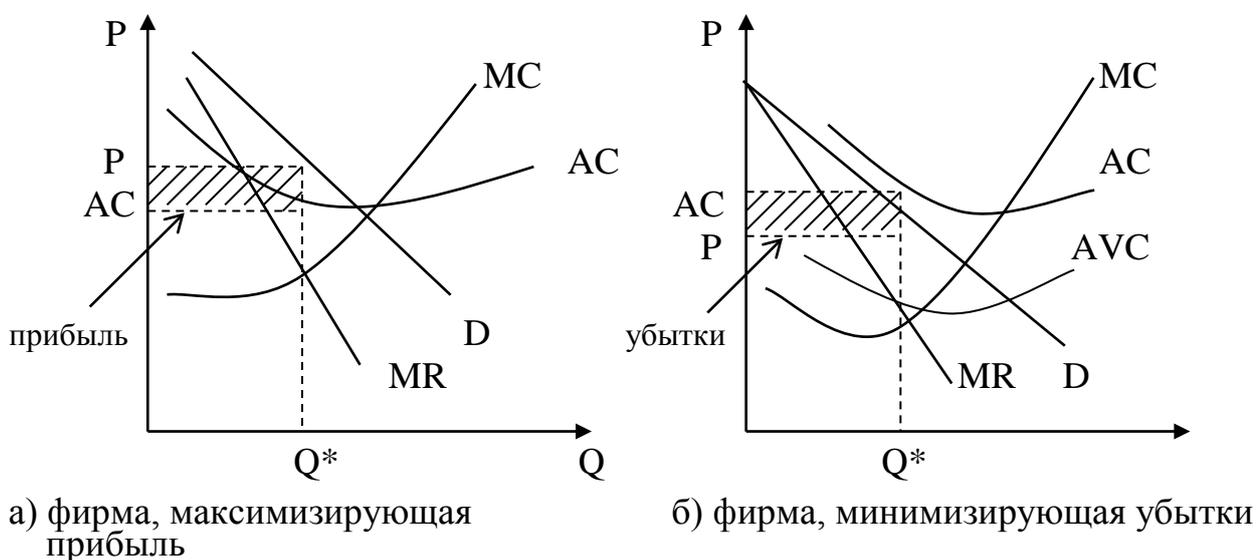


Рис. 34. Монополистическая конкуренция в коротком периоде

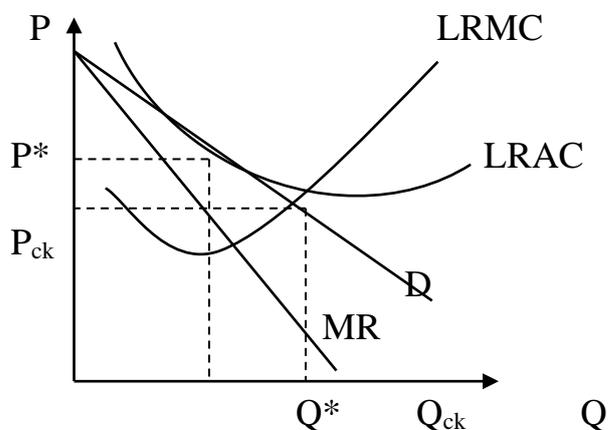


Рис. 35. Монополистическая конкуренция в длительном периоде

Олигополию характеризуют следующие признаки:

1. В отрасли находится несколько крупных конкурирующих фирм. Точного количественного определения олигополии не существует это может быть 2—3 фирмы или 10—12. Тем не менее, каждая из фирм-олигополистов обладает достаточно большой долей в общеотраслевом выпуске, что обеспечивает олигополистам значительную степень контроля над рынком. Если же несколько олигополистов начнут реализовывать одинаковую рыночную стратегию, то их совместная рыночная власть приблизится к случаю чистой монополии.

2. Особенность олигополистической рыночной структуры связана с тем, что фирмы сталкиваются не только с реакцией потребителей, но и реакцией своих конкурентов. Поэтому каждая фирма-олигополист ограничена в принятии решений не только нисходящим характером кривой спроса на свою продукцию, но и поведением конкурентов.

3. Продукция может производиться как стандартизированная (нефть, алюминий) — чистая олигополия (гомогенная олигополия), так и дифференцированная (например, автомобили) — дифференцированная олигополия (гетерогенная олигополия).

4. Основной показатель олигополии — степень концентрации производства в руках нескольких фирм. Чем она выше, тем меньшая степень конкурентности характеризует отрасль.

Основные причины существования олигополии:

1. Положительный эффект масштаба производства. Например, если технически эффективно производство в объеме, допустим, 200 — 50 единиц продукции, а емкость внутреннего рынка составляет приблизительно 1000 единиц, то закономерно, что в рамках отрасли существуют 4 компании, технологически способные производить указанные 200 — 250 единиц, т. е. реализовавшие положительный эффект масштаба производства. Следует отметить, что достижение такого результата предполагает сокращение числа конкурирующих фирм в результате их банкротства или слияния.

2. Финансовые барьеры — огромные расходы на рекламу и продвижение своей продукции на рынок; другие барьеры — владение патентами и лицензиями, контроль над сырьевыми источниками.

3. Эффект слияния, обусловленный взаимозависимостью фирм. В условиях олигополии изменения в производстве и реализации у одной фирмы вызовет ответную реакцию у ее конкурентов, причем реакцию абсолютно непредсказуемую. Подобные обстоятельства побуждают фирмы к слиянию и приводят к картелизации отрасли, что может обеспечить увеличение доли рынка участвующих в сговоре фирм, увеличить рыночную власть, дать возможность требовать более низких цен на ресурсы, выступая в роли «крупного покупателя».

Общая характеристика рыночных структур

Признаки	Тип рыночной структуры			
	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
количество фирм в отрасли	много мелких	довольно много	3-5 крупных фирм	одна крупная
тип продукта	однородный, стандартизированный	дифференцированный	стандартизированный или дифференцированный	уникальный
контроль над ценой	отсутствует	незначительный	ограниченный взаимной зависимостью, значительный	значительный
	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
барьеры вступления в отрасль	отсутствуют	барьер — дифференциация продукта	значительные барьеры	непреодолимые барьеры
неценовая конкуренция	отсутствует	значительный упор на рекламу, торговые марки и т.д.	есть	отсутствует
Пример	рынок сельскохозяйственных продуктов, иностранной валюты	розничная торговля, производство одежды, обуви	производство стали, автомобилей, сахара, цемента	производство уникальных, запатентованных продуктов или услуг

Ключевые понятия

1. Конкуренция
2. Совершенная конкуренция
3. Монополия
4. Естественная монополия
5. Закрытая монополия
6. Открытая монополия
7. Монополия
8. Двусторонняя монополия
9. Монополистическая конкуренция
10. Олигополия

Вопросы для самоконтроля и самоподготовки

1. Назовите основные признаки совершенно конкурентного рынка.
2. Что понимается под естественной монополией?

3. Какие факторы можно отнести к источникам монопольной власти фирмы?

4. Назовите основные барьеры входа на рынок.

5. Как можно измерить степень монопольной власти фирмы?

6. Что понимается под ценовой дискриминацией? Каковы ее цели?

7. Назовите основные черты олигополистического рынка?

8. Какая рыночная структура называется монополией?

9. Какие могут быть доводы в защиту монополистической конкуренции с точки зрения потребителя?

10. Какая из рыночных структур является наиболее эффективной с точки зрения потребителя, производителя, общества в целом? Ответ поясните.

ЧАСТЬ 2. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ

2.1. Перечень вопросов для самоподготовки

1. Проблема выбора. Экономический выбор.
2. Кривая производственных возможностей.
3. Понятие экономических систем.
4. Рынок: функции, классификация: по типам, видам и структуре.
5. Условия возникновения и функционирования рынка.
6. Рыночный спрос. Закон спроса и его нарушение, эффекты спроса.
7. Рыночное предложение. Закон предложения.
8. Модель рыночного равновесия.
9. Инструменты вмешательства государства в механизм спроса и предложения.
10. Эластичность спроса
11. Эластичность предложения.
12. Предпринимательская деятельность: черты, функции и условия развития.
13. Предпринимательство и его формы: организационно-правовые и организационно-экономические.
14. Собственность как экономическая и правовая категория.
15. Содержание собственности. Эволюция субъектов и объектов собственности.
16. Основные виды и формы собственности и их развитие.

2.2. Тесты, задачи

Тест 1. Вариант 1.

Выберите единственный верный ответ

1. Какие факторы сдвигают кривую производственных возможностей влево?
 - а) открытие новых месторождений полезных ископаемых;
 - б) рост численности населения;
 - в) уменьшение численности населения;
 - г) международная торговля;
 - д) научно-технический прогресс.
2. Банк начисляет процент по вкладу как на первоначально внесенную сумму, так и на сумму ранее начисленных процентов. Такая схема начисления процентов называется:
 - а) простым процентом;
 - б) сложным процентом;
 - в) процентом по кредиту;

- г) выгодным процентом;
- д) нет верного ответа.

3. У человека, который имеет возможность получить работу с оплатой от 100 до 150 р./ч., альтернативные издержки одного часа досуга равны (р./ч.):

- а) 100;
- б) 125;
- в) 150;
- г) 200;
- д) нет правильного ответа.

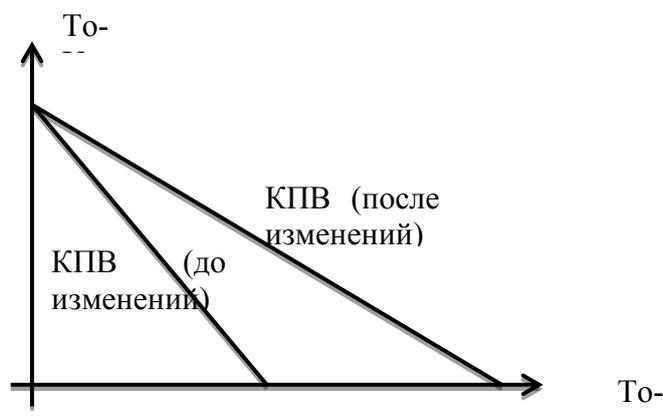
4. Акция «купи товар и получи второй такой же бесплатно» эквивалента скидке:

- а) 10%;
- б) 20%;
- в) 50%;
- г) 100%;
- д) 200%.

5. При неизменности дохода увеличение суммы налогового сбора быстрее средней ставки налога возможно при налогах, относящихся к категории

- а) прогрессивных;
- б) регрессивных;
- в) пропорциональных;
- г) аккордных;
- д) такая ситуация вообще невозможна.

6. На графике изображены две кривые производственных возможностей рабочей бригады, которая состоит из работников одинаковой квалификации, до и после некоторых изменений. Какое событие могло привести к сдвигу кривой производственных возможностей?



- а) уменьшение средних издержек производства товара X

- б) увеличение средних издержек производства товара X и увеличение количества работников в бригаде
- в) увеличение количества работников в бригаде
- г) уменьшение средних издержек производства товара Y
- д) уменьшение средних издержек производства товара Y и увеличение количества работников в бригаде

7. В микроэкономическом анализе под производством понимается

- а) процесс преобразования производственных ресурсов в блага;
- б) процесс создания материальных благ;
- в) процесс, посредством которого решается проблема редкости благ;
- г) процесс создания благ, отвечающих требованиям рыночного спроса;
- д) процесс создания благ, отвечающих максимизации полезности потребителей.

8. В некоторой стране производятся два товара — крестики и нолики. В стране есть 10 областей, и КПВ каждой из них в производстве крестиков и ноликов линейна. Известно, что во всех областях наклон КПВ различный. В настоящий момент производство крестиков и ноликов осуществляется в стране эффективно. Тогда

- а) в каждой из областей производятся либо только крестики, либо только нолики;
- б) в каждой из областей производятся и крестики, и нолики;
- в) найдется максимум одна область такая, что в ней производятся и крестики, и нолики;
- г) найдутся 0, 1 или 2 области такие, что в каждой из них производятся и крестики, и нолики;
- д) нет верного ответа.

9. Для студентов альтернативную ценность обучения в университете отражает:

- а) размер стипендии;
- б) максимальный заработок, который можно получать, бросив учебу;
- 17. в) затраты государства на образование среднестатистического специалиста;
- г) затраты родителей на содержание студента;
- д) все ответы верны.

10. Если в экономике вместо денежного обращения используется бартерный обмен, то

- а) увеличатся трансакционные издержки обращения;
- б) увеличатся запасы денег у населения;
- в) снизятся трансакционные издержки обращения;
- г) уменьшатся запасы денег у населения;

д) транзакционные издержки обращения не изменяться.

Тест 1. Вариант 2.

Выберите единственный верный ответ

1. К средствам ведения неценовой конкуренции не относят:

- а) организацию выставок, проведение ярмарок;
- б) сезонные скидки;
- в) организацию рекламной деятельности;
- г) улучшение качества конкурентоспособной продукции;
- д) нет верного ответа.

2. Эластичность спроса по цене отрицательна для следующей группы товаров:

- а) обычные товары;
- б) товары Гиффена;
- в) элитные товары;
- г) товары низшей категории;
- д) товары-заменители.

3. Обратная функция спроса для $q = 80 - 4p$ имеет вид:

- а) $q = 1 / (80 - 4p)$;
- б) $q = 4p - 80$;
- в) $p = 80 - 4q$;
- г) $p = 20 - 0,25q$;
- д) $q = 20 - 0,25p$.

4. Падение цен на 30% и последующее увеличение на 50% означают, что в итоге:

- а) цены остались неизменными;
- б) цены выросли на 5%;
- в) цены выросли на 15%;
- г) цены выросли на 20%;
- д) цены выросли на 40%.

5. Коэффициент перекрестной эластичности спроса на товар А по цене товара В имеет отрицательное значение. Это означает, что:

- а) А и В являются товарами - субститутами;
- б) А и В являются комплементарными товарами;
- в) А и В являются независимыми товарами;
- г) спрос на товар А неэластичен по цене;
- д) коэффициент перекрестной эластичности спроса на товар А по цене товара В не может иметь отрицательное значение.

6. Рост уровня цен и падение объема выпуска являются следствием:

- а) смещения кривой совокупного спроса вправо;
- б) смещения кривой совокупного спроса влево;
- в) негативного шока со стороны совокупного предложения;
- г) технологического шока;
- д) нет верного ответа.

7. Какое из перечисленных событий, при прочих равных условиях, повлияет на наблюдаемую эластичность спроса по цене товара X не в том направлении, что остальные?

- а) появление у товара X большого числа заменителей
- б) переход к рассмотрению более длительного периода времени
- в) переход товара X из группы товаров роскоши в товары первой необходимости
- г) моральное устаревание товара X
- д) направление изменения эластичности во всех случаях будет одинаковым

8. На некотором рынке две группы потребителей, функция спроса каждой из которых имеет строго отрицательный наклон. Обе группы в равновесии потребляют положительное количество товара. Предложение же имеет строго положительный наклон. Если спрос одной из групп возрастет, то объем покупок другой группы.

- а) вырастет или не изменится;
- б) недостаточно информации для ответа.
- в) сократится;
- г) вырастет;
- д) не изменится;

9. Для производства биодизельного топлива в Германии используют растение рапс. Это топливо при попадании в воду не причиняет вреда растениям и животным и подвергается полному биологическому распаду в течение месяца. Применяется биодизель в автотранспорте. Что, скорее всего, произойдет, если упадет цена на рапс?

- а) сокращение предложения биодизеля и рост спроса на услуги автотранспорта;
- б) сокращение предложения биодизеля и сокращение предложения услуг автотранспорта;
- в) рост предложения биодизеля и рост спроса на услуги автотранспорта;
- г) рост предложения биодизеля и сокращение спроса на услуги автотранспорта;
- д) рост предложения биодизеля и рост спроса на бензин и керосин;
- д) нет верного ответа.

10. Что включается в инфраструктуру рынка:

- а) банки;
- б) ярмарки;
- в) валютные биржи;
- г) магазины розничной торговли;
- д) все ответы верны.

11. Механизм свободного ценообразования, свойственный рынку, имеет следующее самое существенное преимущество:

- а) предоставляет личную свободу всем агентам рынка;
- б) эффективно распределяет ресурсы;
- в) уравнивает доходы экономических агентов;
- г) обеспечивает стабильное развитие экономики;
- д) нет верного ответа.

12. С ростом доходов потребителей кривая спроса работающих семей на лапшу «Ролтон» будет:

- а) смещаться вправо вверх;
- б) смещаться влево вниз;
- в) смещаться влево вверх;
- г) смещаться вправо вниз;
- д) нет верного ответа.

Тест 2. Верно/Неверно

Вариант 1.

Ответьте «Да», если высказывание верно или «Нет», если высказывание неверно:

1. Фиксирование верхнего предела цены всегда приводит к дефициту товара и потере благосостояния как покупателей, так и продавцов.

2. Для товаров Гиффена эластичность спроса по цене отрицательна.

3. Сезонные скидки не относят к средствам ведения неценовой конкуренции.

4. Эластичность спроса на яблоки по цене показывает, на сколько яблок сократится их продажа при изменении их цены на один рубль.

5. Изменение цен на одни комплементарные товары ведет к изменению спроса на все товары этой группы в противоположном направлении.

6. Коэффициент перекрестной эластичности спроса на товар А по цене товара В имеет отрицательное значение, это означает, что А и В являются товарами субститутами.

7. Чем активнее государство вмешивается в рыночное ценообразование, устанавливая фиксированные цены, тем выше дефицит товаров.

8. Анализ общего равновесия прослеживает взаимодействие изменения спроса и предложения на одном рынке на равновесные цены и объемы на всех других рынках.

9. Если легализовать наркобизнес и обложить производство наркотиков высоким налогом, то этот налог ляжет в основном на наркоманов.

10. С ростом доходов потребителей кривая спроса работающих семей на лапшу «Ролтон» будет смещаться влево вниз.

11. Рост уровня цен и падение объема выпуска являются следствием негативного шока со стороны совокупного предложения.

12. Механизм свободного ценообразования, свойственный рынку не позволяет эффективно распределять ресурсы.

13. Когда на рынке предьявляется избыточный спрос, естественна тенденция цены к росту.

14. Если товары X и Y взаимодополняемые, то увеличение цены на товар X означает, что будут больше покупать товар Y.

15. Изменение в цене товара скажется и на движении вдоль кривой спроса, и на ее сдвиге.

16. Увеличение зарплаты рабочих-строителей приведет к сдвигу кривой спроса населения города на новые квартиры вправо.

17. При установлении равновесной цены в модели Л. Вальраса основным фактором выступает разница в величине спроса (предложения).

18. Кривая совершенно эластичного спроса означает, что изменения в цене не действуют на объем спроса и эластичность спроса по цене равна нулю.

19. В долгосрочном периоде предложение более эластично, чем в краткосрочном.

20. Кривые совершенно эластичного спроса и предложения имеют одинаковый наклон.

Тест 2. Верно/Неверно

Вариант 2.

Ответьте «Да», если высказывание верно или «Нет», если высказывание неверно:

1. Если у предпринимателя есть собственное помещение для офиса, то ему всегда выгоднее использовать его, а не брать в аренду другое, потому что использование своего помещения не влечет издержек.

2. Функция затрат — это зависимость между объемом произведенной продукции и минимально необходимыми для ее производства затратами.

3. Бухгалтерские издержки — общая сумма не явных затрат фирмы на производство товаров или услуг в течение определенного периода времени.

4. Экономические издержки — общие издержки фирмы на производство товаров или услуг в течение некоторого периода времени, определенные с учетом неявных затрат.

5. Минимизация средних издержек происходит при их уравнивании с предельными издержками.

6. Если для получения лицензии на производство приходится давать взятки ответственным чиновникам, то это увеличивает переменные издержки предпринимателя.

7. Экономическая эффективность — способ организации производства, при котором затраты на производство определенного количества продукции минимальны.

8. Скрытые издержки входят в экономическую прибыль.

9. Разность между общей выручкой и общими затратами есть прибыль.

10. Наличие у фирмы бухгалтерской прибыли свидетельствует об эффективности фирмы.

11. Экономическая прибыль не может превышать бухгалтерской прибыли.

12. Если цена равна средним переменным издержкам, то в краткосрочном плане фирма обязательно должна прекратить свою деятельность.

13. У конкурентной фирмы в положении равновесия цена, предельная выручка и предельные издержки всегда равны.

14. Максимизация прибыли означает минимизацию общих издержек на единицу выпуска продукции.

15. Политика максимизации объема продаж требует понижения цен на выпускаемые товары вплоть до продаж в убыток (практика демпинга), особенно в процессе освоения новых рынков.

16. Средние необратимые издержки — это прошлые издержки, которые фирмы при планировании своего будущего развития не принимают во внимание.

17. Кривая MC всегда пересекает кривые AVC и AC в точке их минимума.

18. Каждая точка изокосты показывает, какие количества труда и капитала фирма может купить при имеющихся деньгах.

19. Тангенс угла наклона изокосты равен отношению цен факторов производства, а ее отдаленность от начала координат определяется объемом производственных расходов.

20. Технологические возможности фирмы в длинном периоде графически могут быть представлены картой изоквант.

Задача 1

Господин Иванов арендует дом на берегу моря и платит за аренду 20000 долл. в год. Остальные деньги он хранит в банке, что приносит ему 12% годовых. Стоимость дома 180000 долл. Определите, стоит ли господину Иванову приобретать этот дом, если появиться такая возможность.

Задача 2

Пусть P – цена мороженого руб., Q – объем продаж (в млн. шт.). Апрельский спрос задан функцией $Q_d = 2 - 0,2p$. В мае он увеличился на 40%. Определить функцию майского спроса на мороженое. Каков будет спрос при цене 7 руб.?

Задача 3

Повышение цен на бумагу привело к изменению цены на тетради, составляющие первоначально 80 коп. за штуку, на 16 копеек. До этого изменения в магазине продавалось 500 тетрадей в день. Коэффициент эластичности спроса на тетради равен 0,1. Сколько тетрадей в день продает магазин по новой цене?

Задача 4

Бухгалтер Вашей фирмы потерял отчетность издержек и прибыли фирмы. Он смог вспомнить только несколько цифр, Ваша задача, если это возможно, восстановить утерянные данные.

Номер варианта	1	2	3
Цена (руб./шт.)			30
Выпуск и продажа, шт.	25	33	
Выручка, (тыс. руб.)		1320	
Постоянные издержки, (тыс. руб.)			
Переменные издержки, (тыс. руб.)	800		1800
Совокупные издержки, (тыс. руб.)			2000
Прибыль (тыс. руб.)	250	120	
Рентабельность по издержкам, %			5

Задача 5

О фирме на рынке совершенной конкуренции известны следующие данные: цена производимого товара составляет 20 руб., средние переменные издержки равны 15 руб., и это служит для них минимальным значением, выпуск при этом составляет 100 тыс. шт. Какова должна быть стратегия фирмы в краткосрочном периоде: прекращение производства, уменьшение выпуска, сохранение объема выпуска, увеличение выпуск.

СЛОВАРЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КАТЕГОРИЙ, ПОНЯТИЙ И ТЕРМИНОВ

Альтернативная стоимость — стоимость производства товара (услуги), измеряемая с точки зрения потерянной возможности заниматься наилучшим из доступных альтернативных видов деятельности, требующим того же времени или тех же ресурсов.

Амортизация — постепенное перенесение стоимости средств труда по мере их износа на производимый продукт (услугу). Переносимая стоимость аккумулируется в денежной форме в специальном амортизационном фонде. Величина суммы амортизационного фонда зависит от нормы амортизации.

Бюджет — совокупность денежных доходов и расходов государства, фирмы, домохозяйства на определенный срок.

Бюджетное ограничение — различные наборы товаров, которые могут быть куплены при данном размере дохода по средним рыночным ценам; бюджетное ограничение может быть выражено в виде кривой на графике.

Валютный (обменный) курс — цена одной валюты, выраженная в единицах другой валюты. Различают фиксированный и плавающий валютные курсы.

Величина предложения (Q_s) — количество данного товара (услуги), предлагаемое к продаже на рынке по конкретной цене в определенный момент времени.

Величина спроса (Q_d) — количество данного товара (услуги), покупаемое на рынке по конкретной цене в определенный момент времени.

Выручка (TR) — денежная сумма, получаемая фирмой за реализованную продукцию. Рассчитывается как произведение объема проданной продукции на цену.

$$TR = PQ$$

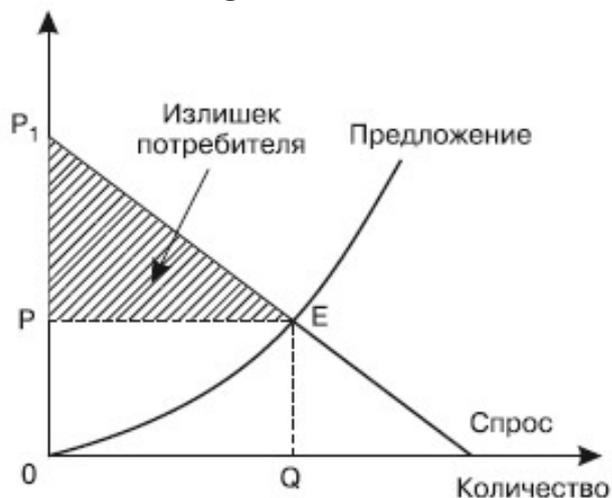
Граница производственных возможностей (кривая производственных возможностей) — график зависимости между объемами выпуска двух товаров при максимально возможном использовании имеющихся ресурсов.

Издержки производства — стоимость ресурсов используемых в процессе производства.

Излишек потребителя — разница между ценой, которую потребитель готов заплатить за товар, и той, которую он действительно платит при покупке,

представляет собой максимальную цену, которую потребитель блага готов заплатить за покупку, за вычетом действительной цены товара.

Излишек потребителя максимизируется только при совершенной конкуренции, когда цена устанавливается свободной игрой сил спроса и предложения на рынке и все потребители платят одинаковую цену. Однако если рыночная цена устанавливается максимизирующим прибыль монополистом, то образующиеся в результате этого сокращения объема и роста рыночной цены вызывают потери излишка потребителя.



Излишек производителя — дополнительные доходы, извлекаемые производителями в результате того, что цена на его благо превышает цену, по которой они готовы продавать это благо на рынке.

Общий излишек производителя от производства данного блага представляет собой разницу между доходом от реализации произведенных благ и минимальной суммой денег, которая устроила бы производителя при выпуске и продаже данного объема благ. Иначе — это разница между действительным доходом производителя и альтернативной стоимостью переменных ресурсов. Или разница между рыночной ценой и предельными издержками выпуска единицы блага. Понижение цены сокращает величину излишка производителя, повышение цены, наоборот, увеличивает излишки производителя.



Инвестиции — вложения капитала с целью получения дохода за длительный период.

Коэффициент эластичности спроса — частное от деления относительного изменения объема реализации продукции, на которую есть спрос, на относительное изменение ее цены.

$$\text{Рассчитывается по формуле: } E = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} / \frac{P_0 - P_1}{P_0}$$

где E — коэффициент эластичности;

Q_1 и Q_0 — соответственно начальный и конечный объем реализации продукции;

$P_0 - P_1$ — соответственно начальная и конечная цена продукции;

Кривая безразличия — кривая, отражающая все возможные сочетания товаров, дающих одинаковую суммарную полезность для потребителя.

Линия бюджетного ограничения — графическое отображение ограничений со стороны дохода (бюджета) потребителя. В теории потребления точка на кривой бюджетного ограничения конкретного потребителя, лежащая одновременно и на его самой высокой из кривых безразличия, представляет собой точку максимизации полезности.

Ликвидность — способность актива с минимальными затратами и предельно быстро превратиться в наличные деньги.

Монопольная власть фирмы — Монопольная власть — способность фирмы-монополиста влиять на цену продукта (или услуги) и устанавливать ее выше предельных издержек, тогда как на конкурентном рынке цена равна предельным издержкам. Степень Монопольная власть фирмы определяется коэффициентом Лернера (см. Лернера коэффициент). Монопольная власть должна рассматриваться в динамике, поскольку высокие краткосрочные прибыли монополии могут соблазнить некоторые новые фирмы вступить в данный рынок и тем самым ограничить возможности монополии (снизить ее монопольная власть на долговременном этапе)

Общие (совокупные) издержки (ТС) — сумма всех затрат фирмы на производство продукции. Представляют собой сумму постоянных и переменных затрат фирмы. $ТС = FC + VC$

Предельные издержки (МС) — прирост издержек, обусловленный приростом выпуска продукции.

$$МС = \Delta TC / \Delta Q$$

Прибыль — положительная разница между выручкой и совокупными издержками фирмы. Отрицательная разница – убыток.

$$\Pi = TR - TC$$

Прибыль с единицы продукции — частное от деления прибыли, получаемой в результате реализации конкретной продукции, на объем производства этой продукции.

$$\begin{aligned} \text{АП} &= \Pi/Q \text{ или} \\ \text{АП} &= \Pi/Q = (TR - TC)/Q = (P*Q - TC)/Q = \\ &= (PQ)/Q - TC/Q = P - TC/Q = P - AC \end{aligned}$$

Производственная функция — экономико-математическая зависимость в форме связи между количеством производимой продукции и факторами производства, в качестве которых в этой функции рассматриваются труд и капитал.
 $Q = f(K, L)$,

где Q – объем выпуска;

f – математический символ функции;

K – капитал; L – труд.

Постоянные издержки (FC) — издержки, величина которых не зависит от объема выпускаемой продукции. Величина постоянных издержек всегда больше нуля, даже если объем производства равен нулю.

Переменные издержки (VC) — издержки, величина которых зависит от объема выпускаемой продукции.

Полезность — способность блага удовлетворять одну или несколько потребностей человека.

Производственные возможности — сочетание выпуска двух продуктов в стране при максимальном использовании ее ресурсов.

Предложение — количество продукции предлагаемой на рынок по определенной цене в определенный момент времени.

Равновесная цена — цена, складывающаяся на рынке при равенстве величин спроса и предложения.

Рабочая сила — общее число лиц, находящихся в трудоспособном возрасте, работающих или безработных, за исключением находящихся в психиатрических больницах и исправительных учреждениях.

Средние совокупные издержки (AC) — совокупные издержки в расчете на единицу выпускаемой продукции, то есть частное от деления совокупных издержек на объем выпуска.

$$AC = TC/Q$$

Средние переменные издержки (AVC) — переменные издержки в расчете на единицу продукции, то есть частное от деления переменных издержек AVC на объем выпуска.

$$AVC = VC/Q$$

Средние постоянные издержки (AFC) — постоянные издержки в расчете на единицу продукции, то есть частное от деления постоянных издержек на объем выпуска.

$$AFC = FC/Q$$

Спрос — желание и возможность потребителей приобрести определенное количество товаров по определенной цене в определенный момент времени.

Функция предложения — функция, отражающая зависимость объема предложения на отдельные товары и услуги (потребительские блага) от комплекса факторов, влияющих на него. Более узкая трактовка: Функция предложения выражает взаимозависимость между предложением товара и ценой этого товара при условии, что другие факторы, влияющие на величину предложения, признаются постоянными.

Функция спроса — функция, отражающая зависимость объема спроса на отдельные товары и услуги (потребительские блага) от комплекса факторов, влияющих на него. Более узкая трактовка: Функция спроса выражает взаимозависимость между спросом на товар и ценой этого товара при условии, что другие факторы, влияющие на величину спроса, признаются постоянными.

Эластичность спроса — способность величины спроса изменять свое значение под влиянием изменения цены или иных факторов оказывающих влияние на спрос.

Эластичность спроса по доходу — мера реакции величины спроса на товар или услугу, вызванной изменением величины дохода покупателя. Измеряется как отношение процентного изменения объема спроса на товар к процентному изменению доходов потребителей. Ее можно рассчитать по следующей формуле:

$$E_{y^d} = \frac{\Delta Q}{Q} + \frac{\Delta Y}{Y} = \frac{\Delta Q \cdot Y}{\Delta Y \cdot Q} = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \cdot \frac{Y_1 + Y_2}{\frac{Q_1 + Q_2}{2}} = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \cdot \frac{Y_1 + Y_2}{Q_1 + Q_2}, \quad (4.5)$$

Эластичность предложения — способность величины предложения изменять свое значение под влиянием изменения цены или иных факторов оказывающих влияние на него.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горев В.П. Микроэкономика. / В.П. Горев. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2014.
2. Тарасевич Л. С. Микроэкономика / Л.С. Тарасевич, П.И. Гребенников, А.И. Леусский. — М. : Юрайт, 2004. — 654 с.
3. Экономическая теория : учебник / под общ. ред. Н.П. Лукьянчиковой, С.В. Сергеевой. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2002. — 544 с.

Учебное издание

Шавкунова Ирина Сергеевна

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ

Учебное пособие
для иностранных студентов

Издается в авторской редакции

ИД № 06318 от 26.11.01.
Подписано в пользование 03.07.17.
Издательство Байкальского государственного университета.
664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11.
<http://bgu.ru>.