

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

В.В. Камнева, О.В. Артебякина

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Учебное пособие

Челябинск
2025

УДК 33(021)

ББК 65.010

Э 40

Рецензенты:

Уварина Н.В., д.п.н., профессор кафедры Подготовки педагогов профессионального обучения и предметных методик ФГБОУ ВО «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Баева Д.А., к.э.н., доцент кафедры экономики и финансов ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет» (Научно-исследовательский институт)

Экономическая теория. Учебное пособие / сост. В.В. Камнева, О.В. Артебякина – Челябинск: Изд-во ООО «АБРИС», – 2025. – 545 с.
ISBN 978-5-91744-198-6

Учебное пособие по дисциплине «Экономическая теория» разработано в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования. Особое внимание уделено рассмотрению базовых категорий, сущность которых необходимо знать при изучении более углубленных, специализированных экономических дисциплин.

Предназначено студентам, обучающимся по направлениям подготовки бакалавриата 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям), 38.03.02 Менеджмент.

Составители:

Камнева В.В., старший преподаватель кафедры Экономики, управления и права ФГБОУ ВО «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет».

Артебякина Ольга Викторовна, доцент кафедры Подготовки педагогов профессионального обучения и предметных методик ФГБОУ ВО «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

ISBN 978-5-91744-198-6

© В.В. Камнева, О.В. Артебякина 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ГЛАВА 1. ВВЕДЕНИЕ В ДИСЦИПЛИНУ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ».....	6
ТЕМА 1.1. ПРЕДМЕТ, МЕТОДОЛОГИЯ И ФУНКЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ.....	6
1.1.1. Экономическая теория как наука: понятие, задачи и функции .	6
1.1.2. Периодизация истории экономических учений.....	10
1.1.3. Основные экономические школы.....	14
1.1.4. Методы исследования экономических процессов.....	24
ТЕМА 1.2. БАЗОВЫЕ ПОНЯТИЯ О ВОСПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРОЦЕССЕ.....	31
1.2.1. Проблема экономического выбора	31
1.2.2. Потребности и их структура	31
1.2.3. Ресурсы и факторы производства	36
1.2.4. Экономический выбор и альтернативная стоимость. Кривая производственных возможностей	40
1.2.5. Экономическая деятельность общества. Эффективность производства.....	48
ТЕМА 1.3. ТОВАР И ДЕНЬГИ	57
1.3.1. Форма организации общественного хозяйства.....	57
1.3.2. Товар и теории стоимости. Закон предельной полезности	61
1.3.3. Экономическая категория «деньги».....	69
1.3.4. Денежное обращение и денежная система.....	81
ТЕМА 1.4. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СУБЪЕКТЫ, ИНСТИТУТЫ И СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА.....	89
1.4.1. Экономические субъекты и их интересы	89
1.4.2. Экономические институты.....	90
1.4.3. Собственность как экономическая категория.....	95
1.4.4. Экономическая система.....	108
1.4.5. Рынок и его инфраструктура. «Фиаско» рынка	110
ГЛАВА 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МИКРОЭКОНОМИКИ... 	123
ТЕМА 2.1. ВВЕДЕНИЕ В МИКРОЭКОНОМИКУ	123
2.1.1. Ключевые вопросы микроэкономики	123
2.1.2. Этапы развития, функции и разделы микроэкономики	126
ТЕМА 2.2. РАВНОВЕСИЕ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ	133
2.2.1. Спрос товаров и услуг на конкурентном рынке	133
2.2.2. Предложение товаров и услуг на конкурентном рынке	139
2.2.3. Эластичность спроса и предложения.....	143
2.2.4. Равновесная цена на рынке	153
2.2.5. Прогнозирование цены на основе коэффициентов эластичности спроса и предложения в точке рыночного равновесия	160
ТЕМА 2.3. КРАТКОСРОЧНЫЙ И ДОЛГОСРОЧНЫЙ АНАЛИЗ ИЗДЕРЖЕК	163
2.3.1. Краткосрочный и долгосрочный период в анализе.....	163

2.3.2. Экономический и бухгалтерский подход к издержкам	164
2.3.3. Постоянные, переменные и общие издержки в краткосрочном периоде	166
2.3.4 Удельные и предельные издержки в краткосрочном периоде	168
2.3.5. Закон убывающей отдачи переменного ресурса	173
2.3.6. Издержки в долгосрочном периоде	177
2.3.7. Анализ «затраты – объем – прибыль»	186
ТЕМА 2.4. ЧЕТЫРЕ МОДЕЛИ РЫНКА.....	191
2.4.1. Рыночная структура	191
2.4.2. Рынок совершенной конкуренции	195
2.4.3. Монополия	212
2.4.4. Монополистическая конкуренция.....	227
2.4.5. Олигополия	233
ТЕМА 2.5. ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ	241
2.5.1. Кардиналистская и ординалистская школы	241
2.5.2. Кривые безразличия.....	245
2.5.3. Потребительский выбор и равновесие потребителя	250
2.5.4. Эффект дохода и эффект замещения	252
ГЛАВА 3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАКРОЭКОНОМИКИ ...	255
ТЕМА 3.1. ВВЕДЕНИЕ В МАКРОЭКОНОМИКУ	255
3.1.1. Ключевые вопросы макроэкономики	255
3.1.2. Этапы развития, методология и цели макроэкономики.....	260
ТЕМА 3.2. МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРУГООБОРОТ	269
3.2.1. Макроэкономические агенты.....	269
3.2.2. Макроэкономические рынки	273
3.2.3. Двухсекторная модель экономики	277
3.2.4. Трехсекторная модель экономики.....	283
3.2.5. Четырехсекторная модель экономики	289
ТЕМА 3.3. ОБЩЕЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАВНОВЕСИЕ: МОДЕЛЬ СОВОКУПНОГО СПРОСА И СОВОКУПНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ.....	300
3.3.1. Совокупный спрос и совокупное предложение.....	300
3.3.2. Макроэкономическая система	306
3.3.3. Макроэкономическая политика	307
ТЕМА 3.4. ИЗМЕРЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	309
3.4.1. Основные показатели системы национальных счетов	309
3.4.2. Инфляция	316
3.4.3. Занятость и безработица.....	328
3.4.4. Кривая Филлипса: связь инфляции и безработицы.....	336
3.4.5. Экономические циклы	340
ГЛАВА 4. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ.....	348
4.1. Предмет, методология и функции экономической теории.....	348

4.2. Базовые понятия о производстве и воспроизводстве.....	364
4.3. Товар и деньги.....	375
4.4. Экономические субъекты, институты и системы экономической жизни общества.....	394
4.5. Итоговый контроль	412
ГЛАВА 5. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО МИКРОЭКОНОМИКЕ	422
5.1. Введение в микроэкономику	422
5.2. Равновесие на рынках товаров и услуг	429
5.3. Краткосрочный и долгосрочный анализ издержек	437
5.4. Четыре модели рынка	452
5.5. Теория потребительского поведения	465
ГЛАВА 6. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО МАКРОЭКОНОМИКЕ.	481
6.1. Введение в макроэкономику	481
6.2. Макроэкономический кругооборот.....	485
6.3. Общее макроэкономическое равновесие.....	492
6.4. Измерение результатов экономической деятельности	498
6.5. Итоговый контроль	519
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	545

ГЛАВА 1. ВВЕДЕНИЕ В ДИСЦИПЛИНУ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»

ТЕМА 1.1. ПРЕДМЕТ, МЕТОДОЛОГИЯ И ФУНКЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

1.1.1. Экономическая теория как наука: понятие, задачи и функции

Экономическая теория – одна из древнейших наук, которая во все времена привлекала внимание ученых. Это объясняется тем, что изучение экономической теории – это реализация объективной необходимости познания мотивов, действий людей в хозяйственной деятельности, законов хозяйствования во все времена – от Аристотеля до сегодняшних дней.

Усложнение международных экономических отношений, цифровая трансформация общественной жизни, повышение скорости изменений внешней среды и иные глобальные процессы и тренды, несомненно, повышают значимость изучения экономической теории.

Видный американским ученый П.Самуэльсон назвал экономическую теорию «королевой наук». Лауреат Нобелевской премии М.Фридмен писал: *«Экономика – очаровывающая наука, она удивительна тем, что ее фундаментальные принципы очень просты, их можно записать на одном листе бумаги, тем не менее их понимают немногие».* *«Сложность этой науки (экономической теории), отражающей многообразный мир хозяйствования, в том, что ее изучение требует выносливости верблюда и терпения святого»* А. Хейлброннера.

Термин «экономика» в современных условиях имеет следующие значения:

1. Народное хозяйство страны или его часть, включающая отдельные отрасли (экономика промышленности, сельского хозяйства и т.д.), хозяйство района, региона, страны, группы стран или всего мира (региональная экономика, мировая экономика, экономика России и т.д.);

2. Исторически определенная совокупность экономических отношений между людьми, складывающихся в процессе хозяйственной деятельности, соответствующих данной ступени развития производительных сил и образующих определенную экономическую систему (рабовладельческая, капиталистическая и другие экономики);

3. Научная дисциплина, занимающаяся изучением деятельности людей, ее законов и закономерностей (теоретическая экономика, политическая экономия), некоторых условий и элементов производства (экономика народонаселения, труда, управления и т.д.), отдельных отраслей и видов хозяйственной деятельности (экономика животноводства, образования и т.п.).

В рамках курса «Экономическая теория» используем следующее определение – «**Экономика** – это совокупность отношений, возникающих по поводу производства, распределения, обмена и потребления благ и услуг, необходимых для удовлетворения потребностей.»

Основная проблема экономики (рис.1) – удовлетворение постоянно растущих потребностей за счет ограниченных ресурсов.

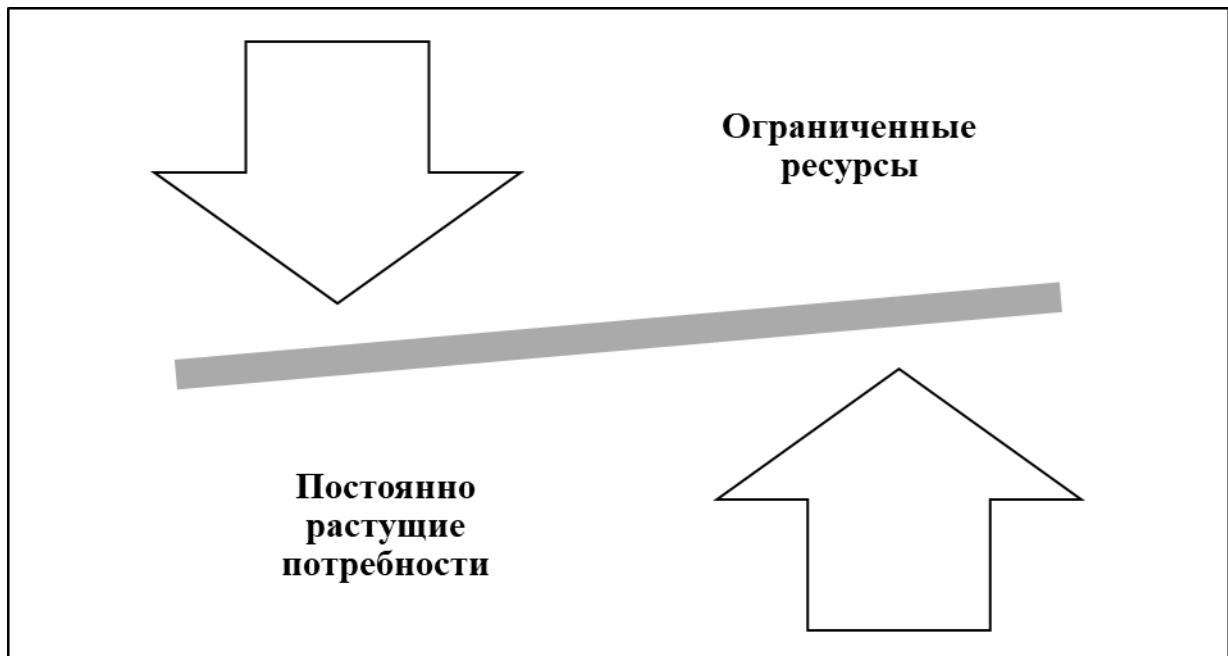


Рисунок 1 – Основная проблема экономики

Экономическая теория – это общественная наука, исследующая проблему такого использования или применения редких ресурсов, при котором достигается наибольшее, или максимальное, удовлетворение безграничных потребностей общества. Она изучает пути «наилучшего использования того, чем мы обладаем».

Поскольку наши потребности практически безграничны, а наши ресурсы ограничены, мы не в состоянии удовлетворить все материальные потребности общества. Единственное, что нам остается, – добиваться возможно большего удовлетворения этих потребностей.

Основные вопросы экономики указаны на рисунке 2.

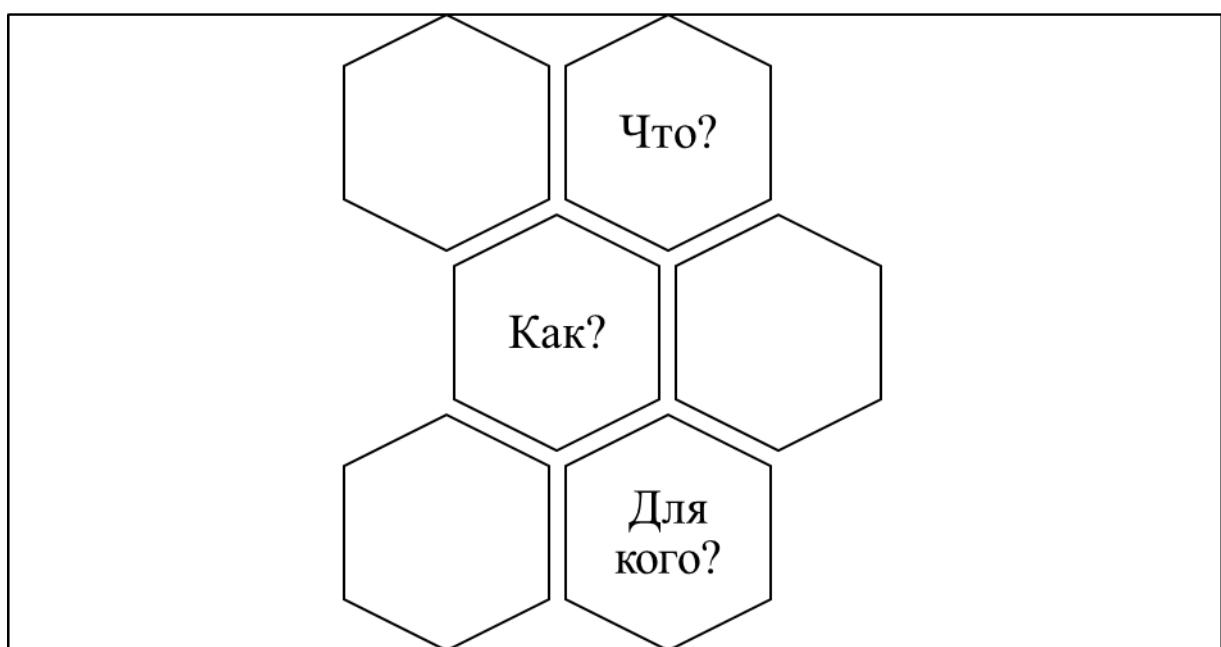


Рисунок 2 – Основные вопросы экономики

Функции экономической теории:

1. *Познавательная функция.* Заключается в изучении и объяснении экономических явлений и процессов, а также – в представлении полученных знаний в теоретическом виде.
2. *Методологическая функция.* Экономическая теория является не только учением, но и методом целого комплекса специальных и

конкретно-экономических наук (финансы, денежное обращение, маркетинг).

3. *Практическая функция*. Состоит в разработке конкретных принципов и способов рационального хозяйствования, в обосновании экономических реформ.

4. *Прогностическая функция*. Выражается в том, что экономические знания дают возможность человеку, фирме, государству предвидеть события будущих экономических явлений и перспектив общественного развития.

Уровни экономики представлены на рисунке 3.

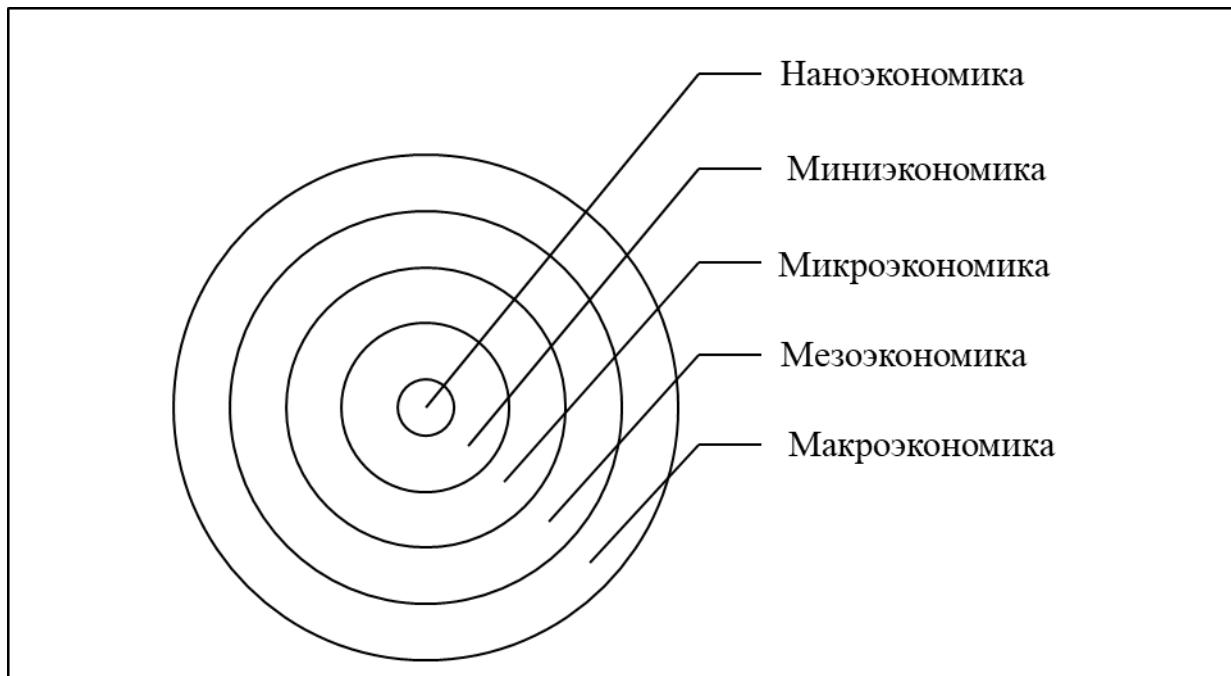


Рисунок 3 – Уровни экономики

1. *Наноэкономика* – наука о том, как индивиды принимают свои экономические решения.

2. *Миниэкономика* – экономическая наука на уровне отдельных структурных подразделений фирмы.

3. *Микроэкономика* – наука о том, как решаются экономические вопросы на уровне фирмы, не разбивая на ее структурные подразделения.

4. *Мезоэкономика* – экономическая наука на уровне региона.

5. *Макроэкономика* – национальная экономика – экономическая наука на уровне государства.

1.1.2. Периодизация истории экономических учений

Для изучения экономической теории важно знать ее генезис, т.е. происхождение, возникновение, процесс образования и становления экономической теории как науки. По словам ИоганнаВольфганга фон Гёте: «*Историческую хронику пишет тот, кому важно настоящее. Понимание настоящего без прошлого чревато ошибками!*». Более подробно генезис экономики раскрыт в курсе «История экономики и экономических учений».

Периодизация истории экономических учений предполагает установление определенной последовательности развития экономической мысли, систематизацию накопленных знаний в сфере хозяйственной деятельности. К настоящему времени разработано множество критериев классификации этапов развития истории экономических учений.

В соответствии с марксистской концепцией, процесс развития экономических учений рассматривается на основе формационного подхода, в результате чего выделяются такие этапы развития экономических учений, как:

- 1) экономические учения эпохи рабовладения;
- 2) экономические учения эпохи феодализма;
- 3) экономические учения эпохи капитализма;
- 4) экономические учения эпохи коммунизма.

Отдельные исследователи при выделении этапов развития экономической мысли применяют *стадийный или цивилизационный подход*, который учитывает разные стороны жизни и деятельности общества: материальные, производственные, идеальные, политические, правовые, социокультурные, нравственно-психологические, религиозные и другие проявления. Сторонником данного подхода был Я.С.Ядгаров,

исходя из особенностей эволюции мировой экономики и экономической науки, выделяет в истории экономической мысли:

- 1) экономические учения эпохи дорыночной экономики;
- 2) экономические учения нерегулируемой рыночной экономики;
- 3) экономические учения эпохи регулируемой (социально ориентированной) рыночной экономики.

Также можно отметить *аналитический подход*, согласно которому выделение этапов развития экономической мысли связано либо с закономерностями развития самой экономической науки, либо с развитием экономического анализа, изменяющимся представлениям о предмете, методе, категориальном аппарате экономической теории. Так, у Й.Шумпетера в качестве критериев периодизации экономической мысли выступают *применяемые исследовательские методы*, а М.Блауг, в качестве этапов выделяет экономистов и школы, идеи которых составляют *вехи становления категориального аппарата современной экономической теории*.

Большинство известных ученых-историков выделяют четыре этапа в становлении экономической науки исходя из *критерия формирования теории рыночной экономики* – рисунок 4.

I этап – становление и развитие экономической науки. Первый этап охватывает учения древнего мира и средневековья вплоть до середины XVI века.

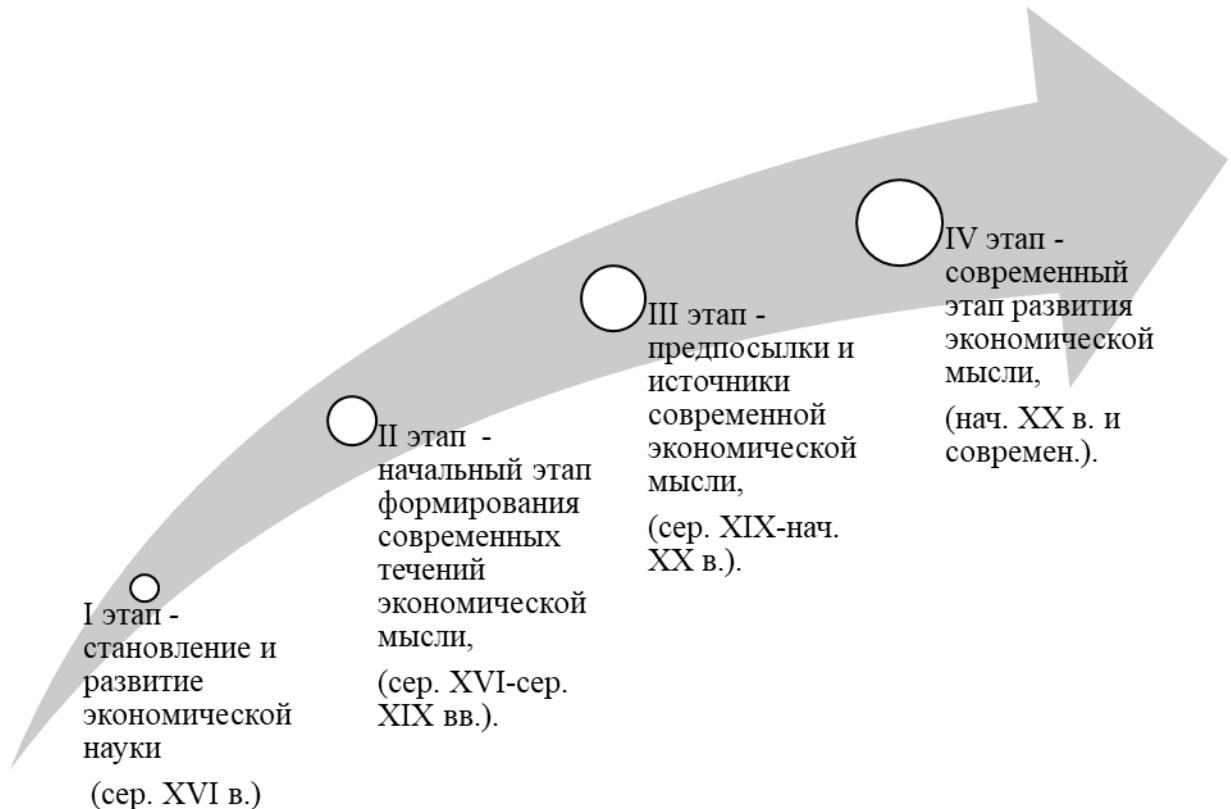
Признаки первого этапа становлении экономической науки:

- 1) преобладает натуральное хозяйство;
- 2) постепенно расширяются товарно-денежные отношения;
- 3) учеными систематизируются экономические взгляды и воззрения
- 4) решается проблема формирования экономики как науки.

II этап – начальный этап формирования современных течений экономической мысли. Это период разработки проблем терминологии и формирования системы экономических категорий, он включает разработки

меркантилизма, физиократов, классической школы, марксизма (сер. XVI — сер. XIX вв.).

Этапы становления экономической науки (критерий формирования теории рыночной экономики)



**Рисунок 4 – Этапы становления экономической науки
(критерий формирования теории рыночной экономики)**

Признаки второго этапа становлении экономической науки:

- 1) интенсивное развитие товарно-денежных отношений;
- 2) формирование национальных рыночных экономик;
- 3) обособление экономической науки в самостоятельную дисциплину и формирование структуры экономических категорий (раскрывается их сущность и содержание; определяются функции экономической науки; ее предмет; обогащается методология исследования социально-экономических явлений);

4) формируются теоретические подходы к основным направлениям внешней и внутренней политики, среди которых: политика меркантилизма, обосновывающая принципы протекционизма, политика свободной торговли, идеи экономического либерализма.

К этому периоду относятся учения Т. Мана, У. Петти, П. Буагильбера, Ф. Кенэ, А. Смита, Д. Рикардо, Ж. Сэя, С. Сисмонди и др., а также разработки К. Маркса и Ф. Энгельса, которые завершили обсуждение и теоретическое обобщение проблем формирования понятийного аппарата экономической науки.

III этап – предпосылки и источники современной экономической мысли. На данном этапе происходит исследование проблем развития и функционирования всей экономической системы, механизмов ее регулирования (сер. XIX — нач. XX в.). К этому периоду относят разработки австрийской, кембриджской, лозанской, американской и английской школы (меркантилизм), и институциалистов.

Признаки третьего этапа становлении экономической науки:

1) определяется функциональная роль экономики, преобразуются системы экономических категорий из статической модели в динамическую модель;

2) теоретический анализ социально-экономических явлений обогащается по мере выделения и исследования субъективных, психологических, социальных, правовых, технологических и экологических аспектов в трактовках экономических категорий;

3) видоизменяется методология и расширяется предмет исследования экономической теории, выделяется микроэкономика;

4) активно формируются функциональные и отраслевые дисциплины;

5) в экономической политике отстаиваются идеи экономического либерализма, внедряются идеи социального контроля общества над экономикой.

IV этап – современный этап развития экономической мысли. Данный этап включает период решения проблем управляемости экономической системы: ее функционирования, регулирования, формирования инфраструктуры и институционального оформления (нач. XX в. и современность).

Признаки четвертого этапа становлении экономической науки:

1) разрабатываются современные ведущие направления экономической теории — кейнсианство (включая нео- и посткейнсианство), неоклассическое (неоконсервативное) и социально-институциональное.

2) возникают модели несовершенной конкуренции, модифицируются механизмы функционирования национальных рыночных экономик, а также формируется и развивается мировая рыночная система.

3) исследования направлены на разработку и анализ различных моделей функционирования экономических систем, поиск оптимальных сочетаний рыночных и государственных методов регулирования рыночной экономики смешанного типа, практическую отработку инструментов по стабилизации социально-экономических процессов.

1.1.3. Основные экономические школы

Основные школы развития экономики представлены на рисунке 5.

Меркантилизм

Предпосылками формирования меркантилизма стало:

- 1) развитие рыночных отношений и расширение международной торговли.
- 2) формирования национальных государств.
- 3) раскол церковных структур властями.
- 4) необходимость обоснования экономической политики, направленной на реализацию национально-государственных интересов, и регулирования внешней торговли и внутренней экономики.

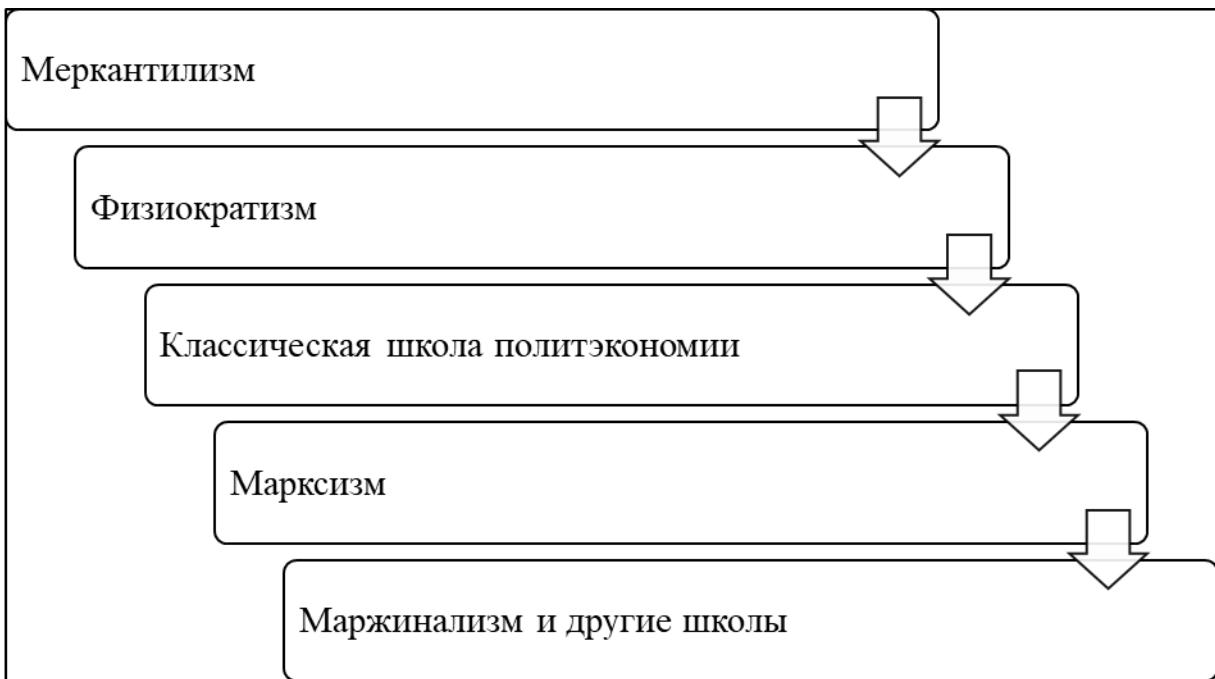


Рисунок 5 – Основные школы развития экономики

Наиболее видными представителями меркантилизма были У. Страффорд, Т. Ман (Англия), А. Монкретьен, Ж. Б. Кольбер (Франция). Прежде всего, следует отметить, что меркантилизм не был единой теорией, научной школой, идеи которой передавались бы и систематизировались представителями данного направления. Работы авторов экономических работ в эту эпоху называют памфлетами, сами авторы, как правило, не были профессиональными учеными, мыслителями, они занимались конкретными практическими вопросами экономики в сферах торговли, производства, финансов.

Особенности меркантилизма:

- 1) макроэкономический подход к анализу экономики: меркантилисты искали источники обогащения страны;
- 2) предмет исследования – преимущественно сфера обращения;
- 3) конкуренция вредна, ее нужно избегать и предотвращать;
- 4) государство должно обеспечивать монополии отечественных коммерсантов внутри страны и на внешних рынках.

5) основной формой богатства признаются деньги (золото и серебро);

6) накопление богатства происходит преимущественно в форме прибыли торговли (прежде всего внешней) или в ходе добычи благородных металлов, производительным признается только труд по добыче золота и серебра;

7) требование активного вмешательства государства в экономику.

Концепция меркантилизма основывается на политике протекционизма. Принято выделять **две фазы развития меркантилизма**: ранний меркантилизм, связанный с утверждением монетарной системы (XVI в.) и поздний меркантилизм, получивший название мануфактурной системы (XVII в.).

Для монетарной системы (*ранний меркантилизм*) характерна *концепция активного денежного баланса*, нацеленного на пополнение государственной казны. Такая позиция получила название «бульонизм» (от англ. *bullion* – слиток). Сторонники данного направления требовали применения мер по привлечению денег в страну и ограничению их оттока. Ими предлагались такие меры административного регулирования:

- 1) запрет вывоза денег, золота и серебра за пределы страны;
- 2) ограничение ввоза импортных товаров;
- 3) установление максимально высоких цен на экспортную продукцию;
- 4) высокие таможенные пошлины.

В основе *позднего меркантилизма* лежала идея активного «торгового баланса», учитывающего многосторонние торговые сделки. Его основной принцип заключался в том, что *нормальное развитие торговли и экономики может обеспечиваться и при наличии отрицательного баланса в торговле с одними странами, но при условии, если он компенсируется положительным торговым балансом с другими странами*.

В данный период административные меры стали заменяться рекомендациями экономического порядка, среди которых:

- 1) развитие внутренней торговли и вывоз готовых товаров из страны;
- 2) увеличение масштабов импорта иностранных товаров;
- 3) стимулирование мануфактурной промышленности и ее экспортных отраслей;
- 4) возможное относительное снижение цен на экспорт, в т.ч. когда осуществляется перепродажа товаров других стран;
- 5) приобретение товаров по низкой цене в одних странах и перепродажа другим по более высокой;
- 6) вывозить следует не сырье, а промышленные товары.

Следовательно, государство поощряло развитие национальной промышленности; вывоз денег допускался в целях выгодных денежных операций и торговых сделок.

Физиократизм

Физиократизм (от греческого – власть природы) – это первая научная школа экономической мысли, которая сформировалась в начале второй половины XVIII века во Франции, объединяла большое количество единомышленников во главе с придворным врачом Людовика XV Франсуа Кенэ. Физиократы называли себя «экономистами». В середине XVIII в. впервые появился термин,озвестивший о рождении новой профессии.

Основные идеи и принципы физиократов:

- 1) методологической платформой является концепция естественного порядка – идея объективности и закономерности общественного развития на основе реализации частного интереса;
- 2) главная производительная отрасль, где создается богатство страны, – сельское хозяйство;
- 3) концепция производительного и непроизводительного труда. Производителен лишь труд, прилагаемый к земле, любой другой –

непроизводительный (хотя он может быть весьма полезным для общества, но чистого продукта не создает).

4) использование категории «чистого продукта», который создает земля: только земля рождает столько, что возмещаются все затраты труда, материалов, и еще остается некоторый избыток продукта земли;

5) обоснование принципа экономического либерализма «*laissez faire, laissez passer*» и постановка вопроса о невмешательстве государства в экономическую деятельность;

6) единый земельный налог.

Классическая школа политэкономии

С возникновением классической школы экономическая теория приобретает статус научной дисциплины **«политическая экономия»**. Школа носит название «классической» за подлинно научный характер ее теоретических конструкций. Она обладает четко выделенным предметом исследования, характеризуется наличием общей методологии и системой экономических категорий, на основе объективного анализа закономерностей развития товарного хозяйства представлена практическая программа.

Достоинства классической школы политической экономии:

1) исследование экономических явлений и процессов на более зрелой методологической основе, обоснованы и использованы общефилософские, специальные способы и приемы исследования;

2) перенос области исследования в сферу производства и анализ механизма функционирования простого товарного и рыночного хозяйства;

3) формирование категориального аппарата экономической науки;

4) определение функциональной роли, предмета и объекта политической экономии;

5) обоснование объективных экономических законов, механизмов их познания и использования;

6) создание трудовой теории стоимости.

Классическая школа возникла в Англии и Франции в конце XVII — начале XVIII вв. В ее становлении и развитии с определенной долей условности можно выделить четыре этапа:

I этап: становление классической школы (конец XVII — начало XVIII вв.) — включает разработки У.Петти, П.Буагильбера, школы физиократов, которые выступили с аргументированной критикой меркантилизма, занялись поиском богатства в сфере производства, исследованием функционирования простого товарного хозяйства и выдвинули трудовую теорию стоимости;

II этап: развитие классической школы (последняя треть XVIII в.) — систематизация теории в рамках английской школы политической экономии (А. Смит, Д. Рикардо). Разработка проблем воспроизводства и экономических законов функционирования рыночного хозяйства, формирование понятийного аппарата политэкономии;

III этап: эволюция классической школы (первая пол. XIX в.) — разработки последователей А.Смита и Д. Рикардо (Ж.Сэй, Т.Мальтус, Н.Сениор). Дальнейшее переосмысление и обогащение идей классической школы, исследование многообразных проблем функционирования рыночной экономики;

IV этап: завершающий этап развития классической школы (XIX в.) — разработки Дж.С.Милля, завершившего теоретическое обобщение проблем формирования понятийного аппарата экономической науки.

Марксизм

Основателями марксизма, возникшего в 40-х гг. XIX в., являются Карл Маркс и Фридрих Энгельс. **Марксизм** — синтетическое учение — единство философских, политico-экономических, политических и социальных идей. Экономическое учение марксизма призвано было дать теоретическое обоснование социализма.

Исторические условия возникновения марксистской политэкономии:

- 1) происходящие и завершающиеся буржуазные революции;
 - 2) промышленная революция – длительный и сложный процесс перехода от ремесленно-мануфактурного производства к машинному. Она повлияла на изменение организации производства, изменила характер социально-экономических отношений, способствовала индустриализации
 - 3) обострение классовых конфликтов. С развитием технического прогресса изменилось положение рабочих. Происходит миграция аграрного населения в города. Переход на машинное производство сопровождался удлинением рабочего дня, повышением интенсивности труда и превращением рабочего в приданок машины, ухудшением условий жизни и труда;
 - 4) формирование рабочего движения.
- Идейными предпосылками** своей теории К.Маркс называл:
- 1) английскую классическую политическую экономию А. Смита и Д. Рикардо (разделял трудовую теорию стоимости, закон тенденции нормы прибыли к понижению, производительный труд и др.);
 - 2) немецкую классическую философию Г.Гегеля и Л.Фейербаха (применил идеи диалектики и материализма к анализу истории развития общества);
 - 3) французский утопический социализм А. Сен-Симона, Ш. Фурье и Р. Оуэна (понятие классовой борьбы, элементы социального устройства общества).

К.Маркс дал новое *определение предмета политической экономии*: производственные отношения между людьми в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных благ на различных ступенях развития общества (или узко как производственные отношения определенной общественно-экономической формации).

Марксистский подход основан на характеристике экономической системы как **способа производства** – единства производительных сил и соответствующих им производственных отношений.

Производительные силы – отражают отношение человека к природе и являются комплексом основных факторов производства: вещественного (предметы и средства труда) и личного (рабочая сила). Производительные силы включают в себя средства труда, предметы труда и рабочую силу.

Производственные отношения – объективные отношения, возникающие между людьми по поводу материальных благ и услуг в процессе их производства, распределения, обмена и потребления. К. Маркс характеризует производственные отношения как объективные, не зависящие от воли отдельных индивидов отношения, соответствующие определенной ступени развития материальных производительных сил.

Основа производственных отношений – отношения присвоения/отчуждения, т.е. отношения собственности, определяющие способ соединения рабочей силы и средств производства.

Базис общества – совокупность производственных отношений. Базис общества обслуживается соответствующей надстройкой в виде политических, религиозных, юридических и т.п. отношений.

Общественно-экономическая формация – способ производства и соответствующая ему надстройка, находящиеся в тесном взаимодействии.

К. Маркс и Ф. Энгельс создали стройную систему экономических категорий, которые логически взаимосвязаны и взаимообусловлены. Они завершили построение категориального аппарата классической политической экономии на диалектическом уровне.

«Капитал» является одним из основных произведений Маркса по политической экономии, которое правомерно относят к разряду великих открытий, которое совершенно по форме и содержанию. Первоначально К. Маркс планировал создать труд в 6-ти томах под названием «К критике политической экономии». Однако, после издания первой книги, он объединил свою работу под названием «Капитал», цель которого открыть экономические законы развития общества. При жизни Маркс издал и

переиздал первый том. Второй и третий тома были подготовлены к изданию Энгельсом, четвертый Каутским.

Маржинализм

В конце XIX в. большое влияние приобретает новое направление в экономической науке — **маржинализм** (с англ. marginal — предельный).

«Маржиналистская революция», как ее впоследствии назвали, внесла новаторские подходы, изменившие облик экономической науки, ее методологию, трактовку предмета. Хронологически маржиналистскую революцию принято связывать с выходом в свет следующих работ:

- 1) “Основания учения о народном хозяйстве” К. Менгер (1870),
- 2) “Теории политической экономии” У.С. Джевонс (1870),
- 3) “Элементов чистой политической экономии” Л. Вальрас (1874).

Эти три работы имели фундаментальное значение, связанное с выделением ключевых проблем экономической науки и методов их исследования.

Появление нового течения «маржинализма» было вызвано рядом объективных и субъективных факторов:

1. 60-70 гг. XIX в. эпоха *бурного экономического развития ведущих западных стран* вследствие завершения промышленного переворота, быстрого роста рыночных отношений, обострения конкуренции, насыщения рынков разнообразной продукцией. В этих условиях возникла необходимость в исследовании следующих проблем:

- 1) функционирования экономической системы, экономического равновесия;
- 2) определения механизмов формирования спроса и предложения, их влияния на цены,
- 3) разработки принципов оптимального выбора.

2. *Поиск учеными-экономистами новых путей развития экономической науки.* Маржиналисты требовали изучения общих экономических закономерностей, отстаивали плодотворность абстрактно

логического подхода, что сближало их с традициями классической школы. Однако между ними имелись и серьезные различия: пересмотру подверглись все основополагающие понятия: стоимость, цена, издержки производства, капитал, основные виды доходов и т.д.

В данный период в экономическую теорию были введены новые методологические приемы маржинализма и субъективизма, которые предопределили изменение объекта и предмета исследования.

Термин «политическая экономия» (political economy) вытесняется понятием «экономикс» (с англ. economics) — аналитическая наука о рациональном использовании субъектами ограниченных ресурсов для производства различных благ, их распределении и обмене в целях потребления. **Альтернативность использования ресурсов, проблема оптимального выбора — главный предмет исследований.**

Сторонники нового направления считали важнейшей задачей уже не изучение объективных, «естественных» законов, а **анализ сознания хозяйствующих субъектов**. В результате экономическая наука превратилась в поведенческую науку, исследующую мотивы, интересы людей. Маржиналисты утверждали, что корни всех экономических процессов следует искать в ощущениях, переживаниях, психологии субъектов.

Важным элементом анализа является **принцип «рационального поведения» человека**. В качестве **объекта исследования** избиралась модель «индивидуального хозяйства Робинзона», изолированного от общества индивида, руководствующегося при принятии решений оценкой собственных выгод и потерь от участия в экономическом процессе.

В результате экономический анализ проводится с точки зрения **поведения отдельного субъекта**, а **рыночная система** рассматривается как **сумма «хозяйственных атомов»**, **механическая совокупность рациональных субъектов**.

Маржинализм также исходит из того, что фундаментальным принципом методологии является *принцип редкости, ограниченности ресурсов по отношению к человеческим потребностям*. В связи с этим маржиналисты **главную задачу любой хозяйственной деятельности** видят в *нахождении способов максимизации экономического эффекта с учетом ограниченности ресурсов, которые могут быть использованы на альтернативной основе*. В соответствии с этим они разрабатывают **модель оптимального поведения субъекта**, по которой он принимает решения, позволяющие максимизировать результат деятельности.

Новым для методологии является то, что маржиналисты при анализе оптимального поведения субъекта впервые применили **метод предельных величин**, заимствованный из математики. Использование предельных (дополнительных) величин и соответствующих категорий (предельная полезность, предельные издержки, предельный доход и др.) позволило маржиналистам показать, что *в основе принятия любого экономического решения лежит рациональный выбор, исходящий из необходимых предельных (дополнительных) затрат и предельных доходов, которые должны быть получены в результате реализации такого решения*.

Заслуга маржинализма заключается:

- 1) поворот исследований к отдельному человеку и трактовкой субъективных мотивов поведения хозяйствующих субъектов как исходного момента экономической теории;
- 2) перенос анализа с издержек и затрат на анализ конечных результатов;
- 3) применение предельного анализа и оптимизационных моделей при исследовании хозяйственной деятельности.

1.1.4. Методы исследования экономических процессов

Анализ, изучение экономических явлений осуществляется с помощью различных методов. Методы исследования в экономике – это

пути и способы изучения определенных явлений. Слово метод происходит от греческого слова «*methodos*» и означает в широком смысле «способ познания, исследования явлений природы и общественной жизни». В более узком – оно означает: «прием, способ или образ действия».

Обобщая, можно сказать, что **метод** – это совокупность приемов и способов теоретического познания или практического освоения действительности.

В качестве критерия первичной стадии типологии (классификации) экономических методов у нас обозначен *критерий научности*. В соответствии с ним все методы экономических исследований делятся на научные и ненаучные.

Научный метод – это способ освоения действительности, основанный на рациональном, доказательном, системном исследовании природы и общества. Главной целью научного метода является получение объективной истины об окружающем нас мире – знания, независимого от самого субъекта познания. Научная истина основана на проверяемых фактах, доказана опытом и экспериментом, а главной формой ее существования выступает научная теория.

К научному методу предъявляются следующие основные требования:

1. Строгость – рациональность и доказательность, выводимость каждого доказываемого утверждения из уже существующих, согласованность всех структурных элементов теоретического построения в целом.

2. Однозначность – внутренняя непротиворечивость, тождественность (соответствие) друг другу по смыслу всех утверждений, присутствующих в рассматриваемой теории.

3. Эффективность – способность за конечное число шагов достигать предполагаемого результата, а также возможность признать такой результат истинным или ложным.

4. Простота (экономность) – достижение научного результата за минимальное число действий, без введения осложняющих научное исследование дополнительных или вспомогательных правил и принципов.

5. Эвристичность – способность приносить новый (оригинальный) результат, возможность экстраполяции уже известного, полученного знания на новые области либо данной науки, либо какой-либо другой области знания.

Ненаучные методы – это методы, основанные на ограниченно рациональном или полностью иррациональном, несистемном, недоказательном или вообще бездоказательном подходе к экономической действительности. Главными признаками «ненаучности» являются: несистематизированность, хаотичность, апелляция к авторитету, к вере или мифу.

По степени использования методов в различных науках, по широте охвата ими различных наук и тем самым *по уровню их общности* в этих науках выделяют: всеобщие (общемировоззренческие), общие (общенаучные), частные методы экономического исследования.

1. Всеобщие (общемировоззренческие) методы экономической науки – это ее философские методы, то есть принципы и законы философии, которые могут быть опосредованно применены экономической наукой в частных экономических исследованиях. Такие принципы и законы направлены на их всеобщее применение, то есть на использование абсолютно во всех экономических исследованиях. Основным общемировоззренческим методом является *метод материалистической диалектики* или, что тоже самое, метод диалектического материализма — общий для всех наук метод. К всеобщим методам можно отнести и *системный подход*, представляющий собой совокупность методов и средств исследования свойств и структуры объекта в целом, в виде целостной системы.

2. Общие (общенаучные) методы экономической науки – это те экономические методы, которые применимы на всех уровнях экономического исследования, но при этом не являются философскими методами. Иначе говоря, это методы, которые используются помимо экономики и в других науках, но не охватывают собой абсолютно все науки, а только некоторую часть их. К таким методам относят: *математические и статистические методы, метод эксперимента, некоторые виды наблюдения, моделирование.*

3. Частные (специальные) методы экономической науки – методы, используемые исключительно в рамках экономической науки и нигде больше неприменимые. Частные методы непосредственно относятся к самому предмету познания. С их помощью строится та или иная конкретная наука, их суть и пределы применения в значительной мере определяются самим уровнем развития науки в целом. Например, в рамках экономической теории можно выделить такие частные методы как: *методы маржинального анализа, неравновесного подхода в анализе экономики и др.*

Существует еще одна классификация экономических исследований, выделяющая *логические и нелогические методы*.

1. Логические методы научного исследования представляют собой методы, основанные на логике. К таким методам относят методы дедукции и индукции, метод формализации и математизации, метод логической интерпретации, метод аксиоматизации, метод аналогии, доказательства, логического обоснования и ряд других методов научного познания. Логические методы представляют собой общие методы, представляющие собой систему категорий и законов науки логики и средств анализа и конструирования языков науки, структуры самого процесса познания и его результатов – научных теорий, научные знания.

2. Нелогические методы научного исследования представляют собой методы, которые в своей структуре не являются связанными с

формальной и математической логикой и часто прямо противоречат ей. К числу нелогических методов на экономическом уровне анализа причисляются: исторический метод в экономических изысканиях, экономическая интуиция, экономическая вера (в ее нерелигиозном смысле – как убеждение в наличии определенных экономических фактов) и т.д.

Другая важная классификация экономических методов – их деление на *эмпирические и теоретические*.

1. Эмпирические методы экономического познания представляют собой методы познания экономической реальности, которые действуют на уровне опыта. В науке имеют место два основных эмпирических метода: *экономическое наблюдение и экономический эксперимент*, а наиболее важным компонентом представляется измерение.

Экономическое наблюдение проводится за экономическими фактами, то есть событиями экономической жизни, непосредственно наблюдаемыми в процессе исследования. Оно представляет собой целенаправленное и организованное восприятие экономических фактов, входящих в круг исследования.

Экономический эксперимент предполагает изучение экономического явления, активно влияющего на него. В то же время либо создаются новые экономические условия в соответствии с целями этого эксперимента, и ход экономического процесса изменяется в нужном направлении, либо сам экономический процесс воспроизводится искусственно при помощи его моделирования (к примеру, это может быть или математический, или мысленный эксперимент).

2. Теоретические методы экономического познания функционируют на уровне рационально обоснованных систем научного экономического знания. К ним относятся: *экономический анализ, экономический синтез, экономическая аналогия, экономическое моделирование, экономическая индукция, экономическая дедукция*,

математизация и формализация в области экономических знаний и другие.

Экономический анализ – это разделение в экономическом познании фрагментов какого-либо целого на составляющие его части. Такой подход позволяет установить структуру изучаемого экономического объекта, свести комплекс к простому и устраниТЬ несущественное, оставив только существенное. Цель экономического анализа в этой форме – познание частей как элементов сложного экономического целого.

Экономический синтез представляет собой процесс, обратный анализу. Для синтеза характерно объединение частей, свойств, элементов, выделяемых посредством экономического анализа, в единое целое. Экономический синтез дополняет экономический анализ и неразрывно связан с ним.

Экономическая аналогия – это метод экономических исследований, предполагающий, что какой-либо экономический объект или процесс имеет определенные характеристики, если по своим другим характеристикам он похож на другой, более изученный экономический объект или процесс.

Экономическое моделирование – это повторение характеристик экономического объекта на другом материальном объекте, специально созданном с целью изучения этих характеристик. Такой объект называется экономической моделью. В зависимости от характера модели и тех аспектов моделируемого объекта, которые в ней воплощены, различают реальную (объективную) и идеальную (логическую) модели. Вариацией последнего является математическая модель, широко используемая в экономической науке.

Экономическая индукция представляет собой метод исследования, который основан на переходе от частных экономических фактов к общим выводам и положениям. Основу экономической индукции представляет собой индуктивное рассуждение, которое может являться полным или

неполным. Экономическая индукция, которая подкреплена надлежащим статистическим и вероятностным анализом, рассматривается как специальный, индуктивно-вероятностный метод в экономических исследованиях.

Дедукция выступает методом экономического исследования, который основан на переходе от общих утверждений, которые уже установлены, о любых экономических теориях или фактах к более конкретным выводам и позициям. Основой для экономической дедукции является дедуктивный вывод или, более широко, вся дедуктивная логика.

Формализация экономического знания как метод экономических исследований является обобщением форм различных экономических процессов, абстрагированием таких форм от содержания данных процессов. Частным случаем метода формализации является **математическая формализация (математизация) экономического знания**. Сущность последнего заключается в построении абстрактно-математических моделей, которые раскрывают сущность исследуемых экономических процессов, а не объекта познания в целом. Математизация экономического знания как метод экономических исследований весьма обширно распространена в современном экономическом анализе, и это предоставило повод для некоторых ученых рассматривать экономическую науку как промежуточное звено между естественными и социальными науками.

ТЕМА 1.2. БАЗОВЫЕ ПОНЯТИЯ О ВОСПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРОЦЕССЕ

1.2.1. Проблема экономического выбора

Два фундаментальных факта образуют основу экономической теории и, по существу, охватывают всю проблему экономии. Совершенно необходимо определить и глубоко осмыслить эти два факта, поскольку все, что станет предметом изучения в области экономики, прямо или косвенно связано с ними:

1. Потребности общества, то есть потребности составляющих его индивидов и институтов, буквально безграничны или неутолимы.
2. Ресурсы, то есть средства производства товаров и услуг, ограниченны, или редки.

1.2.2. Потребности и их структура

С экономической точки зрения **потребность** – это нужда, желание потребителей приобрести и использовать товары и услуги, которые доставляют им полезность, – так экономисты обозначают получаемое людьми удовольствие или удовлетворение.

Удовлетворение потребностей выступает как побудительная сила, мотив хозяйствственно-экономической деятельности.

Потребности делятся на первичные (пища, одежда, жилище) и вторичные (развлечения, образование). В зависимости от субъекта различают потребности индивида, групп населения, общества в целом. По объектам (предметам, на которые они направлены) выделяют материальные, духовные, этические (относящиеся к нравственности) и эстетические потребности (касающиеся искусства). По степени удовлетворения потребностей различают конечные и промежуточные потребности.

Экономические потребности – та часть человеческих нужд, для удовлетворения которых необходимы производство, распределение, обмен

и потребление материальных благ и услуг. По мнению ученых-экономистов России, экономические потребности можно условно разделить на 3 группы: материальные (физиологические); духовные / интеллектуальные; социальные.

Среди различных классификаций наиболее известная – пирамида Абрахама Маслоу. Это модель человеческих потребностей в виде пирамиды, предложенная американским психологом Абрахамом Маслоу (Abraham Harold Maslow). Еще одно название пирамиды Маслоу – иерархия потребностей. Впервые она была описана в 1943 году в статье «Теория человеческой мотивации».

Маслоу выделил 5 главных потребностей:

1. Физиологические потребности (с англ. basic needs).
2. Потребность в безопасности (с англ. safety needs).
3. Потребность в любви (с англ. love needs). Позже Маслоу заменил ее на социальные потребности (принадлежности).
4. Потребность в уважении или признании (с англ. esteem needs).
5. Потребность в самоактуализации, самовыражении (с англ. need of self-actualization).

Маслоу писал, что человеческие нужды организованы в иерархию, то есть, возникновение одной потребности обычно зависит от удовлетворения другой, более мощной. Например, желание любви и привязанности обычно возникает у человека, если он уже не чувствует голода и находится в безопасности.

При этом Маслоу отмечал, что у человека как существа, постоянно в чем-то нуждающегося, обычно не бывает полного удовлетворения всех потребностей – особенно тех, которые находятся на вершине иерархии. Кроме того, некоторые люди вообще «не доходят» в своих желаниях до высших потребностей – они будут вполне счастливы где-то на нижних уровнях.

Интересно, что в своих работах Маслоу не изображал иерархию ни в виде пирамиды, ни в виде другого графического рисунка. Последователи, развивая его идеи, предложили сначала иерархию в виде лестницы – рис. 6.

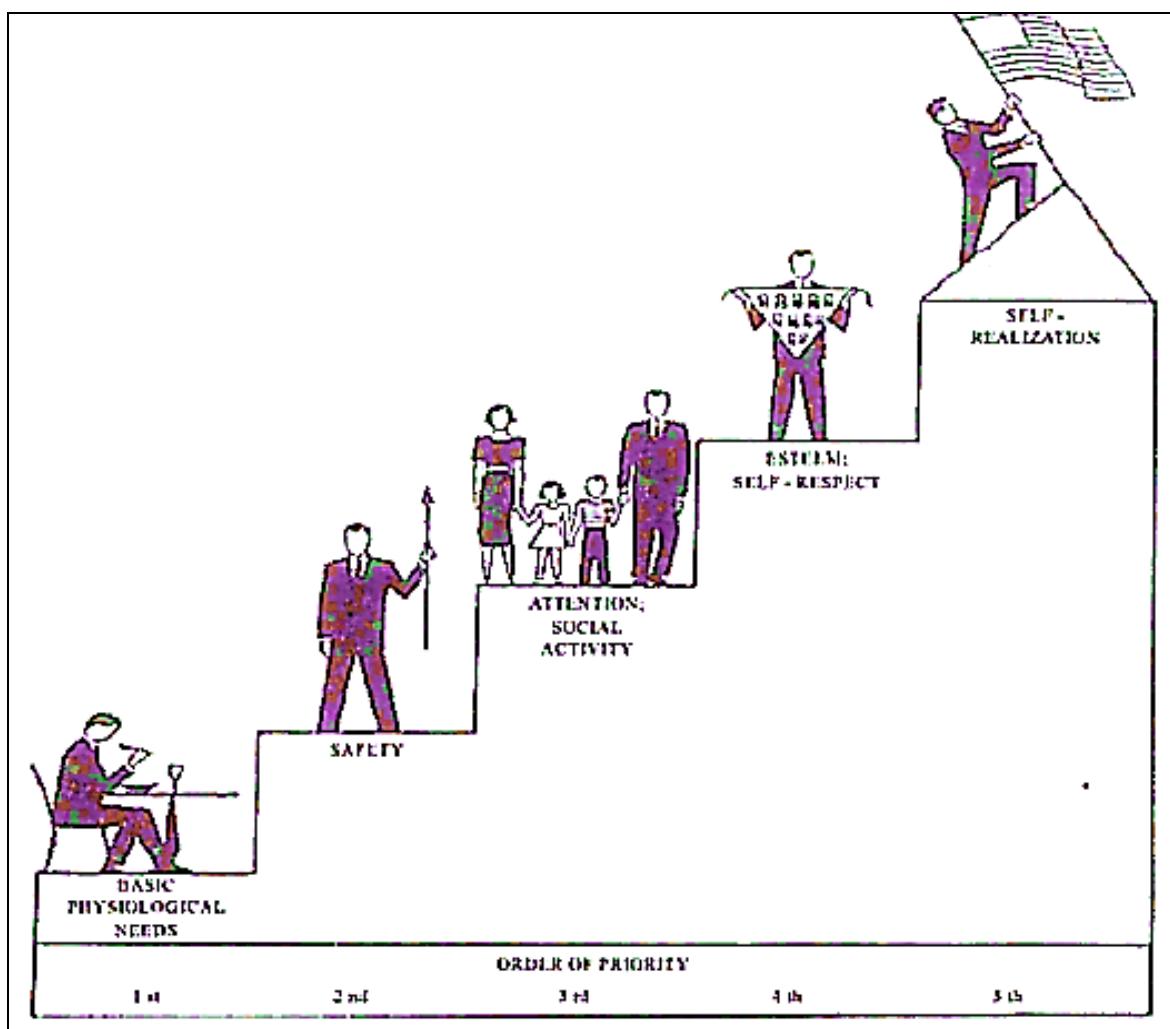


Рисунок 6 – Лестница потребностей

До 1980-х годов была популярна именно лестница, но постепенно пирамида ее полностью заменила – рис. 7.

Рассмотрим подробнее **материальные потребности** (физиологические потребности). Что именно мы подразумеваем под понятием «материальные потребности»? Их перечень включает поразительно широкий спектр товаров: жилые дома, автомобили, зубную пасту, пиццу, одежду и т.п. Услуги также удовлетворяют наши потребности, как и материальные продукты. Ремонт автомобиля, стрижка

волос и консультация юриста наравне с товарами удовлетворяют человеческие потребности.



Рисунок 7 – Пирамида Маслоу

В своей совокупности материальные потребности неутолимы, или безграничны, а это означает, что материальные потребности в товарах и услугах полностью удовлетворить невозможно. Наши потребности в конкретном товаре или услуге можно удовлетворить: скажем, на протяжении короткого периода можно получить достаточное количество зубной пасты или одежды. Но совсем другое дело – товары вообще. Их мы не получаем и, вероятно, не можем получить в достаточном количестве. Подтвердить этот вывод можно с помощью простого эксперимента. Предположим, что всех членов общества попросили перечислить те товары и услуги, которые они хотели бы иметь, но не имеют. Скорее всего, этот список будет внушительным!

Более того, с течением времени потребности множатся. Удовлетворив какие-то потребности из этого перечня, мы пополняем его все новыми. Стремительное появление новых изделий разжигает наши аппетиты, а широкая реклама стремится убедить нас в том, что мы

нуждаемся в бесчисленном количестве предметов, которые без этой рекламы нам бы и в голову не пришло покупать.

Наконец, подчеркнем также, что конечная цель или задача всей экономической деятельности заключается в удовлетворении этих многообразных материальных потребностей.

Средства, с помощью которых удовлетворяются потребности, это **благо**.

Это значит, что блага являются носителями свойства, которое называется **полезностью**. Полезные свойства вещей производители и потребители материальных благ выявляют и оценивают по-разному.

Изготовители продуктов в первую очередь применяют объективную оценку их вещественных свойств, позволяющих получить нужную полезность. Так, в железной руде определяется количество содержащегося в ней извлекаемого железа и других компонентов, в молоке – наличие определенного количества жира, белка, молочного сахара, витаминов и т.д. Если количество полезных веществ в продуктах возрастает, то это повышает их качество, а тем самым увеличивает полезность этих продуктов.

Потребители довольно часто придерживаются субъективных оценок пользы материальных благ, пренебрегая их объективными качествами. Они смотрят на натуральные продукты с точки зрения личных запросов, вкусов и предпочтений. Субъективно оцениваемая полезность во многом зависит от редкости самих благ и от объема их потребления.

Полезность – это все, что удовлетворяет любые действительные потребности.

Желаемые нами вещи, или блага, подразделяются на материальные и нематериальные:

1. Материальные блага состоят из полезных материальных вещей и из всех прав на владение, пользование и экономическую реализацию материальных вещей. Так, они включают естественные дары природы,

продукты сельского хозяйства, промышленности, ценные бумаги, патентные и авторские права и т.п. Наконец, возможность путешествовать, посещать музеи, заниматься искусством и спортом и т.п. представляют собою воплощение материальных удобств.

2. Нематериальные блага человека распадаются на две группы. К одной относятся его собственные качества и способности к действию и наслаждениям, например, деловые способности, профессиональное мастерство или способность получать удовольствие от чтения и музыки. Все эти блага заключаются в нем самом и называются *внутренними*. Во вторую группу входят блага, называемые *внешними*. Они охватывают отношения, благотворные (полезные) одновременно и для самого человека, и для окружающих людей. Например, деловые связи, репутация, владение информацией, гражданские привилегии и права.

Блага могут быть *передаваемыми* и *непередаваемыми*. К первым относятся материальные блага, на которые распространяются права собственности. К последним относятся нематериальные блага (т.е. внутренние и внешние блага человека), а также материальные блага, потребляемые всем обществом: благоприятные климатические условия, дневной свет, воздух, возможность использования общественной собственности.

Одни блага имеются в распоряжении общества в *неограниченном количестве* (например, воздух), никем не присвоены и доставляются природой без приложения усилий. В этом случае их называют *даровыми*, или *неэкономическими благами*. Другие блага существуют в ограниченном количестве, за ними закреплено право частной или государственной собственности, в этом случае их называют *экономическими благами*.

1.2.3. Ресурсы и факторы производства

Рассмотрим теперь второй фундаментальный факт: экономические ресурсы ограничены, или редки.

Что мы подразумеваем под понятием «экономические ресурсы»? В общем, мы имеем в виду все природные, людские и произведенные человеком ресурсы, которые используются для производства товаров и услуг. Все это включает широкий круг объектов: фабричные и сельскохозяйственные строения, всякого рода оборудование, инструменты, машины, используемые в производстве промышленных товаров и продуктов сельского хозяйства; разнообразные средства транспорта и связи; бесчисленные виды труда; наконец, последнее, но не менее важное - землю и всевозможные полезные ископаемые. Совершенно очевидно, что возникает необходимость в простейшей классификации этих ресурсов, и мы их подразделяем на следующие категории: **материальные ресурсы** – земля и капитал; **людские ресурсы** – труд и предпринимательская способность; **информация** – рис. 8.



Рисунок 8 – Факторы производства

Земля. Экономист вкладывает в понятие земля гораздо больший смысл, чем большинство людей. Понятие «земля» охватывает все естественные ресурсы – все «даровые блага природы», которые применимы в производственном процессе. В эту широкую категорию входят такие ресурсы, как пахотные земли, леса, месторождения минералов и нефти, водные ресурсы.

Капитал. Понятие капитал, или «инвестиционные ресурсы», охватывает все произведенные средства производства, то есть все виды

инструментов, машины, оборудование, фабрично-заводские, складские, транспортные средства и сбытовую сеть, используемые в производстве товаров и услуг и доставке их конечному потребителю. Процесс производства и накопления этих средств производства называют инвестированием.

Здесь важно понимать:

Во-первых, инвестиционные товары (средства производства) отличаются от потребительских товаров тем, что последние удовлетворяют потребности непосредственно, тогда как первые делают это косвенно, обеспечивая производство потребительских товаров.

Во-вторых, в приведенном здесь определении термин «капитал» не подразумевает деньги. Правда, менеджеры и экономисты часто говорят о «денежном капитале», имея в виду деньги, которые могут быть использованы для закупки машин, оборудования и других средств производства. Однако деньги как таковые ничего не производят, а, следовательно, их нельзя считать экономическим ресурсом. Реальный капитал - инструменты, машины и другое производительное оборудование – это экономический ресурс; деньги, или финансовый капитал, таким ресурсом не являются.

Труд. Труд – это емкий термин, который экономист употребляет для обозначения всех физических и умственных способностей людей, применимых в производстве товаров и услуг (за исключением особого вида человеческих талантов, а именно предпринимательской способности, которую мы, в силу ее специфической роли в капиталистической экономике, решили рассматривать отдельно). Таким образом, работы, выполняемые лесорубом, продавцом, машинистом, учителем, профессиональным футболистом, физиком-ядерщиком, – все они охватываются общим понятием «труд».

Предпринимательская способность. Наконец, что можно сказать о том особом человеческом ресурсе, который мы называем

предпринимательской способностью или проще предприимчивостью. Мы раскроем специфическое значение этого термина, определив четыре взаимосвязанные функции предпринимателя.

1. Предприниматель берет на себя инициативу соединения ресурсов - земли, капитала и труда в единый процесс производства товара или услуги. Выполняя роль свечи зажигания и катализатора, предприниматель одновременно является движущей силой производства и посредником, сводящим вместе другие ресурсы для осуществления процесса, который обещает оказаться прибыльным делом.

2. Предприниматель берет на себя трудную задачу принятия основных решений по ведению бизнеса, то есть тех нерутинных решений, которые и определяют направление деятельности коммерческого предприятия.

3. Предприниматель – это новатор, тот, кто вводит в обиход на коммерческой основе новые продукты, новые производственные технологии или даже новые формы организации бизнеса.

4. Предприниматель – это человек, идущий на риск. Это следует из внимательного изучения остальных трех его функций. В капиталистической системе предпринимателю прибыль не гарантирована. Вознаграждением за затраченные им время, усилия и способности могут оказаться заманчивые прибыли или убытки и в конце концов – банкротство. Предприниматель рискует не только своим временем, трудом и деловой репутацией, но и вложенными средствами - своими собственными и своих компаний или акционеров.

Одним из ключевых экономических ресурсов на современном этапе развития общества является **информация**. Обладание достоверной информацией является необходимым условием для решения стоящих перед экономическим субъектом проблем. Вместе с тем даже полная информация не является гарантией успеха. Умение использовать полученные сведения для принятия наилучшего при сложившихся

обстоятельствах решения характеризует такой ресурс, как знания. Носителями этого ресурса выступают квалифицированные кадры в сфере управления, продажи и обслуживания покупателей, технического обслуживания товара. Именно этот ресурс дает наибольшую отдачу в бизнесе.

Плата за ресурсы. Доход, получаемый от предоставления материальных ресурсов – сырья и капитального оборудования – называется **рентным доходом, или доходом в виде процента**. Доход, получаемый теми, кто предоставляет свою рабочую силу, называется **заработной платой**. Предпринимательский доход называется **прибылью**, которая, конечно, может принять отрицательное значение, то есть форму убытка.

Эти крупные группы экономических ресурсов, часто именуют также **факторами производства**. Иными словами, ресурсы, вовлеченные в производство, называются факторами производства. Все экономические ресурсы, или факторы производства, обладают одним общим свойством: они редки или имеются в ограниченном количестве.

1.2.4. Экономический выбор и альтернативная стоимость. Кривая производственных возможностей

Поскольку ресурсов недостаточно, экономика полной занятости и полного объема производства не может обеспечить неограниченный выпуск товаров и услуг. Людям приходится выбирать, какие товары и услуги производить, а от каких отказаться.

Чтобы наилучшим образом проиллюстрировать проблему экономии, мы принимаем несколько **допущений**:

1. **Эффективность.** Экономика функционирует в условиях полной занятости и эффективности производства.

2. **Постоянное количество ресурсов.** Имеющиеся факторы производства постоянны как по количеству, так и по качеству. Но

разумеется, соотношение их использования на различные цели может изменяться в определенных пределах, то есть их можно перераспределять; например, относительно не квалифицированный работник может работать на ферме, в ресторане быстрого обслуживания или на автозаправочной станции.

3. Неизменная технология. Технология производства принимается постоянной, то есть в ходе нашего анализа она не изменяется. Второе и третье допущения подразумевают, что мы рассматриваем нашу экономику на определенный момент времени или на протяжении очень короткого периода. Для относительно долгого периода было бы нереалистично исключать технический прогресс и возможность изменения состава имеющихся ресурсов.

4. Два продукта. Для еще большего упрощения допустим, что наша экономика производит не бесчисленное множество товаров и услуг, как это проходит в действительности, а лишь два продукта – пиццу и промышленных роботов. Пицца символизирует потребительские товары, то есть те товары, которые непосредственно удовлетворяют наши потребности. Промышленные роботы символизируют товары производственного назначения (капитальные товары), то есть те товары, которые удовлетворяют наши потребности косвенно, обеспечивая более эффективное производство потребительских товаров.

Необходимость выбора! Из принятых допущений очевидно, что наша экономика сталкивается с необходимостью *выбора между альтернативами*. Имеющиеся ресурсы ограничены. Следовательно, ограничена и способность нашей экономики производить промышленных роботов и пиццу. Ограничность ресурсов означает ограниченность производства. *Поскольку ресурсы ограничены и применяются целиком, всякое увеличение производства промышленных роботов потребует переключения части ресурсов с производства пиццы.* Правильно также обратное: если мы предпочтем увеличить производство пиццы,

необходимые для этого ресурсы должны быть получены лишь за счет сокращения производства роботов». В этом суть проблемы экономии.

Таблица 1 – Таблица производственной возможности

Вид продукта	Альтернатива				
	A	B	C	D	E
X: Пицца (сотнях тыс.) (предмет потребления)	0	1	2	3	4
Y: Роботы (в тыс.) (товар производственного назначения)	10	9	7	4	0

Изучим приведенные в таблице 1 комбинации производства роботов и пиццы, любую из которых могла бы избрать для себя наша экономика. Хотя в этой и следующих таблицах производственных возможностей используются гипотетические данные, иллюстрируемые ими идеи имеют огромное практическое значение.

Избрав **вариант А**, наша экономика направила бы все свои ресурсы на производство роботов, то есть товаров производственного назначения. А в **варианте Е** все наличные ресурсы были бы употреблены на производство пиццы, то есть предметов потребления. Оба эти варианта представляют собой явно нереалистичные крайности; всякая экономика обычно находит баланс в распределении общего объема своего производства между капитальными и потребительскими товарами.

По мере продвижения **от варианта А к варианту Е** мы увеличиваем производство предметов потребления (пиццы), перемещая туда ресурсы из производства средств производства. Поскольку мы знаем, что потребительские товары непосредственно удовлетворяют наши потребности, любое продвижение в направлении варианта Е представляется нам заманчивым. Двигаясь в этом направлении, общество все полнее удовлетворяет свои текущие потребности.

Однако такая политика дорого обходится. Подобное переключение ресурсов со временем нанесет *удар самому обществу*, поскольку запас его средств производства сокращается или, по крайней мере, перестает

увеличиваться обычным темпом, а в результате *потенциал будущего производства снижается*. Продвигаясь от варианта А к Е, общество фактически делает выбор в пользу политики «больше сейчас» за счет политики «намного больше потом».

Напротив, продвигаясь от альтернативы Е к А, общество выбирает *политику воздержания от текущего потребления*. Такое жертвование текущим потреблением высвобождает ресурсы, которые могут быть использованы для увеличения производства средств производства. Нарашивая таким путем запас своего капитала, общество может рассчитывать на больший объем производства, а поэтому и на большее потребление в будущем. Движение от альтернативы Е к А означает для общества выбор: «больше потом» за счет «меньше сейчас».

В любой момент времени экономика полной занятости и эффективности производства должна жертвовать частью продукта X (например, пицца), чтобы получить больше продукта Y (например, роботы). Тот решающий факт, что экономические ресурсы ограничены, не позволяет такой экономике увеличивать одновременно выпуск и X, и Y.

Кривая производственных возможностей

Чтобы лучше понять смысл таблицы 1 производственных возможностей, рассмотрим приведенные в ней данные в графическом изображении – рис. 9. Используем простой двухмерный график, произвольно разместив данные о производстве роботов (средств производства) на вертикальной оси, а данные о производстве пиццы (потребительских товаров) на горизонтальной оси.

Каждая точка на кривой производственных возможностей представляет некий максимальный объем производства двух продуктов. Таким образом, эта кривая фактически изображает некую границу.

Чтобы реализовать различные комбинации производства пиццы и роботов, представленные точками на кривой производственных

возможностей, общество должно достичь одновременно полной занятости и эффективности производства.

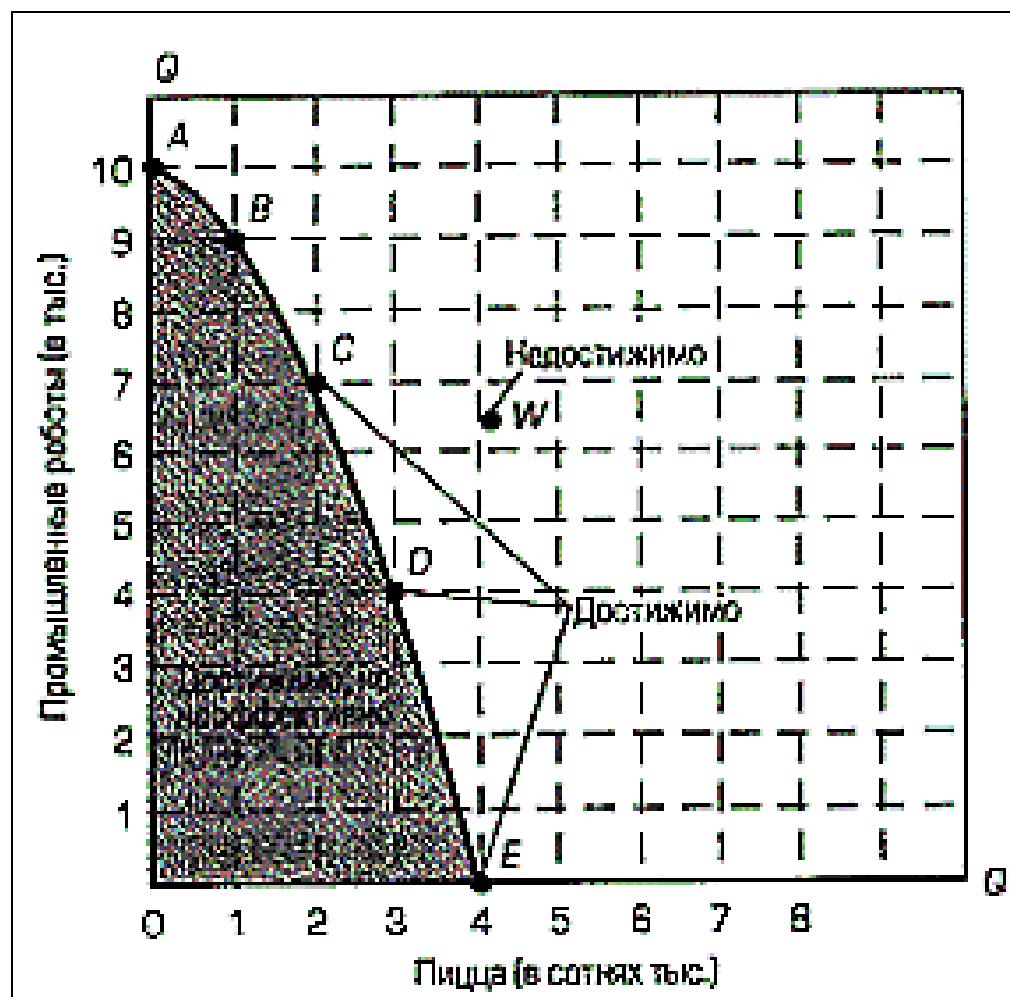


Рисунок 9 – Кривая производственной возможности

Точки внутри кривой также *достижимы*, но менее желательны, чем точки на кривой. Эти точки отражают ситуацию, когда полной занятости и эффективности производства достичь не удалось.

В точках, расположенных вне кривой производственных возможностей, как, например, в точке W, объем производства оказался бы больше, чем в любой точке на кривой; но *такие точки недостижимы* при данном количестве ресурсов и при данной технологии производства. Барьер, создаваемый ограниченностью ресурсов и существующим уровнем технологии, не допускает какого-либо сочетания производства средств производства и предметов потребления в точке, расположенной вне кривой производственных возможностей.

Относительная ограниченность ресурсов в сравнении с фактически безграничными потребностями, для удовлетворения которых эти ресурсы предназначены, вынуждает людей к выбору вариантов. Увеличение производства X (пиццы) означает сокращение производства Y (роботов).

Количество других продуктов, от которого приходится отказаться или которым нужно пожертвовать, чтобы получить какое-то количество любого другого продукта, называется альтернативными издержками производства этого продукта.

В нашем случае количество Y (роботов), от которого приходится отказаться, чтобы получить дополнительную единицу X (пиццы), и есть альтернативные издержки, или просто издержки производства этой единицы X.

Вернемся к производственной возможности (таблица 2).

Таблица 2 – Таблица производственной возможности

Вид продукта	Альтернатива				
	A	B	C	D	E
X: Пицца (сотнях тыс.) (предмет потребления)	0	1	2	3	4
Y: Роботы (в тыс.) (товар производственного назначения)	10	9	7	4	0

Передвигаясь от варианта A к B, мы обнаруживаем, что издержки производства одной единицы пиццы равны издержкам производства одной единицы роботов. То есть, $1 - 0 = 1$; $10 - 9 = 1 \Rightarrow 1 = 1$.

Однако по мере того как мы следуем за движением издержек при переходе к дополнительным производственным возможностям — от B к C, от C к D и т.д., — нам открывается важный экономический принцип. В процессе движения **от альтернативы А к альтернативе Е количество роботов, которыми приходится жертвовать, чтобы получить каждую дополнительную единицу пиццы, возрастает.**

При переходе от **альтернативы А к В** для получения одной дополнительной единицы пиццы приносится в жертву одна единица

роботов, но при переходе от альтернативы В к С для получения одной дополнительной единицы пиццы требуется жертвовать уже двумя единицами роботов (где, $9 - 7 = 2$); затем от альтернативы С к D соответственно на одну единицу пиццы – три единицы роботов (где, $7 - 4 = 3$) и, наконец, от альтернативы D к E на одну единицу пиццы - четыре единицы роботов.

И наоборот, обнаруживается, что при движении от альтернативы E к A издержки производства дополнительной единицы роботов равны соответственно $1/4$, $1/3$, $1/2$ и 1 единице пиццы для каждого из четырех перемещений.

Отметим два момента, касающихся альтернативных издержек.

1. Анализ производится в реальных, или физических, единицах. Мы можем мгновенно перейти к сравнению в денежных единицах.

2. Наше объяснение подразумевает **предельные** (в значении «**добавочные**» или «**дополнительные**») издержки, а не **совокупные**, или суммарные, альтернативные издержки. Например, предельные альтернативные издержки на третью единицу пиццы (C) в таблице 1 – это три единицы роботов C - D = 7 - 4 = 3. Но совокупные альтернативные издержки производства трех единиц пиццы составляют шесть единиц роботов: где, Y: A - D = 10 - 4 = 6, или X: A + B + C + D = 0 + 1 + 2 + 3 = 6.

Вогнутость кривой производственных возможностей. В графическом изображении закон возрастающих альтернативных издержек находит отражение в форме кривой производственных возможностей. Эта кривая имеет вогнутую форму. На рисунке 6 ясно видно, что по мере продвижения экономики от варианта A к варианту E ей приходится отказываться от производства все большего количества роботов (1, 2, 3, 4 – на оси ординат) для поддержания производства равного количества пиццы (1, 1, 1, 1 – на оси абсцисс). При движении от A к E наклон кривой производственных возможностей становится все круче, а такая кривая, по определению, является вогнутой по отношению к началу координат.

Каков экономический смысл закона возрастающих альтернативных издержек? Почему увеличение производства пиццы связано с необходимостью жертвовать все большим количеством роботов?

Ответ на этот вопрос сводится к следующему: **экономические ресурсы не в полной мере приспособлены для альтернативного использования.** Когда мы пытаемся увеличить производство пиццы, приходится все менее и менее пригодные зля такого рода применения ресурсы насильственно внедрять, «втискивать» в эту отрасль производства. Начиная переход от альтернативы А к альтернативе В, мы в первое время имеем возможность выбирать такие ресурсы, производительность которых в производстве пиццы выше по сравнению с их производительностью в изготовлении роботов. Но по мере того как мы продвигаемся от В к С, от С к Д и т.д., тех ресурсов, которые весьма производительны в производстве пиццы, становится недостаточно.

Чтобы получить больше пиццы, требуется уже использовать и те ресурсы, производительность которых выше в производстве роботов, чем в производстве пиццы.

Очевидно, что таких ресурсов требуется все больше и больше для производства дополнительной единицы пиццы, а, следовательно, необходимо изымать все большее количество ресурсов из производства роботов. **Это отсутствие совершенной эластичности, или взаимозаменяемости, ресурсов – а отсюда и необходимость увеличения количества ресурсов, переключаемых с производства одного продукта для получения все большего количества дополнительных единиц другого продукта, - и составляет экономический смысл закона возрастающих альтернативных издержек.** В данном случае издержки выражены в натуральной форме (в количестве продукта, которым приходится жертвовать), а не в денежной форме (в долларах или центах).

1.2.5. Экономическая деятельность общества. Эффективность производства

Экономическая сфера жизни общества – это часть общественной системы, совокупность отношений людей в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных и нематериальных благ и услуг.

Экономическая деятельность общества это – совокупность действий на разных уровнях хозяйствования, в результате которых люди удовлетворяют свои потребности посредством 1) производства, 2) обмена, 3) распределения и 4) потребления материальных благ и услуг. Схема экономической деятельности общества представлена на рис. 10.



Рисунок 10 – Экономическая деятельность общества

1. Производство – процесс создания материальных благ и услуг, необходимых для существования и развития общества. Производство предполагает функционирование в каждом обществе определенных производительных сил, которые включают в себя ряд элементов и

факторов. В период развития человечества главными факторами производства остаются рабочая сила и средства производства. С развитием общества постоянно меняются, развиваются и совершенствуются производительные силы. К ставшим уже традиционными рабочей силе и средствам производства добавляются новые факторы производства, например, экология, наука, информация, технология и т. д.

1.1. Рабочая сила – это способность человека к труду, совокупность его умственных и физических сил, которые применяются в производстве. Реализация рабочей силы происходит в процессе труда, поэтому понятия «рабочая сила» и «труд» отождествляются.

Труд – это целенаправленная деятельность людей по созданию жизненных благ.

Важнейшим показателем труда является **производительность труда (результат)**. Она измеряется:

1. Количеством продукции в единицу времени;
2. Количеством времени на единицу продукции.

Благодаря повышению производительности труда трудовые ресурсы удешевляют производство, и растет богатство общества.

Существуют *факторы*, которые влияют на уровень производительности труда:

1. Уровень квалификации, образованности, профессионализма работников, занятых на производстве;
2. Степень заинтересованности производителей в результатах своего труда;
3. Уровень развития науки и техники и их применение в производстве;
4. Степень эффективности использования ресурсов производства;
5. Интенсивность (напряженность или скорость) труда;

6. Природные условия (ресурсы, почва, климат); живой труд – непосредственный труд людей, занятых на производстве, вытесняется работой машин, созданных прошлым человеческим трудом; доля прошлого труда увеличивается, а доля живого труда, наоборот, снижается.

В новых условиях роль работника в производстве принципиально меняется. Он перестает быть исполнителем и становится главным звеном в технологическом процессе. Это обуславливает потребность в работнике нового типа, которого отличают высокая и всесторонняя образованность, компетентность, самостоятельное и творческое мышление, активность и ответственность в действиях.

Основные пути формирования работника нового типа:

1. Разносторонняя образовательная и профессиональная кадровая подготовка – ведется на основе непрерывного широкопрофильного обучения; новая техника и технологии должны появиться в учебных аудиториях раньше, чем на предприятиях;

2. Интеллектуализация труда – проявляется в том, что труд приобретает умственный, аналитический и творческий характер; человек больше работает головой, а не руками;

3. Гуманизация труда – это «очеловечивание» производства; его подстройка к запросам работников предприятия, что предполагает выполнение научных рекомендаций эргономики, направленных на облегчение, оздоровление и повышение комфорта и условий труда; в результате растут эффективность труда и его привлекательность для человека;

4. Демократизация производства – осуществляется через участие работников в акционерном капитале предприятия, в управлении им, распределении полученных доходов.

1.2. Средства производства состоят из средств труда и предметов труда.

Средства труда – это предметы, с помощью которых человек создает необходимые блага (например, машины, инструменты, оборудование, здания, сооружения, транспорт).

Предметы труда – это предметы, на которые человек воздействует в процессе производства и которые составляют материальную основу будущего продукта (например, дерево, металл, сырье и другие материалы).

По происхождению средства производства делятся на два вида:

1. Природные ресурсы – те, которые созданы самой природой (земля, леса, водные ресурсы);

2. Произведенные ресурсы – предметы, созданные или обработанные человеком и предназначенные для дальнейшего использования их в производстве (инструменты, машины, оборудование, здания, сооружения, сырье и т. д.).

Необходимо выделять три уровня производства:

1. Труд индивидуального работника;

2. Производство на микроуровне (фирме, предприятии);

3. Производство на макроуровне (в рамках общества).

2. Распределение – процесс определения доли, количества, пропорции участия каждого члена общества в произведенном продукте.

3. Обмен – процесс движения материальных благ и услуг от одного субъекта к другому и форма общественной связи производителей и потребителей. В фазе обмена продукт труда превращается в товар.

4. Потребление – конечное использование произведенного продукта.

Цепочка «производство – распределение – обмен – потребление» никогда не прерывается, кроме того, все четыре фазы существуют одновременно, поскольку ни одну из фаз невозможно остановить, чтобы не разорвать цепь. Так осуществляется **процесс воспроизведения**.

Воспроизводство – это процесс создания и восстановления производственных мощностей и производственных ресурсов, необходимых для производства товаров и услуг. Он включает в себя

процессы производства, распределения, обмена и потребления, которые позволяют обществу обеспечивать потребности и удовлетворять потребности в товарах и услугах.

Воспроизводство бывает двух видов:

1. *Экстенсивное* – в производство вовлекаются дополнительные природные и трудовые ресурсы, при этом техническая основа производства остается без изменения (изменение количества, а не качества);

2. *Интенсивное* – предполагает совершенствование технологий производства, оборудования, что приводит к повышению производительности труда (изменение качества, а не количества).

Для эффективного развития экономике страны необходимо перейти на интенсивный тип воспроизводства.

В экономической теории различают экономическую и социальную эффективность производства.

Экономическая эффективность – это достижение производством наивысших результатов при наименьших затратах труда и материалов.

Социальная эффективность – это соответствия результатов производства социальным нуждам общества, интересам человека.

Экономическая эффективность общественного производства определяется как соотношение «результаты производства к его затратам». Однако этот показатель очень обобщенный, поскольку характеризует эффективность всех совокупных затрат, которые приходятся на выпуск единицы продукции. Поэтому для определения эффективного использования каждого фактора производства по отдельности применяется *система показателей*: показатели эффективности производства труда; показатели эффективности использования ресурсов и фондов; прочие показатели эффективности работы предприятия.

1. Показатели эффективности производства труда

Производительность труда – продуктивность производственной деятельности людей; измеряется количеством продукции, произведенной работником в сфере материального производства за единицу рабочего времени, или количеством времени, которое затрачено на производство единицы продукции. Производительность труда как мера эффективности использования трудового ресурса может быть оценена двумя показателями: **выработка и трудоемкость**.

Выработка (W) – количество изделий, производимых одним рабочим за единицу времени (час; день; год) – формула 1. Выработка характеризует результативность труда.

$$W = \frac{Q_{\text{факт}}}{CC\cdot T_{\text{эф}}} \quad (1)$$

где, W – выработка;

$Q_{\text{факт}}$ – количество произведенной за период продукции в натуральных или стоимостных измерителях (выручка, TR);
ССЧ – среднесписочная численность работников;
 $T_{\text{эф}}$ – эффективный фонд рабочего времени.

Трудоемкость (T_e) – количество труда, необходимое для изготовления единицы продукции – формула 2. Трудоемкость является характеристикой затратности труда (расходования рабочей силы).

$$T_e = \frac{CC\cdot T_{\text{эф}}}{Q_{\text{факт}}} \quad (2)$$

где, T_e – трудоемкость;

$Q_{\text{факт}}$ – количество произведенной за период продукции в натуральных или стоимостных измерителях (выручка, TR);
ССЧ – среднесписочная численность работников;

$T_{\text{ЭФ}}$ – эффективный фонд рабочего времени.

Эффективный фонд рабочего времени ($T_{\text{ЭФ}}$) – расчетная величина рабочего времени, которая может быть использована на эффективное осуществление трудовых операций предприятия – формула 3.

$$\begin{aligned} T_{\text{ЭФ}} = & (365 - \text{праздничные выходные дни} - \\ & \text{количество дней капитального ремонта}) * \\ & \text{средняя продолжительность одной смены} * \text{количество смен} \\ & * (100\% - \% \text{ простоя}) / 100 \quad (3) \end{aligned}$$

2. Показатели эффективности использования фондов

Фондоемкость (Φ_e) (коэффициент закрепления основных средств) – характеризует потребность компании в основных производственных фондах для производства единицы продукции или выполнения некой единицы работ (формула 4). Отражает сколько рублей, вложенных в основные фонды, приходится на 1 рубль произведенной продукции. Обратная величина фондоотдачи.

$$\Phi_e = \frac{\text{ОПФ}}{\text{Выручка}} \quad (4)$$

где, Φ_e – фондоемкость;

ОПФ – стоимость основных производственных фондов – активы, используемые организацией неоднократно или постоянно в течение длительного периода времени (не менее года) для производства продукции и не теряющие свою натуральную форму.

Выручка – выручка за период (чаще всего – год).

Снижение фондоемкости свидетельствует об экономии труда.

Фондоотдача (Φ_o) – показывает, сколько продукции (или прибыли) получает предприятие с каждого рубля имеющихся у него основных фондов (формула 5). Чем выше значение, тем эффективнее используются

фонды, и с каждого рубля этих фондов предприятие получает больше товара.

$$\Phi_o = \frac{\text{Выручка}}{\text{ОПФ}} \quad (5)$$

где, Φ_o – фондоотдача;

ОПФ – стоимость основных производственных фондов – активы, используемые организацией неоднократно или постоянно в течение длительного периода времени (не менее года) для производства продукции и не теряющие свою натуральную форму.

Выручка – выручка за период (чаще всего – год).

Эффективным можно считать использование основных фондов, если уровень фондоотдачи превышает 1. Если значение показателя фондоотдачи растет, значит растет эффективность использования ОПФ на предприятии. Фондоотдача должна иметь тенденцию к увеличению, а фондаемость к снижению.

Фондооруженность (Φ_b) – относительный показатель, который показывает сколько рублей, вложенных в ОПФ, приходится на одного среднесписочного сотрудника (формула 6). Это позволяет оценить, насколько персонал предприятия обеспечен основными средствами.

$$\Phi_b = \frac{\text{ОПФ}}{\text{ССЧ}} \quad (6)$$

где, Φ_b – фондооруженность;

ОПФ – стоимость основных производственных фондов – активы, используемые организацией неоднократно или постоянно в течение длительного периода времени (не менее года) для производства продукции и не теряющие свою натуральную форму.

ССЧ – среднесписочная численность сотрудников.

Показатель фондооруженности характеризует степень оснащенности труда работающих (формула 7).

Показатели фондооруженности и фондоотдачи связаны между собой через показатель выработка.

$$\Phi_o * \Phi_v = \frac{\text{Выручка}}{\text{ОПФ}} * \frac{\text{ОПФ}}{\text{ССЧ}} = \frac{\text{Выручка}}{\text{ССЧ}} = W \quad (7)$$

Для роста эффективности производственной деятельности предприятия наращивание объемов выпущенной продукции должно осуществлять быстрее, чем наращивание объемов ОПФ.

3. Прочие показатели эффективности работы предприятия.

Помимо перечисленных, можно оценивать такие показатели, как качество продукции, экологичность, социальную эффективность. Для оценки качества продукции используется менеджмент качества и обратная связь с клиентами. Если показатели эффективности недостаточно велики, нужно выяснить, в какой именно момент происходит большая часть потерь. Бизнес-процессы делятся на составные части, анализируется работа сотрудников и поставщиков.

При оценке социальной эффективности также нужна обратная связь с покупателями и потенциальными сотрудниками. Для улучшения показателя нужно работать не только над продвижением бренда и увеличением объемов производства, но и над качеством и улучшением конкурентных качеств выпускаемого продукта, над улучшением имиджа предприятия.

ТЕМА 1.3. ТОВАР И ДЕНЬГИ

1.3.1. Форма организации общественного хозяйства

Важное место в экономической теории отводится анализу форм организации общественного хозяйства.

Форма организации общественного хозяйства – тип организации хозяйственной деятельности людей, обеспечивающий реальное функционирование экономики; способ существования экономической системы.

В экономической литературе традиционно выделяются в качестве основных две формы: натуральное хозяйство и товарное производство, которые отличаются по следующим *признакам*:

1. развитости или неразвитости общественного разделения труда; замкнутости или открытости хозяйства;
2. экономической форме изготавливаемого продукта;
3. способу разрешения противоречий между производством и потреблением.

1. Натуральное хозяйство – способ организации хозяйственной деятельности, при котором производство направлено непосредственно на удовлетворение собственных потребностей производителя, т.е. имеет место внутрихозяйственное потребление.

Общество, в котором оно господствует, состоит из массы хозяйственных единиц (семей, общин, поместий). Каждая единица опирается на собственные производственные ресурсы и самообеспечивает себя всем необходимым для жизни. Она выполняет все виды хозяйственных работ, начиная от добывания разных видов сырья и завершая окончательной подготовкой их к потреблению – рис. 11.

Натуральному хозяйству свойственны следующие основные черты:

1. Преобладает ручной универсальный труд, основанный на примитивной технологической базе (мотыга, лопата, грабли и т.п.) и исключающий его разделение на обособленные виды;
2. Замкнутость (автарическая форма хозяйствования), отсутствие связи с другими хозяйственными единицами (каждая единица опирается на собственные ресурсы и обеспечивает себя всем необходимым для жизни);
3. Производимый продукт не принимает форму товара и образует фонд жизненных средств для самого производителя;



Рисунок 11 – Труд в условиях натурального хозяйства

4. Наличие прямых экономических связей между производством и потреблением: они развиваются по формуле «производство – распределение – потребление», т.е. созданная продукция распределяется между участниками производства и, минуя стадию обмена, используется в целях личного и производительного потребления;

5. Консерватизм, традиционность, ограниченность производства и потребления, относительно постоянные масштабы и отраслевые

пропорции производства, обуславливающие медленные темпы экономического развития.

Натуральное хозяйство – исторически первый тип организации хозяйственной деятельности людей. Оно возникло в глубокой древности, в период становления первобытнообщинного стоя. В чистом виде натуральное хозяйство существовало только у первобытных народов, не знавших разделения труда, обмена и частной собственности.

В докапиталистических формациях натуральное хозяйство занимало преобладающее место в общественном производстве, хотя в античных рабовладельческих государствах уже имело место довольно развитое товарное производство.

Натуральное хозяйство – одна из главных черт феодальной экономики. Натуральную форму здесь имел присваиваемый феодалом прибавочный продукт. Последний выступал в виде многообразных натуральных повинностей и платежей. Натуральный характер носило и хозяйство зависимых от феодалов крестьян. Вместе с тем господство натурального хозяйства в докапиталистических экономических системах не исключало развития товарно-денежных отношений. По мере развития производительных сил натуральное хозяйство вытесняется товарным производством. При капитализме оно по существу разрушается, хотя пережитки его здесь сохраняются.

Элементы натурального хозяйства имеют место и в современных развитых странах, где господствуют товарно-денежные отношения. Это, в частности, проявляется в стремлении некоторых промышленных и сельскохозяйственных предприятий, хозяйственных объединений, регионов к самообеспечению. Отдельные государства также проводят экономическую политику, известную под названием «автаркия» – создание замкнутого самодовлеющего хозяйства в рамках страны. В настоящее время Северная Корея является великой автаркией. Этой страной на

протяжении десятилетий правила династия Кимов; она полностью изолирована от внешнего мира.

Натуральное хозяйство сильно распространено в развивающихся странах. В натуральном и полунатуральном хозяйстве слаборазвитых стран занято более половины населения. По прогнозам специалистов, еще долгое время натуральное хозяйство будет занимать значительное место в их экономике.

Основной недостаток натурального хозяйства заключается в том, что оно не позволяет добиться высокой производительности труда, обеспечивает удовлетворение незначительных по объему и однообразных по качественному составу потребностей.

Развитие факторов производства привело к углублению общественного разделения труда, повышению его производительности. Это явилось объективной причиной перехода от натурального хозяйства к товарному. Если натуральное хозяйство преобладало на доиндустриальной стадии производства, то на индустриальной стадии, господствующей стала товарная форма организации хозяйства.

2. Товарное производство – форма организации общественного производства, при которой экономические отношения между людьми проявляются через куплю-продажу продуктов их труда на рынке.

Товарное производство зародилось в период разложения первобытного строя, когда возникло первое крупное общественное разделение труда, т.е. выделение пастушеских племен, или **отделение скотоводства от земледелия** – рис. 12.

Товарное производство получает дальнейшее развитие в результате второго крупного общественного разделения труда, т.е. в результате **отделения ремесла от земледелия**. Выделение ремесла способствовало дальнейшему совершенствованию орудий труда. Изобретение ткацкого станка, кузнечного меха, гончарного круга и т.д. значительно повышало производительность труда. Ремесленники, в свою

очередь, стали предлагать и более совершенные орудия труда для земледельцев. Это облегчало труд, повышало его эффективность и способствовало созданию устойчивой величины прибавочного продукта.

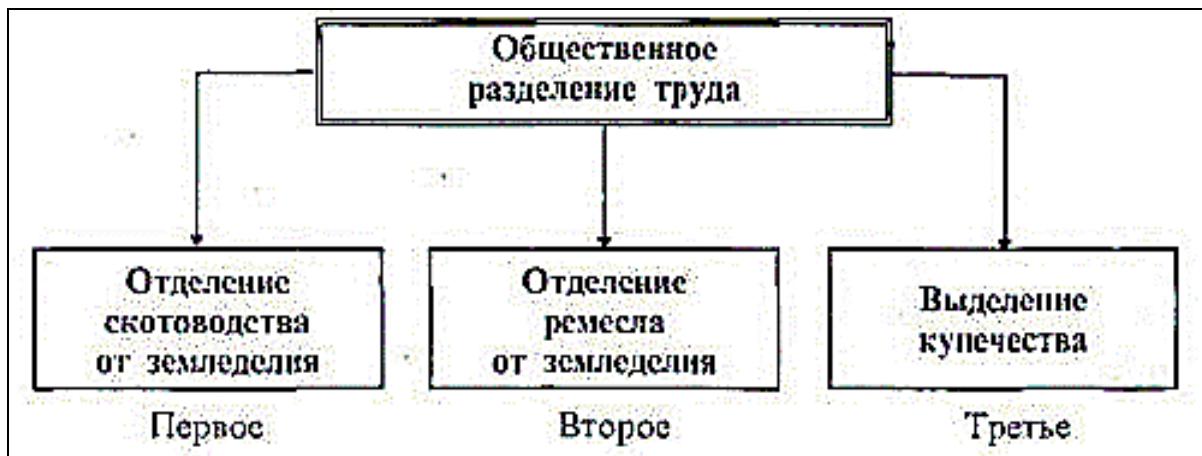


Рисунок 12 – Виды общественного разделения труда

Дальнейшее расширение обмена привело к зарождению посреднической торговли и **выделению купечества**. Это третье общественное разделение труда. Оно закрепляло складывающийся натуальный обмен между отдельными хозяйствующими субъектами, облегчало сбыт излишков продукции, а также снабжение натуального хозяйства отдельными изделиями ремесленников. Кроме того, торговля закрепляла общественную идею о преимуществе более узкой специализации.

Признаки товарного производства:

1. Общественное разделение труда;
2. Экономическое обособление хозяйствующих субъектов;
3. Производство продукта на продажу, а не для собственного потребления;
4. Обмен товарами на рынке и его эквивалентность.

1.3.2. Товар и теории стоимости. Закон предельной полезности

В экономической теории существует несколько определений категории «товар»:

1) это результат взаимодействия человека со средствами производства, который получает материальную или нематериальную форму.

2) это специфическое экономическое благо, произведенное для обмена.

3) это внешний предмет (вещь), которая удовлетворяет какие-либо человеческие потребности, в силу ее свойств (Карл Маркс).

4) это благо, являющееся результатом производства одного субъекта экономики и поступающее в потребление другого субъекта через обмен в форме купли-продажи.

Признаки товара:

1. Товар отражает *отношения собственности*. Любой товар выступает в качестве объекта собственности. Собственник товара готов передать его другому в обмен на нечто равноценное.

2. Товар отражает *отношения по производству товара*. К ним можно отнести отношения, обеспечивающие специализацию на производстве того или иного товара и возможность возникновения на ее основе кооперации. При производстве товара возникают также отношения конкуренции, в ходе которой производители стремятся сделать товар более привлекательным для покупателей.

3. По поводу товара складываются *отношения распределения*. Поскольку каждый товар выступает как часть общественного продукта, то, продавая и покупая товары, люди тем самым участвуют в распределении этого продукта.

4. Товар становится *объектом потребления*, поскольку, в конечном счете она создается для удовлетворения каких-то потребностей.

Характер экономических отношений, возникающих по поводу товаров, позволяет отличить их от благ, созданных людьми, но не являющихся товарами. К таким благам относятся те, которые произведены людьми для собственного потребления. К. Менгер утверждал, что

экономическое благо становится товаром независимо от его способности к передвижению, независимо от лиц, предлагающих его для продажи, от его материальности, но обязательно предназначено для обмена.

Отличительным признаком товара являются отношения в виде купли-продажи. Обмен характеризуется возмездностью и эквивалентностью, что означает, передачу товара из рук его собственником в руки другого в ответ на обратную передачу его заменителя, при этом заменитель должен быть равноценным данному товару.

Следовательно, свойства товара:

1. Способность удовлетворять какую-либо человеческую потребность;
2. Способность к обмену.

Способность товара удовлетворять ту или иную потребность человека составляет его **потребительскую стоимость**. Ею обладает любой товар. Характер потребностей может быть при этом самый различный (физические, духовные). Разным может быть и способ их удовлетворения. Одни вещи могут удовлетворять потребность непосредственно как предметы потребления (хлеб, одежда и т.п.), другие – косвенно, опосредованно как средство производства (станок сырье).

Товар обладает не только свойством удовлетворять человеческие потребности, но и свойством вступать в отношения с другими товарами, обмениваться на другие товары.

Разные товары имеют только одно общее свойство, делающее их сравнимыми между собой при обмене, а именно то, что они - продукты труда.

Трудовая теория А. Смита

В основу своего исследования А. Смит положил трудовую теорию стоимости, считая закономерным определение **стоимости – затраченным трудом и обмен товаров – заключенным в них количеством труда**. Им

была предпринята попытка анализа реальной системы товарно-денежного обмена и ценообразования в условиях капитализма свободной конкуренции.

А. Смит определил и разграничил потребительскую и меновую стоимость товара. Слово «**стоимость**» имеет два различных значения: иногда оно обозначает **полезность какого-нибудь предмета (потребительская стоимость)**, а иногда **возможность приобретения других предметов (меновая стоимость)**, которую дает обладание данным предметом.

Но, часто предметы, обладающие наибольшей потребительской ценностью, имеют весьма малую меновую ценность, или совсем не имеют ее. И наоборот, некоторые предметы, обладающие высокой меновой ценностью, имеют ничтожную потребительскую ценность. Например, нет ничего полезнее воды, но на нее почти ничего нельзя купить или обменять, но алмаз почти не имеет ценности в отношении его потребления, а между тем на него постоянно выменивается большое количество других товаров.

При этом для А. Смита характерно определение стоимости только количеством труда, но в анализе цены товара он колеблется между различными определениями меновой стоимости:

1. Стоимостью товара является затраченный на его производство труд.
2. Стоимостью является труд, на который может быть куплен товар.

Такое положение верно только в условиях простого товарного производства.

При капитализме же имеет место противоположное явление: количество труда, овеществленное в товаре, в результате операции купли-продажи получает в свое распоряжение большее количество труда. А. Смит обнаруживает, что в обмене при капиталистических формах хозяйства общий закон эквивалентности товаров теряет свою силу. Он приходит к выводу, что в условиях капитализма рабочее время

перестает быть постоянной мерой, регулирующей стоимость товара.

Поэтому для условий капитализма ему пришлось сконструировать другую теорию, согласно которой **стоимость товара образуется путем сложения заработной платы, прибыли и ренты, приходящихся на единицу товара**. Но эта теория не учитывала постоянный капитал.

Рациональным зерном в концепции стоимости А. Смита стало понимание, что **величина стоимости определяется не фактическими затратами труда отдельного товаропроизводителя, а теми затратами, которые в среднем необходимы для данного состояния производства.** Он отмечал также, что квалифицированный и сложный труд создает в единицу времени больше стоимости, чем неквалифицированный и простой, и может быть сведен к последнему посредством коэффициентов.

О дальнейшем развитии А. Смитом теории стоимости свидетельствовало разграничение естественной и рыночной цен товара, причем первая понималась сначала как денежное выражение стоимости. А. Смит считал, что естественная цена товара представляет собой центральную цену, к которой постоянно тяготеют цены всех товаров. Этим он положил начало исследованию конкретных факторов, вызывающих отклонение цен от стоимости.

Теория предельной стоимости Карл Менгер, Евгений Бем-Баверк

Если трудовая теория стоимости дала объяснение стоимости, исходя из затрат общественного труда, то **теория предельной полезности** (Карл Менгер, Евгений Бем-Баверк) дала объяснение стоимости и цены благ (услуг) с позиций *экономической психологии потребителя полезных вещей*.

Основные положения этой теории заключаются в следующем:

1. Полезность нельзя отождествлять с собственными свойствами товаров.

Полезность – это субъективная оценка, которую дает каждый покупатель роли определенного блага в удовлетворении его личных потребностей.

Ценность (стоимость) блага – это понимание человеком значения потребляемой вещи для его жизни и благосостояния.

2. Полезные блага делятся на два вида:

- имеющиеся в безграничном количестве (воздух);
- являющиеся относительно редкими и недостаточными для насыщения сложившихся потребностей в них; именно этим благам хозяйствующие лица приписывают ценность.

3. Человек располагает свои потребности в порядке понижения степени их важности и пытается удовлетворить их имеющимся в его распоряжении количеством благ. При этом ценность каждого блага будет зависеть, во-первых, от важности удовлетворения потребности, а во-вторых, от степени ее насыщения.

4. В процессе личного потребления действует закон убывающей полезности.

Степень удовлетворения одним и тем же продуктом, если мы непрерывно продолжаем им пользоваться, постепенно уменьшается, так что наконец наступает насыщение.

5. Ценность благ определяет предельная полезность, это дополнительная полезность, полученная от потребления последующей единицы данного блага по сравнению с предыдущей.

Закон убывающей предельной полезности (первый закон Госсена)

Концепция предельной полезности возникла в 40-50-х годах XIX в. Её появление связывают с именем Генриха Госсена, который описал правила рационального поведения субъекта, стремящегося извлечь максимум полезности из своей хозяйственной деятельности.

Используя категории полезности и предельной полезности, можно описать потребительские предпочтения.

Полезность – это степень удовлетворения, полученного человеком от потребления какого-то блага. Оценка потребителем степени полезности для себя различных товаров (например, товар X лучше, чем товар Y) называется *потребительским предпочтением*.

Предельная полезность (MU, с англ. marginal utility) – это дополнительная полезность, полученная от потребления последующей единицы данного блага по сравнению с предыдущей. Так как предельная полезность – это приращение общей полезности, то она (предельная полезность) является производной от функции полезности.

Каждое последующее благо, удовлетворяющее данную потребность, имеет меньшую полезность, чем предыдущее, а при ограниченном запасе блага всегда имеется «предельный экземпляр» (т. е. конечный), который меньше всего удовлетворяет конкретную потребность.

Ойген фон Бём-Баверк иллюстрировал это на примере «поселенца, избушка которого одиноко стоит в первобытном лесу». Он предполагал, что у поселенца есть 5 мешков зерна, из которых:

- первый – для того, чтобы не умереть от голода;
- второй – для улучшения питания;
- третий – для откорма домашней птицы;
- четвертый – для приготовления спиртных напитков;
- пятый – для кормления попугая, болтовню которого приятно слушать.

По этой теории второй мешок зерна имеет меньшую полезность, чем первый, третий – меньшую, чем второй и т. д. Полезность пятого мешка – это предельная полезность. Отсюда австрийцы делали вывод, что стоимость данного блага определяется полезностью предельного

экземпляра. В данном случае теория предельной полезности непосредственно противопоставлялась трудовой теории стоимости.

Экономисты XIX в. исследовали собственную психологическую реакцию на потребление дополнительных порций товара и делали выводы о действии **закона убывающей предельной полезности**.

Эти выводы были подкреплены результатами психологических лабораторных экспериментов: завязывали человеку глаза и просили его протянуть руку ладонью вверх. Затем клади ему на ладонь какой-либо груз – человек, естественно, замечал это. Прибавляли новые порции груза – человек замечал и это увеличение. Но когда на ладони лежал уже достаточно большой груз, человек не замечал добавления веса, равного первоначальному. Таким образом, чем больше совокупный вес, удерживаемый человеком, тем меньше эффект дополнительной, или предельной, порции веса.

Сущность закона убывающей предельной полезности (первый закон Госсена) состоит в том, что, начиная с определенного момента дополнительная полезность, полученная от потребления последующей единицы данного блага по сравнению с предыдущей (предельная полезность), снижается по мере увеличения массы потребляемого товара. График изменения предельной полезности представлен на рис. 13.

Правило максимизации полезности, или равновесное положение потребителя

Допустим, потребитель определенную часть своего дохода тратит на приобретение товаров X и Y, при этом вначале потребитель оценивает предельную полезность товара X больше, чем товара Y. Тогда он начнет увеличивать потребление товара X и сокращать потребление товара Y.

Но, согласно закону убывающей предельной полезности, при увеличении потребляемого количества товара X его предельная полезность начинает снижаться, а предельная полезность товара Y – увеличиваться. В

конце концов должно установиться равенство оценок предельных полезностей товаров X и Y.

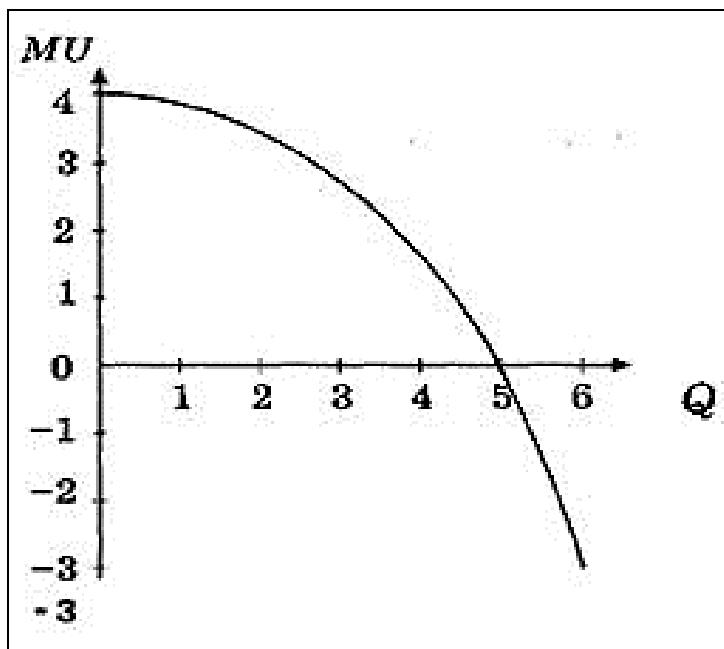


Рисунок 13 – Предельная полезность

Это будет **идеальное положение**, когда человеку невыгодно потреблять одно благо вместо другого и вообще как-то менять структуру потребления, так как любое изменение приведет только к ухудшению его благосостояния. То есть *покупатель склонен всегда менять структуру потребления, переключаясь с одного товара на другой, последовательно продвигаясь к такому состоянию, когда менять уже ничего не нужно*. В этом заключается смысл **второго закона Госсена**.

Таким образом, **правило максимизации полезности** с точки зрения теории предельной полезности состоит в том, что: потребитель так должен израсходовать свой доход, чтобы отношение предельной полезности к цене было одинаковым для всех товаров, при этом доход должен быть истрачен полностью.

1.3.3. Экономическая категория «деньги»

Деньги – необычайно интересная экономическая категория, важнейший раздел экономической науки. Деньги представляют собой

нечто гораздо большее, чем простой инструмент, облегчающий работу экономики. Исправно действующий денежный механизм — это та кровеносная система, в которой происходит кругооборот доходов и расходов, олицетворяющий, в сущности, всю экономику.

Деньги — это универсальный эквивалент стоимости всех товаров, средство оплаты товаров и услуг, средство сохранения и преумножения стоимости».

Рассмотрим функции денег.

Деньги как мера стоимости отражают сущность денег как всеобщего стоимостного эквивалента. В деньгах измеряется стоимость всех товаров. Это возможно потому, что деньги сами являются специфическим товаром, в котором воплощен абстрактный общественный труд, т.е. обладают меновой стоимостью. А товары сравнимы (качественно однородны и количественно соизмеримы) именно в качестве меновых стоимостей. Измерение стоимости товаров деньгами не требует реального наличия денег у товаропредприятий: деньги при выполнении ими функции меры стоимости выступают как идеальные, мысленно представляемые.

Стоимость товара, выраженная в деньгах, называется **ценой товара**.

Деньги как средство обращения. За выражением стоимости товара в идеальных деньгах, происходящим еще до процесса обращения, следует превращение товара в действительные деньги, его продажа, имеющая место в процессе обращения.

Товарное обращение, которое опосредуется деньгами, означает куплю-продажу товаров. Если товар продается, то это означает, что он обменивается на деньги. Если товар покупается, то это означает, что деньги обмениваются на товар.

В целом товарное обращение можно представить формулой Т–Д–Т, следует, что деньги при товарном обращении выступают в качестве посредника, или выполняют функцию средства обращения.

Деньги как мера стоимости отличаются от денег как средства обращения:

1) мерой стоимости служат идеальные деньги, а средством обращения – реальные деньги;

2) мерой стоимости могут служить только полноценные деньги, тогда как в качестве средства обращения выступают также и неполноценные и бумажные деньги.

Функционирование денег как средства обращения помогает преодолеть индивидуальные, временные и пространственные границы, которые характерны для непосредственного обмена товара на товар. При товарном обращении, опосредуемом деньгами, не требуется взаимного совпадения потребностей покупателя и продавца. Продавец продает свой товар и на вырученные деньги может купить любой другой товар. При бартерном обмене сделка может состояться только в том случае, если потребности в предлагаемых товарах взаимно совпадают. Продавец обменивает свой товар на другой товар лишь тогда, когда последний ему нужен.

При товарном обращении, опосредуемом деньгами, не требуется совпадения актов купли-продажи по времени. Продавец продает свой товар, а на вырученные деньги может купить нужный ему товар в любое другое время. При бартерном обмене продавец продает свой товар, одновременно приобретая в обмен на него другой. Таким образом, функционирование денег в качестве средства обращения способствует развитию товарного обмена.

Деньги как средство платежа. Товар не всегда продается за наличные деньги. Чаще всего фирмы продают свои товары в кредит, т.е. с отсрочкой платежа. Через указанный в долговом обязательстве срок должник уплачивает положенную сумму денег. Таким образом, выполняя функцию средства обращения, деньги служат посредником при обмене

товаров, а выполняя функцию средства платежа, они *завершают процесс обмена*.

Деньги выполняют функцию средства платежа не только при продаже товаров в кредит, но и при погашении других обязательств. При безналичных расчетах в качестве меры стоимости могут служить идеальные деньги. При наличных расчетах деньги должны быть только реальными. Функцию средства платежа выполняют неполноценные, обычно реальные деньги, а при взаимном зачете долговых обязательств идеальные.

В современной западной экономической литературе функции денег как средства обращения и средства платежа не разграничиваются.

Деньги как средство образования сокровищ. Деньги, являясь всеобщим стоимостным эквивалентом, в обмен на который можно получить любой другой товар, сами становятся всеобщим воплощением общественного богатства. Стремление к обладанию богатством в его всеобщей форме побуждает товаровладельцев к накоплению денег. В этом случае за актом продажи не следует акт купли. Деньги извлекаются из обращения и выполняют функцию образования сокровищ. Для выполнения функции образования сокровищ деньги должны быть одновременно полноценными и реальными. Бумажно-кредитные деньги не выполняют функции образования сокровищ, так как не обладают собственной стоимостью, но выступают как средство накопления.

В современной западной экономической литературе функция денег как средство образования сокровищ называется **функцией денег как средства сбережения (накопления)**. Деньги как средство сбережения (накопления) являются самым мощным средством расширения производства, его реконструкции и повышения эффективности.

Мировые деньги. Функция мировых денег отличается от функций денег как средства обращения и средства платежа на внутреннем рынке. Мировые деньги являются:

- 1) всеобщим международным платежным средством;
- 2) всеобщим международным покупательным средством;
- 3) всеобщим международным воплощением общественного богатства.

Классификация на основе особенностей материально-вещественной стороны всеобщего эквивалента позволяет условно разделить все существующие деньги на **полноценные (действительные)** и **неполнценные**. Классификация представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Классификация форм и видов денег

Форма	Вид
Полноценные	Металлические, к которым относятся: золотые и серебряные слитки, золотые и серебряные монеты. Номинальная стоимость соответствует стоимости содержащегося в монетах благородного металла.
Неполнценные	Бумажные деньги, к которым относятся казначейские билеты (наличные деньги); Кредитные деньги, к которым относятся банкноты (наличные деньги); Средства на счетах до востребования (безналичные деньги); Разменные монеты

Деньги называются **полнценными**, если товар, из которого они изготовлены, имеет одну и ту же стоимость как в сфере обращения в качестве денег, так и в сфере накопления в качестве богатства. Или, это деньги, номинальная стоимость которых соответствует стоимости содержащегося в них благородного металла. В настоящее время полноценные деньги не участвуют в денежном обращении.

К **неполнценным** относятся такие деньги, покупательная способность которых не превышает стоимость товара, выступающего носителем денежных отношений. Неполнценные деньги включают все формы постзолотых денег: бумажные и кредитные.

Полнценные деньги постепенно были вытеснены неполнценными, произошла демонетизация золота, под которой понимается процесс утраты золотом функций денежного товара. Стихийный процесс вытеснения

золотых монет из внутреннего обращения по мере внедрения бумажных и кредитных денег завершился официальным отказом от всех форм золотого стандарта в начале XX в.

Опираясь на сложившиеся в философии и эпистемологии трактовки понятий формы и вида, их взаимосвязь и субординацию, *по способу существования денег* целесообразно различать деньги в безналичной форме, деньги в наличной форме и деньги в электронной форме.

1. Безналичная форма денег предполагает переход права собственности на определенное количество денег от плательщика к получателю в процессе осуществления расчетов и платежей, которые отражаются (записываются) на банковских счетах с использованием различных видов носителей информации о всеобщем эквиваленте.

2. Наличная форма денег предполагает использование различных видов вещественных носителей всеобщего эквивалента, которые передаются от плательщика к получателю в процессе осуществления расчетов и платежей. В свою очередь, *наличные деньги по характеру вещественного носителя всеобщего эквивалента* можно разделить, по нашему мнению, на следующие формы: товарную, металлическую и бумажную.

2.1. Товарные деньги – это форма денег, представляющая собой определенный набор товаров, выступающих в качестве регионального эквивалента, покупательная способность которых основывается на их качественных характеристиках. Выбор конкретного товара, используемого в качестве денег, обусловливался признанием за ним важных потребительских свойств. Кроме того, на форму общественного богатства, используемого в качестве денег, в значительной степени влияли технические возможности и предпочтения в области торговых отношений.

2.2. Металлические деньги представляют собой деньги, покупательная способность которых основана на ценности денежного металла, из которого они изготавливались – меди, золота, серебра.

Несовершенство товарной формы денег заключалось в их слабой делимости и недостаточной транспортабельности. Когда люди стали добывать и обрабатывать металлы, было выявлено, что они обладают рядом свойств, делающих их более подходящим товаром для использования в качестве денег. Металлические деньги в большей степени узнаваемы, долговечны и более транспортабельны по сравнению с другими видами товарных форм денег. Металлическая форма денег представлена такими видами денег, как мерные слитки, полноценные и разменные монеты.

2.3. Бумажная форма денег. Видами бумажной формы денег являются казначейские и банковские билеты. Здесь необходимо отметить, что, причисляя банковские билеты к бумажной форме денег, мы не игнорируем их кредитную природу происхождения, а опираемся исключительно на материал, из которого они изготовлены.

По характеру обеспечения банковские билеты эволюционировали следующим образом: банкноты с полным покрытием (классические) → банкноты с частичным покрытием → банкноты без покрытия. «Такая постепенная смена видов банкнот была вызвана их непрерывной эмиссией, что при ограниченности официальных золотых резервов приводило к невозможности размена всех выпущенных банкнот на этот драгоценный металл. В дальнейшем банкнотам придавался принудительный курс с обязательством их приема во все платежи, что плавно переводило их в разряд неразменных бумажных денег».

3. Электронные деньги. Под электронными деньгами в широком смысле мы понимаем отраженное на компьютерных носителях информационное воплощение всеобщего эквивалента. Основные сходства и различия электронных денег в сравнении с наличными и безналичными деньгами состоят в следующем. Процедура передачи электронных денег также скоротечна по времени, как и процедура передачи наличных денег,

но при этом не требует непосредственного контакта плательщика с получателем, как это необходимо при передаче монет или купюр из рук в руки

Расчеты, производимые безналичными деньгами, вне зависимости от степени удаленности контрагентов друг от друга, требуют обязательного наличия у плательщика и получателя банковских счетов для отражения списания и зачисления соответствующей суммы денежных средств, тогда как для передачи электронных денег иметь контрагентам банковские счета не обязательно. Таким образом, феномен электронных денег, основанный на новом технологическом укладе передачи всеобщего эквивалента плательщиком получателю, кардинально меняет наши прежние представления о формах существования денег адекватно эволюционирующем способам ведения хозяйственной деятельности.

В зависимости от типа компьютерного носителя информации и соответствующей технологии передачи информации можно выделить следующие виды электронных денег:

3.1. Электронные деньги на базе карт. Электронные деньги на базе карт основываются на применении карт с микропроцессором (их роль могут исполнять любые другие инструменты, например, сим-карта мобильного телефона, флэш-карта, наручные часы, брелок и т.п.), на которых отражается сумма электронных денежных средств, и направлены на замену наличных денег при расчетах и платежах в торгово-сервисных точках розничных продаж, в том числе на основе бесконтактной технологии оплаты. Этот вид электронных денег активно развиваются международные платежные системы совместно с крупными банками-партнерами, создавшими соответствующую инфраструктуру.

3.2. Электронные деньги на базе сетей. Электронные деньги на базе сетей представляют собой полностью виртуальный продукт, представленный в виде программы или сетевого ресурса, и предназначены для расчетов и платежей в Интернет-магазинах и иных компаниях,

ведущих свой бизнес в сети Интернет. Самыми известными платежными системами на основе данного вида электронных денег в России являются, например, Яндекс Деньги или WebMoney. Для использования электронных денег в подобных системах необходимо в них зарегистрироваться, а иногда и установить программное обеспечение. Инфраструктура таких платежных систем заимствована из банковской сферы. Для ввода денежных средств в систему или вывода их из нее могут быть использованы как банковские, так и небанковские переводы наличных или безналичных денег.

3.3. Электронные деньги на базе распределенного реестра цифровых транзакций (криптовалюты). Электронные деньги на базе карт и на базе сетей обладают статусом законного средства платежа и создаются на основе традиционной национальной валюты, эмитируемой Центральным банком. Иными специфическими характеристиками обладает другой вид электронных денег – криптовалюты (виртуальные валюты), которые появились на основе технологии Blockchain – распределенного реестра цифровых транзакций. Наибольшей популярностью пользуются такие криптовалюты, как Bitcoin, Ethereum, Tether, Binance Coin (BNB), Solana, Ripple (XRP), Cardano, Dogecoin и Litecoin.

В.В. Путин 8 августа 2024 года подписал Федеральный закон от 8 августа 2024 г. № 221-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», легализующий майнинг криптовалют и разрешающий обращение иностранных цифровых прав в России, а российских цифровых прав – за рубежом. Большинство его положений вступят в силу по истечении десяти дней со дня его официального опубликования за исключением ряда положений, касающихся энергетических компаний, которые начнут применяться с 1 ноября 2024 года.

Законом даются определения майнинга цифровой валюты, майнинговой инфраструктуры и ее оператора, майнинг-пула и другие.

Также закрепляются порядок и условия майнинга криптовалют. Так, под майнингом понимается проведение компьютерных математических вычислений для выпуска цифровой валюты или получения вознаграждения в такой валюте за подтверждение записей в информационной системе, использующей в том числе технологию распределенного реестра.

Заниматься майнингом цифровой валюты (в том числе участвовать в майнинг-пуле) могут предприниматели и организации, включенные в соответствующий реестр. Обычные граждане могут заниматься майнингом без включения в реестр, только если потребляемая при этом энергия не превышает установленных Правительством РФ лимитов.

3.4. Цифровой рубль. Цифровой рубль – это программный код, как и криптовалюта. Стоит отметить, что криптовалюты майнятся, используя компьютерные ресурсы, и физически они ничем не обеспечены. А их курс сильно зависит от интереса к ним – рис. 14.

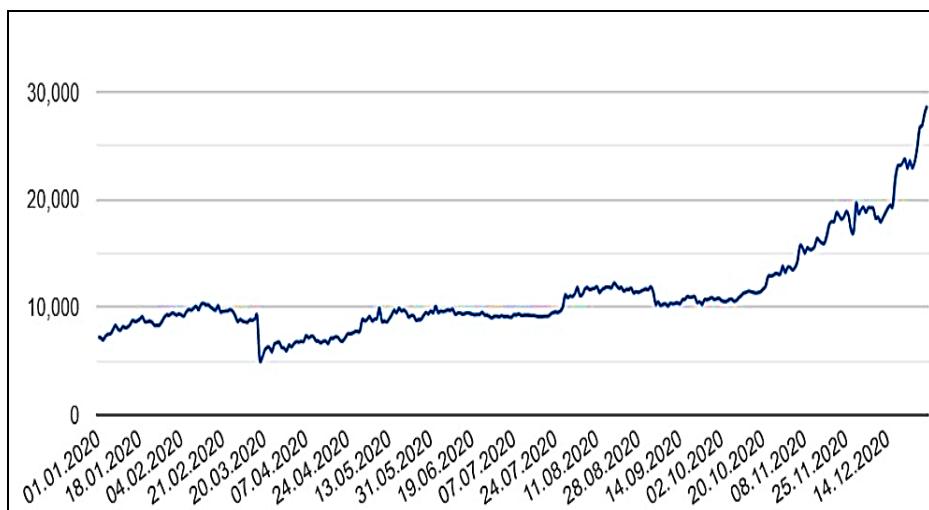


Рисунок 14 – Динамика курса Bitcoin (2020 год)

Несмотря на техническую схожесть с криптовалютой, цифровой рубль имеет отличительные черты, и сочетает в себе свойства наличных и безналичных денег:

- 1) его официально может выпускать только Банк России;
- 2) он существует только в цифровом виде (в виде кода);

3) он, как и безналичный рубль, привязан к стоимости национальной наличной валюты.

Цифровые рубли представляют собой уникальные цифровые коды (токены), находящиеся в цифровых кошельках клиентов на платформе цифрового рубля – рис. 15.



Рисунок 15 – Цифровой рубль

Платформа цифрового рубля использует вариант гибридной архитектуры – сочетание распределенных реестров (блокчейн технология) и специальных централизованных компонентов для процессинга операций, что его отличает от безналичных денег. Кошельки с цифровыми рублями хранятся на платформе цифрового рубля – специальной инфраструктуре, которую создает Центральный Банк, что так же выступает отличительным признаком от безналичных денег, которые находятся, как правило, на счетах в коммерческих банках.

Ключевые аспекты модели Цифрового рубля:

1. Эмитентом цифрового рубля является Банк России.
2. Цифровой рубль – обязательство Банка России.
3. Банк России открывает кошельки финансовым организациям и Федеральному казначейству, а также кошельки физическим и юридическим лицам по их поручению через финансовые организации.
4. Клиентам, финансовым организациям и Федеральному казначейству открывается только один кошелек в цифровых рублях.
5. На размещенные в кошельках цифровые рубли не начисляется процентный доход на остаток.

6. Средства на кошельке доступны клиенту через любую другую финансовую организацию, где он обслуживается (список пилотных банков ниже).

Банки, включенные в пилотный проект (на 2024 год): ПАО Ак Барс Банк, ПАО «АЛЬФА-БАНК», АО Банк ДОМ.РФ, ПАО Банк ВТБ, ПАО «Газпромбанк», ПАО Тинькофф Банк, ПАО «Промсвязьбанк», ПАО «Росбанк», ПАО «Сбербанк», ПАО «СКБ-банк», АО Банк СОЮЗ, ПАО ТКБ банк, ПАО «МТС-Банк», АО КИВИ Банк, ПАО «Совкомбанк».

Открытие кошелька цифрового рубля:

1. Через приложение любого банка, чьими услугами пользуется, клиент регистрируется на платформе цифрового рубля и открывает электронный кошелек. При этом неважно, через какой именно банк человек подключился к системе. В дальнейшем заходить в электронный кошелек и пользоваться цифровыми рублями он также сможет через приложение любого удобного ему банка;

2. С помощью интерфейса мобильного приложения банка клиент осуществляет транзакцию обмена безналичных рублевых денежных средств на цифровые рубли, пополняется электронный кошелек.

Недостатки цифрового рубля:

1. Сохранение посредника для использования электронного кошелька цифрового рубля в виде банков.

2. Для введения в рознице компаниям потребуется понести затраты на программное обеспечение, специальное оборудование, налаживание иной инфраструктуры.

3. Нет начисления процентов на остаток на счете электронного кошелька, обесценивание денег при хранении на электронном кошельке.

4. Риски взлома, мошенничества в отношении электронного кошелька.

5. Риски остановки работы приложений банков и как следствие невозможность использовать электронный кошелек, так как магазины

приложений (App Store, Play Маркет) как правило управляются иностранными производителями.

6. Не понятен юридический механизм подтверждения совершения транзакций, на кого возложена эта функция.

7. Возможные технические проблемы в работе платформы Банка России по обороту цифрового рубля.

Преимущества цифрового рубля:

1. Прозрачность операций, что в идеальном варианте позволит отслеживать исполнение госконтрактов, расходование бюджетных средств, отслеживать операции на предмет их законности, чтобы бороться с оттоком капитала, обналичиванием и отмыванием денег.

2. Возможность реализации смарт-контрактов.

3. Возможность осуществлять международные расчеты без санкционных ограничений (в теории).

4. Заявленные низкие тарифы сократят расходы компаний на эквайринг.

1.3.4. Денежное обращение и денежная система

Денежная система – это исторически сложившаяся и закрепленная законом форма организации денежного обращения в государстве. По существу, она предусматривает сведение разнообразных элементов денежного обращения в единое целое.

Современная национальная денежная система включает в себя следующие обязательные элементы:

1. Национальную денежную единицу, служащую в рамках конкретной экономической системы масштабом цен;

2. Виды денег, которые в своей совокупности являются на территории данного государства законным платежным средством;

3. Национальную эмиссионную систему, обеспечивающую порядок выпуска денег в обращение;

4. Национальную кредитную систему и другие государственные органы, осуществляющие регулирование денежного обращения.

Рассмотрим денежную систему России посредством анализа каждого элемента:

1. Национальная денежная единица. Официальная законная денежная единица, обращающаяся на территории Российской Федерации в настоящее время, – рубль и его сотая часть – копейка.

2. Виды денег в обращении. В настоящее время в денежном обращении России основным инструментом расчетов остаются банковские билеты или банкноты (от англ. bank-note), а также разменная монета.

3. Национальная эмиссионная система России за всю длительную историю своего развития не претерпела существенного изменения в основном, фундаментальном вопросе – субъекте, обеспечивающем эмиссию денег на территории государства. В отличие от многих стран мира, налично-денежная эмиссия в России всегда находилась в монопольном ведении царя или государства. Монопольное право Центрального банка Российской Федерации на эмиссию денег в обращение, утверждение графического обозначения рубля в виде знака закреплено в настоящее время в Гражданском кодексе Российской Федерации, Федеральном законе «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» и Федеральном законе «О национальной платежной системе».

4. Национальный аппарат, осуществляющий поддержку и регулирование денежного обращения. По сути дела, монополия Центрального банка России охватывает сегодня весь спектр вопросов, связанных как с эмиссией денег, так и с организацией их обращения на территории России. В соответствии с законодательством Российской Федерации все банки России и иные участники финансового рынка обязаны в своей повседневной деятельности руководствоваться требованиями Центрального банка, реализуя на практике разработанные

им общие положения государственной стратегии денежно-кредитного регулирования.

Денежный оборот – непрерывное движение денег в качестве орудия расчета и платежа как в наличной, так и в безналичной формах. Таким образом, денежный оборот рассчитывается как сумма налично-денежных и безналичных расчетов, производимых в национальной экономике.

На рисунке 16 эллипсами обозначены банковские учреждения (банковские кредитные организации) и небанковские кредитные организации, прямоугольниками – нефинансовые участники денежных операций. Стрелками показаны и соответственно пронумерованы денежные потоки, функционирующие в экономической системе.

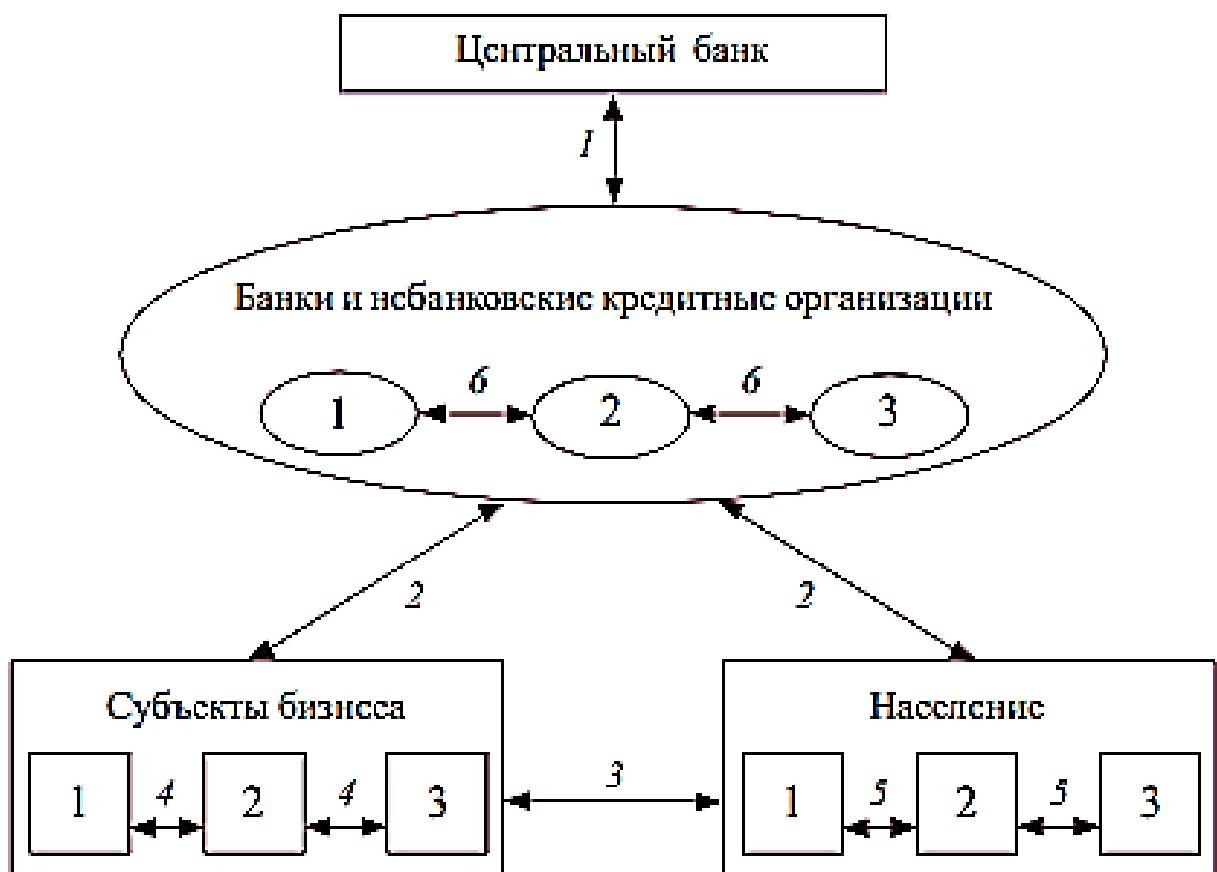


Рисунок 16 – Схема денежного оборота внутри экономической системы

Первая группа денежных потоков, помеченных стрелкой 1, возникает во взаимоотношениях Центрального банка с банками и

небанковскими кредитными организациями. Центральный банк Российской Федерации является эмиссионным центром страны, следовательно, он *снабжает банки и небанковские кредитные организации (НКО) наличными деньгами*. В случае *избытка налично-денежной массы у конкретного банка он обязан сдать его в соответствующее территориальное учреждение Центрального банка - расчетно-кассовый центр (РКЦ)*. Это рождает встречный денежный поток. Кроме того, во время инкасации денег от учреждений второго уровня банковской системы, *сдаются ветхие и пришедшие в негодность денежные знаки*.

Центральный банк также организует систему безналичных расчетов в экономике, т.е. *проводит расчеты между кредитными организациями*. Для этого каждому кредитному учреждению открывается корреспондентский счет. На данный счет и зачисляется соответствующая сумма средств, сданная в наличной форме в РКЦ. Корреспондентский счет представляет собой счет, на котором, в соответствии с законодательством Российской Федерации, отражаются расчеты, производимые одной кредитной организацией по поручению и за счет другой на основании договора о корреспондентских отношениях. Помимо этого, в процессе проведения политики денежно-кредитного регулирования *каждый кредитный институт обязан резервировать на счетах в Центральном банке определенные денежные средства*, называемые резервами. Другой составляющей денежных потоков являются *кредиты, которые Центральный банк выдает кредитным организациям второго уровня банковской системы*. Это кредитование принято называть рефинансированием. Основная задача рефинансирования – поддерживать ликвидность банковской системы и, прежде всего, бесперебойность расчетов.

Следующий компонент денежного оборота – денежные потоки, отмеченные на рисунке 16 стрелками 2. Они характеризуют платежно-

расчетные операции, совершаемые между банковской системой и небанковским сектором национальной экономики. *Все субъекты бизнеса, официально зарегистрированные на территории Российской Федерации, имеют счета в банковских учреждениях страны.* Перечень счетов, открываемых кредитными организациями клиентам, обозначен в нормативных актах Банка России: текущие счета; расчетные счета; бюджетные счета; корреспондентские счета; счета доверительного управления; специальные банковские счета; публичные депозитные счета нотариусов, судов, подразделений службы судебных приставов и иных органов или лиц, которые в соответствии с законодательством РФ могут принимать от населения денежные средства в депозит; счета по вкладам (депозитам).

В повседневной хозяйственной практике наиболее часто встречаются расчетные счета. Расчетный счет – счет, открываемый банком субъекту предпринимательской деятельности, имеющему самостоятельный баланс, для проведения всех видов расчетов, не запрещенных национальным законодательством. Они открываются юридическим лицам, не являющимися кредитными организациями, индивидуальным предпринимателям и физическим лицам, занимающимся частной практикой или осуществляющим предпринимательскую деятельность.

Большинство физических лиц имеют в банках текущие счета, для совершения операций, не связанных с предпринимательской деятельностью или частной практикой. С их помощью осуществляется значительная часть безналичных расчетов. В современном мире наибольшее распространение получили электронные платежи. Лидером современного рынка электронных платежей пока являются пластиковые карты – как кредитные, так и дебетовые. В основу электронных платежей заложен тот же принцип, который когда-то был разработан для чековых депозитов, только переведенный на безбумажную технологию. Списание и зачисление денежных средств по расчетным и текущим счетам определяют

безналичную часть денежного оборота на данном уровне. Налично-денежные операции этого уровня возможны путем снятия и зачисления наличных денег на вышеуказанные счета физическими и юридическими лицами. В соответствии с нормативными документами Банка России в кассах предприятий могут храниться наличные деньги в пределах лимита, который юридическое лицо определяет самостоятельно, исходя из характера его деятельности с учетом объемов поступлений или объемов выдач наличных денег. Население может проводить любые расчетно-платежные операции как в наличных деньгах, так и в безналичных средствах обращения. Зачисление наличных денег на счета юридических лиц возможно в виде выручки от реализованной продукции, оказанных услуг. Часть денежного оборота, обслуживаемая денежными потоками 3, предполагает также и наличные, и безналичные денежные операции, так как это операции с физическими лицами, осуществляемые в розничной торговле, а также операции, связанные с выплатой заработной платы и иных вариантов вознаграждения. Сюда включаются описанные выше операции по непосредственным выплатам наличных денег работодателями, а также вся розничная и значительная часть мелкооптовой торговли.

Денежные потоки 4 и 5 показывают внутренние обороты денежных средств, осуществляемых, как правило, в наличной форме. Это взаиморасчеты юридических лиц в незначительных суммах и взаиморасчеты физических лиц (рынки, частная практика и т. д.).

Денежные потоки 6 предполагают внутренние операции банковской системы. Эти операции осуществляются преимущественно в безналичной форме. Безналичные операции этого уровня осуществляются в двух основных направлениях: *межбанковские расчеты без участия Центрального банка* (клиринговые палаты и союзы, прямые корреспондентские отношения); *межбанковское кредитование* (кредитование одним банком другого). Эти операции регулируются

Центральным банком, а также внутренними договорами участников сделок.

Закон денежного обращения

Закон денежного обращения, устанавливающий количество денег, необходимых для выполнения ими функций средства обращения и средства платежа, был открыт К.Марксом.

Как известно, деньги в обращении выступают не только в качестве средства обращения, но и средства платежа. Поэтому, анализируя функцию средства платежа, К.Маркс формулирует развернутую формулу определения количества денег, необходимых для обращения. Он писал: «Если мы теперь рассмотрим общую сумму денег, находящихся в обращении в течение данного промежутка времени, то окажется, что она – при данной скорости циркуляции средств обращения и платежа – равняется сумме подлежащих реализации товарных цен плюс сумма платежей, которым наступил срок, минус взаимопогашаемые платежи и, наконец, минус сумма оборотов, в которых одни и те же деньги функционируют попеременно, то как средство обращения, то как средство платежа». Поэтому даже в том случае, если даны цены, скорость денежного обращения и экономия платежей, все же масса денег, находящихся в обращении в течение определенного периода, например, одного дня, более не совпадает с массой обращающихся товаров. Обращаются деньги, представляющие такие товары, которые уже давно извлечены из процесса обращения. Обращаются товары, денежный эквивалент которых появится лишь впоследствии».

Количество денег для обращения и платежа определяется следующими условиями:

1. общим объемом обращающихся товаров и услуг (зависимость прямая);
2. уровнем товарных цен и тарифов на услуги (зависимость прямая, поскольку, чем выше цены, тем больше требуется денег);

3. степенью развития безналичных расчетов (зависимость обратная);
4. скоростью обращения денег, в том числе кредитных денег (зависимость обратная).

Формула закона денежного обращения (формула 8):

$$Д = \frac{\Sigma Ц - К - ВП + П}{О} \quad (8)$$

где, $Д$ – количество денег, необходимых для обращения;
 $Ц$ – сумма цен реализуемых товаров;
 $К$ – сумма цен товаров, проданных в кредит;
 $ВП$ – взаимопогашаемые платежи;
 $П$ – сумма цен товаров, ранее проданных в кредит, срок оплаты которых наступает в данном году;
 $О$ – скорость обращения денежной единицы.

Сегодня трудно найти учебник по деньгам, кредиту, банкам, в котором не упоминалось бы «**классическое уравнение обмена**» И. Фишера. Утверждается, что формула К. Маркса применима только для полноценных денег, а в условиях бумажно-денежного обращения применяется уравнение обмена И. Фишера.

Из классического уравнения денежного обмена $MV = PY$ получаем формулу 9:

$$M = \frac{P * Y}{V} \quad (9)$$

где: M – денежная масса,
 V – скорость денежного обращения,
 P – уровень цен,
 Y – количество трансакций в экономике, измеряемое обычно объемом реального дохода или производства.

ТЕМА 1.4. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СУБЪЕКТЫ, ИНСТИТУТЫ И СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

1.4.1. Экономические субъекты и их интересы

Субъектами считают всех агентов экономической деятельности. **Экономические агенты** – субъекты экономических отношений, участвующие в производстве, распределении, обмене и потреблении жизненных благ. К ним можно отнести предпринимателей, менеджеров, наемных рабочих, банкиров, товаропроизводителей, инвесторов, потребителей, покупателей, продавцов, посредников, заказчиков, поставщиков.

К экономическим агентам принято относить: домохозяйства, фирмы, государство – рис. 17. Конкретизируя составляющие категории «экономические агенты», можно выделить:

1. Домашние хозяйства, которые занимают в экономике двусмысленное положение. Как агенты предложения они, обладая экономическими ресурсами, являются их продавцами на рынке ресурсов, получая за это денежные доходы, необходимые для потребления товаров и услуг.

2. Фирмы, это организации, которые выполняют сразу несколько функций по изготовлению и распределению товаров и услуг. То есть организации, которые владеют этими предприятиями и осуществляют хозяйственную деятельность. Многие фирмы являются владельцами нескольких предприятий и управляемыми ими, выступают, как агенты спроса (при покупке необходимых для производства ресурсов), и как агенты предложения (при реализации произведенными ими товары и услуги).

3. Государство – третий тип экономического агента, непосредственно, прямо или косвенно участвующий в хозяйственной деятельности и вмешивающийся в процессе экономического кругооборота.

Домохозяйства

- Субъект, являющийся собственником факторов производства; принимающим, самостоятельно, хозяйствственные решения; обеспечивающим производство и воспроизводства человеческого капитала; лицом, стремящимся к максимальному удовлетворению своих потребностей и потребительских ожиданий членов своей семьи
- Интерес: максимизация полезности благ, приобретаемых на доходы

Фирмы

- Субъект, являющийся потребителем фактором производства для производства потребительских ценностей; принимающим, самостоятельно, хозяйствственные решения; обеспечивающим производство и воспроизводства экономических благ;
- Интерес: максимизация прибыли, увеличение стоимости бизнеса

Государство

- Субъект, являющийся институтом, устанавливающим характер формирования доходов и расходов и использования средств государственного и местных бюджетов с целью удовлетворения общественных потребностей, социальных нужд, прочих операций по субсидированию и т.п.
- Интерес: обеспечивать общенациональный интерес, способствовать росту богатства нации

Рисунок 17 – Экономические агенты и их интересы

Подробнее экономические агенты будут рассмотрены в рамках темы «Макроэкономика».

1.4.2. Экономические институты

Понятия «институционализм» и «институт» пришли в социологию и экономическую теорию из юриспруденции, где они обозначали комплекс юридических норм, регулирующих социально-правовые отношения.

Как писал лауреат Нобелевской премии по экономике Д. Норт, «**институты** – это «правила игры» в обществе, или, выражаясь более

формально, созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми».

Институциональные ограничения включают как запреты совершение определенные действия, так и указания, при каких условиях разрешены эти действия. На бытовом уровне их можно отождествить со спортивными правилами. Они включают в себя формальные писаные нормы и неписаные кодексы поведения, которые лежат глубже формальных правил и дополняют их.

Основная задача институтов состоит в минимизации неопределенности в деятельности организаций и индивидов путем установления устойчивых механизмов взаимодействия между участниками общественных отношений.

Институты могут создавать благоприятные условия, выступать как нейтральные факторы или становиться препятствием для развития общественных процессов и экономической деятельности. Таким образом, институты, по сути дела, устанавливают ограничения в деятельности людей.

Часто путают институты (правила игры) с учреждениями и, говоря об институциональных реформах, нередко имеют в виду создание новых или переименование старых административных структур, которыми будут продолжать руководить прежними методами. В результате появляются такие фразы: «в целях содействия развитию инвестиционной деятельности в регионе созданы и функционируют специализированные институты развития инвестиционной инфраструктуры: региональный центр инвестиций, парк высоких технологий... и другие организации». Такой подход беспersпективен для целей реформирования национальной экономики.

Проблемы с трактовкой институтов появились еще в начале XX в. во времена становления институционализма как теории, объединившей экономический, социологический и исторический подходы. Классики того

времени Дж. М. Кларк, Дж. Коммонс, У. Гамильтон, У. Митчел, Т. Веблен так и не сумели сформулировать однозначное определение категории «институт». Дж. Коммонс писал: «При определении сферы применения так называемой институциональной экономики сложность заключается в неопределенности значения слова «институт».

Значительно позже сторонники неоинституционального направления придали термину «институт» однозначную трактовку как *правила или нормы, которая организует и регулирует взаимоотношения между людьми*. Подавляющее большинство русскоязычных последователей институциональной теории также разделяют такую точку зрения на институты.

Один из наиболее известных российских исследователей этой проблемы профессор Г.Клейнер дал следующее определение: «Под институтами будем понимать относительно устойчивые по отношению к изменению поведения или интересов отдельных субъектов и их групп, а также продолжающие действовать в течение значимого периода времени формальные и неформальные нормы либо системы норм, регулирующие принятие решений, деятельность и взаимодействие социально-экономических субъектов (физических и юридических лиц, организаций) и их групп».

К сожалению, еще остались авторы, до сих пор считающие, что «институциональное регулирование осуществляется путем создания специальных органов и организаций, оказывающих целенаправленное воздействие на принятие экономических решений». При этом есть мнение, что упрощенная, пусть и **неверная трактовка** институтов нужна «...для коммерциализации разработок институциональных экономистов, их возмездной передачи (трансфера) агентам хозяйственной практики.

Устаревшее понимание сущностной категории «институт» может привести к серьезному искажению отчетности. В частности, в статистических сборниках в разделе «Институциональные

преобразования» любят давать информацию о том, сколько организаций создано и сколько ликвидировано, но не сведения, отражающие изменения социально-экономической и правовой среды.

Отождествление институтов с учреждениями резко сужает сферу институционального регулирования, делая его менее эффективным инструментом воздействия на общественное развитие. Из него выпадают, в частности, направления деятельности, регулирующие общественные отношения.

Перечень макроэкономических институтов достаточно длинный, но важнейшими из них являются следующие:

1. Институты макроэкономического регулирования, определяющие взаимоотношения между государством и экономическими агентами (организациями, индивидуальными предпринимателями, населением), возникающие в процессе государственного управления экономической деятельностью;
2. Институты рынка, регулирующие взаимоотношения, возникающие между экономическими агентами в процессе обмена;
3. Монетарные институты, регулирующие кредитно-денежные отношения между экономическими агентами и банковской системой страны;
4. Фискальные институты, определяющие взаимоотношения между государством, экономическими агентами и населением при взимании налогов и сборов, а также при перераспределении централизованных финансовых ресурсов через бюджеты всех уровней;
5. Инвестиционные институты, устанавливающие условия и порядок инвестиционной деятельности в стране;
6. Институты права, регулирующие правовые взаимоотношения в обществе;

7. Институты регламентации внешнеэкономической деятельности, определяющие процессы взаимодействия экономических агентов с иностранными партнерами.

Формальные и неформальные институты

Формальные институты – это официально устанавливаемые нормы и правила, которым должны подчиняться организации и граждане. Наказание за их нарушение прописывается в законах и других нормативных документах.

Неформальные институты представляют собой нормы поведения, принятые в обществе. Они включают в себя общепринятые правила, определяющие отношения в семье, университете, на работе, а также так называемые кодексы поведения (честность, порядочность и пр.). Именно потому, что эти ограничения являются более стойкими во времени, их гораздо сложнее изменить, чем формальные правила. Кроме того, они необязательно совпадают с формальными институтами.

Неформальные нормы и правила часто появляются как следствие плохой отработанности официальных нормативных документов. Именно неформальные институты определяют, например, отношения, складывающиеся при получении официально бесплатных медицинских услуг, и появление шутливого лозунга: «Доктор цветы и конфеты не пьет». Такие институты способствуют координации взаимоотношений между людьми, причем стороны на практике заинтересованы в том, чтобы все поддерживали это негласное соглашение.

Социологические опросы показывают, что предпринимателям бывает проще решать свои проблемы при помощи взяток, чем следовать официальным формальным процедурам. Аналогично подарки медицинским работникам (в натуральном или денежном выражении) преподносятся не только из чувства благодарности, но и из желания получать «бесплатную» медицинскую услугу в дальнейшем.

Институты обуславливают тип экономической системы. Важно то, что формальные правила могут быть изменены государством, а неформальные ограничения изменяются очень медленно. И формальные правила, и неформальные ограничения в конечном счете формируются под воздействием мировосприятия людей, на которые влияют прежде всего господствующие в обществе идеологические установки.

Формальные и неформальные институты могут противоречить друг другу. Поэтому принятый новый «официальный» закон не обязательно будет исполняться так, как хотели законодатели. Если требования нового нормативного акта противоречат действующим неформальным нормам, то могут возникнуть серьезные проблемы.

Например, принятие решений по усилению налогового бремени на субъекты хозяйствования может привести к развитию теневой экономики, вывозу капитала из страны, общему снижению деловой активности и в итоге – к сокращению доходов бюджета. Исследования показали, что юридические системы со сложными процедурами регистрации предприятий или лицензирования их деятельности тормозят экономический рост, а также ведут к уходу предпринимателей в неофициальный сектор экономики – с широким диапазоном отрицательных последствий.

1.4.3. Собственность как экономическая категория

Собственность относится к основным устоям общества. Она имеет экономический и юридический (правовой) аспекты. Марксистская теория интересуется в основном экономической стороной собственности.

Собственность в экономическом смысле, в понимании марксистов, – это не вещь, а **отношение по поводу вещей**. В собственности выражается **право субъекта на пользование объектом (вещью)**.

Субъектами могут быть государство, коллектив, отдельная личность.

Основными **объектами** являются: земля, здания, предметы материальной и духовной культуры и т. д.

Собственность как экономическая категория – отношение индивидов либо сообщества индивидов к принадлежащей им вещи как к своей, которое выражается во владении, пользовании и распоряжении ею.

Западные концепции акцентируют внимание на юридической стороне собственности, где право собственности сводится, как правило, к трем правомочиям: право владения, право пользования и право распоряжения.

Право владения – предоставляемая законом возможность фактического обладания вещью и удержание ее в своем владении.

Право пользования – основанная на законе возможность эксплуатации имущества и получения от него доходов.

Право распоряжения имуществом – это предоставленная собственнику возможность по своему усмотрению и в своих интересах совершать действия, определяющие юридическую судьбу имущества.

Исторические типы собственности

Каждой общественно-экономической формации соответствует свой исторический тип собственности.

Истории человечества известны пять общественно-экономических формаций, которым соответствуют пять типов собственности – рисунок 20.

Поскольку отношения собственности -- главные в системе имущественных (экономических) отношений любого общества, то они определяют и весь социальный строй данного общества. Более того, как указывал Ф.Энгельс: «*Все происходившие до сих пор революции были революциями для защиты одного вида собственности против другого вида собственности. Они не могли защищать один вид собственности, не*

посыгая на другой. Во время великой французской революции была принесена в жертву феодальная собственность, чтобы спасти буржуазную...». Исторические типы общества представлена на рис. 18.

Основу экономической системы и рабовладельческого, и феодального, и капиталистического общества составляет частная собственность на средства производства, с которой неизбежно связана эксплуатация труда. Поэтому все предшествовавшие революции, утверждая новый тип собственности, не отменяли ее эксплуататорского характера, а лишь *изменяли форму эксплуатации труда*. И только Великая Октябрьская социалистическая революция, уничтожив буржуазную собственность, установила совершенно *новый тип собственности на средства производства -- собственность социалистическую, исключающую всякую возможность эксплуатации человека человеком*.

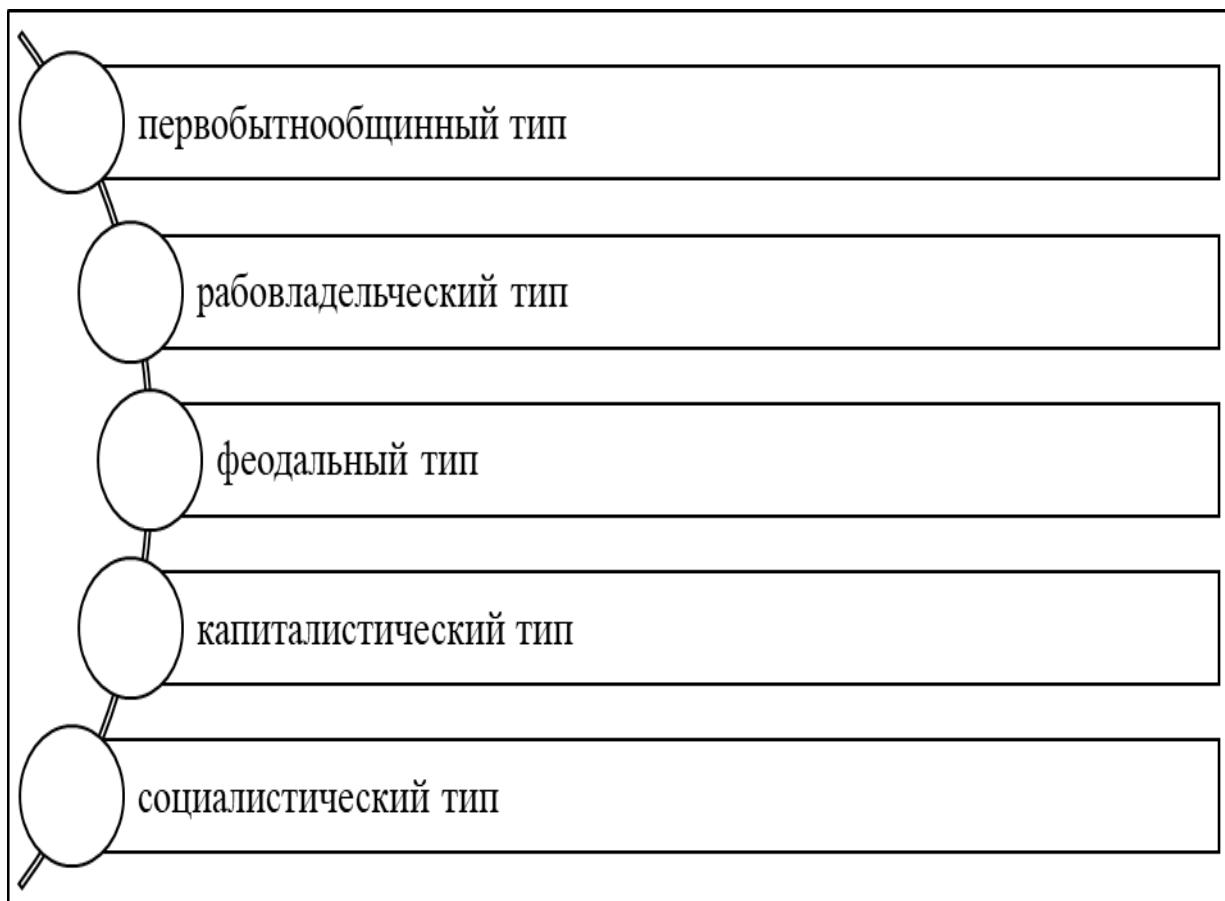


Рисунок 18 – Исторические типы собственности

Первый тип собственности на средства производства – **первобытнообщинный** – составлял основу экономической системы общества, представленного родоплеменной организацией. Низкий уровень производительных сил этого общества и возможность лишь совместного их использования для добывания пищи и борьбы со стихиями природы с неизбежностью предопределяли и коллективную собственность на средства производства. Это была **родоплеменная собственность, примитивная по своей форме и содержанию, характеризовавшаяся тем, что члены рода (племени), объединенные кровным родством, сообща добывали средства к жизни и соответственно общим являлось все их имущество.** В этих условиях еще не было общественного неравенства, классов, а, следовательно, и эксплуатации человека человеком.

Постепенное развитие производительных сил в пределах первобытной общины (развитие орудий труда и самого труда) предопределяет такой рост производительности труда, который дает возможность отдельным семьям обеспечивать свое существование за счет труда членов семьи, а не всей общины. На этой основе происходит качественное изменение отношений присвоения, собственности: выделение в общине семейно-индивидуальных хозяйств и их обособления от общины; собственность из непосредственно общественной превращается в частную и начинает разделяться на необходимую и дополнительную, а соответственно и продукт – на необходимый и дополнительный; уравнительное распределение превращается в трудовое распределение результатов производства между членами общины и трансформируется в отношения обмена продуктов как товаров, которые являются свидетельством общественного разделения труда и экономического отделения производителей. Эти изменения приводят к распаду первобытнообщинной собственности и становлению исторически нового типа отношений присвоения – частной собственности.

Общественное разделение труда и возможность присвоения прибавочного продукта привели к возникновению **рабовладельческого общества**, основу экономической системы которого стала составлять **частная собственность на средства производства, в том числе и на работника производства – раба**. Это первый тип эксплуататорской собственности, выросшей из недр первобытного общества и расколившей общество на два антагонистических класса – рабовладельцев и рабов. При господстве этой собственности *раб рассматривается как необходимое (естественное) условие производства и становится в качестве органического условия производства в один ряд с прочими существами природы, рядом со скотом, или как привесок к земле*. Отсюда и столь беспощадная эксплуатация рабов, которых можно было, в случае неподчинения их рабовладельцам, просто убивать. Понятно, что такая собственность уже охраняется государством и регулируется устанавливаемыми этим государством нормами, снабженными принудительной силой. Соответственно и волевые связи, являющиеся формой функционирования этой собственности, приобретают характер юридических (правовых) отношений, но с полным исключением из числа их участников рабов, которые могли быть лишь объектом данных отношений.

В феодальном обществе, пришедшем на смену рабовладельческому, основу экономической системы стала составлять **частная собственность на землю**. Благодаря своему положению собственников земельных участков, обрабатывавшихся крепостными крестьянами, феодалы присваивали почти все результаты их труда. Предоставление феодалами земли крестьянам в пользование и владение как условие выполнения в интересах феодала трудовой повинности; личная зависимость крестьян от феодала. При этом *большую роль играло и внеэкономическое принуждение, поскольку крестьянин вел и свое хозяйство и без прямого насилия над ним его трудно было заставить работать на помещика*.

Буржуазия, зародившаяся еще в недрах феодализма в виде третьего сословия (ремесленников, купцов и т. д.), в результате антифеодальной революции установила **господство частной капиталистической собственности на средства производства, основанной на эксплуатации труда формально свободных пролетариев, но лишенных всяких средств к существованию**. Поэтому гонимые нуждой рабочие были вынуждены продавать свою рабочую силу капиталистам, которые и стали присваивать созданные их трудом материальные ценности. При этом капиталистов интересует не сама по себе созданная в процессе производства продукция, а заключенная в ней прибавочная стоимость, которую можно извлечь, реализуя продукцию на рынке. Производство стало исключительно производством товаров, а его движущей силой – капитал. Соответственно и правовое регулирование отношений капиталистической собственности в буржуазных государствах подчинено тому, чтобы обеспечить капиталистам монопольное обладание средствами производства, безудержную эксплуатацию наемного труда рабочих в процессе использования этих средств производства, возможность сбыта произведенных ценностей на рынке с целью получения максимальной прибыли.

Вместе с тем буржуазное государство, стремясь скрыть эксплуататорскую сущность частной капиталистической собственности, устанавливает единый институт права собственности, согласно которому и собственность капиталиста на средства производства, и трудовая собственность мелких кустарей и фермеров, и собственность рабочего (служащего) на предметы потребления якобы ничем не отличаются друг от друга и служат одной цели.

На смену этой собственности в результате победы социалистической революции в России, а затем и в целом ряде других стран пришел новый, социалистический тип собственности.

Социалистическая собственность служит интересам трудящихся и поэтому исключает всякую возможность эксплуатации человека человеком. В СССР социалистическая собственность достигла наивысшего развития.

Возникает в результате социалистической революции (Великая октябрьская социалистическая революция 1917 года) путем обобществления крупной частнокапиталистической собственности и преобразования мелкой частной собственности крестьян и ремесленников на социалистических началах.

Утверждение в СССР социалистической собственности на средства производства явилось решающим условием победы нового общественного строя, главной экономической предпосылкой создания и укрепления могущества многонационального социалистического государства. На базе социалистической собственности обеспечивается единство коренных экономических интересов всех участников социалистического строительства.

С отменой частной собственности, с ликвидацией эксплуатации и причин, ее порождающих, были созданы необходимые условия, позволяющие сконцентрировать материальные ресурсы, финансовые средства и трудовые ресурсы советского общества на решении задач строительства социализма и коммунизма.

Существование двух форм социалистической собственности вызвано историческими условиями, в которых осуществляется пролетарская революция и построение коммунизма.

Рабочий класс, завоевав государственную власть, застает исторически сложившиеся различные формы частной собственности: с одной стороны, крупную капиталистическую собственность, основанную на эксплуатации чужого труда, с другой стороны, мелкую частную собственность крестьян, кустарей и ремесленников, основанную на их личном труде. В ходе социалистической революции **крупная**

капиталистическая собственность экспроприируется и переходит в руки социалистического государства. Так возникает государственная (общенародная) социалистическая собственность. Вместе с тем программа научного коммунизма отвергает как враждебный и преступный путь экспроприации крестьян, кустарей и ремесленников.

Мелкие и средние товаропроизводители добровольно объединяются в производственные кооперативы, то есть колхозы, артели промысловой кооперации, а их собственность на основные средства производства обобществляется на кооперативных началах. Так возникает кооперативно-колхозная собственность.

Таким образом, наличие двух форм общественной собственности является объективной необходимостью и выражает собой своеобразие путей, по которым рабочий класс и крестьянство приходят к социализму, а затем – к коммунизму.

И тот и другой из двух существующих в СССР классов строят социализм, входят в систему социалистического хозяйства. Но находясь в одной общей системе социалистического хозяйства, рабочий класс связан своим трудом с государственной социалистической собственностью (всенародным достоянием), а колхозное крестьянство – с кооперативно-колхозной собственностью, принадлежащей отдельным колхозам и колхозно-кооперативным объединениям. Этой связью с различными формами социалистической собственности в первую очередь и определяется различие в положении этих классов. Этим же определяется и известное различие путей их дальнейшего развития. Общее в их развитии заключается в том, что оба эти класса развиваются в сторону коммунизма.

Государственной собственностью в СССР являются земля, её недра, воды, леса, заводы, фабрики, шахты, рудники, железнодорожный, водный и воздушный транспорт, банки, средства связи, организованные государством крупные сельскохозяйственные предприятия (совхозы, машинно-тракторные станции и т.п.), принадлежащие государству

торговые и заготовительные предприятия, а также коммунальные предприятия и основной жилищный фонд в городах и промышленных пунктах.

Государственная и кооперативно-колхозная формы собственности, как и государственные предприятия и коллективные хозяйства, однотипны по своей социальной природе.

Общее между государственными предприятиями и коллективными хозяйствами состоит в том, что и те, и другие:

1. Основываются на социалистически обобществлённых средствах производства и коллективном труде;
2. Исключают возможность эксплуатации человека человеком;
3. Ведут хозяйство планомерно, в интересах удовлетворения растущих потребностей трудящихся;
4. Осуществляют социалистический принцип распределения по труду.

Вместе с тем между государственной и кооперативно-колхозной формами собственности, равно как между государственными предприятиями и кооперативными (коллективными) хозяйствами, существуют известные различия.

Во-первых, в государственных предприятиях господствуют социалистические производственные отношения в их наиболее зрелой, до конца последовательной форме. Государственная собственность есть всенародное достояние; в государственных предприятиях обобществлены все без исключения средства производства. Кооперативно-колхозная собственность есть групповая собственность,, собственность отдельных коллективов, или объединений трудящихся (сельскохозяйственной артели, потребительского общества, промысловой артели); в колхозах (в их артельной форме) социалистически обобществлены основные средства производства кооперированных крестьян; некоторая часть средств производства в соответствии с Уставом сельскохозяйственной артели не

обществляется и остаётся в личной собственности колхозного двора (личное подсобное хозяйство колхозника).

Во-вторых, продукция государственных предприятий составляет собственность социалистического государства и реализуется в порядке и по ценам, устанавливаемым государственными органами. Продукция колхозного производства составляет собственность данного колхоза. Часть этой продукции идёт на выполнение обязательств перед государством в порядке заготовок по твёрдым государственным ценам и на оплату натурой работ, выполненных в колхозе машинно-тракторной станцией. Вся остальная продукция остаётся в распоряжении колхоза и идёт на создание установленных общественных колхозных фондов и для распределения по трудодням среди членов артели. Некоторую часть продукции колхозы продают по закупочным ценам, которые значительно превышают заготовительные, или в порядке колхозной торговли по ценам, складывающимся на рынке.

В-третьих, в государственных предприятиях, являющихся всенародным достоянием, доля общественного продукта, поступающая в личное потребление рабочего, выплачивается в форме заработной платы. Государство устанавливает заранее фиксированную ставку оплаты труда за единицу изделия или рабочего времени. Колхозник, будучи членом данной артели, получает приходящуюся ему долю дохода по трудодням из фонда своего колхоза. Размер этой доли дохода зависит как от степени участия колхозника в общественном труде, что находит своё выражение в количестве выработанных им трудодней, так и от уровня производительности труда и развитости общественного хозяйства колхоза, что находит своё выражение в высоте оплаты каждого трудодня. Чем лучше работает колхоз в целом, чем выше в данном колхозе урожайность сельскохозяйственных культур и продуктивность животноводства, тем выше доход каждого колхозника. Заработка плата выплачивается рабочему в денежной форме. Доходы распределяются между

колхозниками в денежной и в натуральной форме (продуктами). В то время как источником дохода рабочего являлся только труд в социалистическом предприятии, главным источником дохода колхозника служит его труд в общественном хозяйстве колхоза, добавочным источником – труд в личном подсобном хозяйстве колхозного двора. Колхозник часть своей продукции, полученной им на трудодни и от личного подсобного хозяйства, реализует на рынке.

В-четвёртых, социалистическое государство непосредственно руководит принадлежащими ему предприятиями, осуществляя управление ими через своих уполномоченных – директоров предприятий, назначаемых и смещаемых соответствующими государственными органами. Государственные органы непосредственно планируют всю производственную деятельность этих предприятий и регламентируют основные положения в области социалистической организации труда. В колхозах в соответствии с их кооперативной природой всеми делами управляет высший орган сельскохозяйственной артели – общее собрание колхозников и избираемые им правление и председатель колхоза. Производственные и финансовые планы артели, правила внутреннего распорядка, нормы выработки и расценки, порядок распределения доходов устанавливают сами колхозники на основе Устава сельскохозяйственной артели, руководствуясь существующими законами, плановыми заданиями и директивами социалистического государства.

Приватизация в России – процесс передачи государственного имущества и муниципального имущества в Российской Федерации (ранее РСФСР) в частную собственность, который осуществляется в России с начала 1990-х годов (после распада СССР).

Приватизацию обычно связывают с именами Е.Т. Гайдара, А.Б. Чубайса и В.С. Черномырдина, занимавшихся в 1990-е годы приватизацией промышленных предприятий, итоги которой часто

подвергаются резкой критике – в частности, из-за появления сильного экономического расслоения населения России.

Форма собственности

Форма собственности – форма прав владельца на определенное имущество или ценности.

В Российской Федерации в соответствии с ГК РФ Статья 212. признаются частная, государственная, муниципальная формы собственности. Допускается также существование и иных форм собственности, например, собственность общественных, религиозных и других организаций, а также смешанные формы собственности. Имущество может находиться в собственности граждан и юридических лиц, а также Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований.

Государственной собственностью в Российской Федерации является имущество, принадлежащее на праве собственности Российской Федерации (федеральная собственность), и имущество, принадлежащее на праве собственности субъектам Российской Федерации - республикам, краям, областям, городам федерального значения, автономной области, автономным округам (собственность субъекта Российской Федерации).

Муниципальная собственность – собственность района, города и входящих в них административно-территориальных образований. К числу объектов муниципальной собственности относится имущество местных органов государственной власти и местного самоуправления, средства местного бюджета и внебюджетных фондов, нежилые помещения в домах жилищного фонда, объекты инженерной инфраструктуры и др. От имени муниципального образования права собственника осуществляют органы местного самоуправления и лица в рамках и компетенции, установленной актами, определяющими статус этих органов.

Частная собственность – это закрепление права контроля экономических ресурсов и жизненных благ за отдельными людьми или их

группами. Частная собственность предполагает определенное отторжение от других лиц, не относящихся к числу владельцев, права контроля за определенными объектами – капиталом, землей, доходом, конечными товарами и т.д. Все они теперь становятся персонифицированными и имеют конкретных владельцев.

Частная собственность имеет следующие разновидности:

- **индивидуальная или семейная собственность** – право непосредственного контроля объекта собственности находится у одного человека или семьи. На этой форме собственности могут, например, строиться фермерские хозяйства, небольшие магазины и другие предприятия и т.д. Ее еще можно назвать необъединенной частной собственностью;
- **паевая неакционная собственность** – объединенная частная собственность, где право непосредственного контроля объекта принадлежит группе субъектов, которые договариваются о способе управления им. Эти субъекты называются совладельцами, или пайщиками – каждому из них причитается определенная доля (пай) объекта собственности. Обычно величина этого пая устанавливается в денежном выражении. На этой форме собственности строится множество современных предприятий (производственные кооперативы, товарищества), т.к. она имеет финансовые и некоторые другие преимущества;
- **акционерная собственность** также является паевой собственностью. Однако имеет важные отличия, поэтому ее можно рассматривать отдельно от паевой. Акционер – это тот, кто внес определенный пай в капитал предприятия и взамен получил титул собственности – акцию. Акционерная собственность никогда, если предприятие действует, не может быть физически разделена, избавление

или приобретение части собственности может происходить только путем отчуждения соответствующих акций;

– **собственность общественных организаций** – это собственность групп людей, объединенных в какие-то общественные организации: политические партии, профсоюзы, религиозные союзы и т.д. Это неперсонифицированная частная собственность, т.е. здесь не устанавливаются индивидуальные доли в объекте собственности, которые могли бы принадлежать членам этих организаций.

Смешанная собственность. Подчеркнем, что не существует и не может существовать абсолютного разделения форм собственности, неизбежны смешанные формы собственности, в том числе переходные от одной формы к другой. К примеру, если собственность на рабочую силу является индивидуальной, на средства производства – общей, на землю – государственной и все эти факторы производства соединены на одном предприятии, то собственность предприятия заведомо становится смешанной.

1.4.4. Экономическая система

Экономическая система – это совокупность принципов, правил, норм и традиций, которые определяют форму и содержание основных экономических отношений, возникающих в процессе производства, распределения, обмена и потребления экономического продукта.

Развитие экономических систем включает четыре этапа:

1. **Доиндустриальное общество** (определяющими факторами богатства являлись труд и земля). Способ перехода – неолитическая революция: переход человечества *от присваивающего хозяйства* («экономика охотников и собирателей») к *производящей экономике*, имеющей в своем составе сельскохозяйственные подотрасли (земледелие, животноводство), а также выделяющееся в отдельную отрасль ремесло.

2. Индустриальное общество (главный фактор – деньги и капитал).

Способ перехода – промышленная революция XVII–XVIII вв.: массовый переход *от ручного труда к машинному*, от мануфактуры к фабрике.

3. Постиндустриальное общество (приоритетными факторами являются знания и информация). Способ перехода – научно-техническая революция второй половины XX в.: коренная перестройка технических основ материального производства, на основе превращения науки в ведущий фактор производства.

4. Информационное общество (приоритет цифровые технологии)

Способ перехода – воздействие информационных технологий на все сферы жизни общества в последней четверти XX столетия: переход от механических, электрических средств преобразования информации к электронным и созданием программного обеспечения этого процесса.

В зависимости от типа собственности на ресурсы и от способа решения фундаментальных вопросов экономики выделяют следующие **типы экономических систем** – рис. 19.

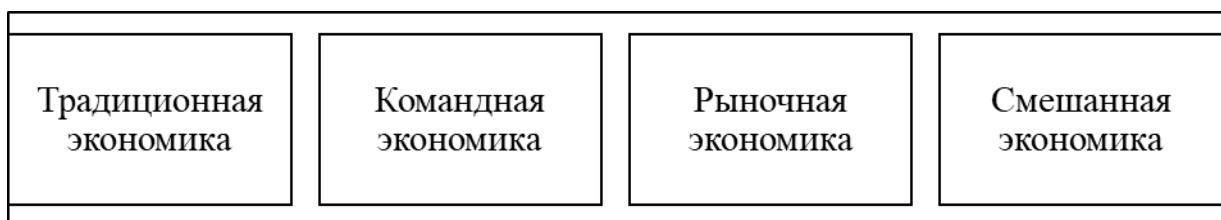


Рисунок 19 – Типы экономических систем

1. Традиционная экономика – это система, поведение которой основано на традициях, обычаях, привычках. Это натуральное хозяйство, товарный обмен сведен к минимуму. Примерами такой экономической системы могут служить изолированные племена в Африке.

2. Командная (централизованная) экономика – это экономическая система, в которой: монополия государственной собственности на средства производства, административно-командные методы управления: директивное планирование, затратное ценообразование, централизованное

распределение, абсолютизация государственной власти. Основным недостатком административно-командной системы является невосприимчивость результатов НТП, что не позволяет снижать издержки производства и удовлетворять возрастающие потребности. Достоинства – социальная стабильность и социальные гарантии.

3. Рыночная экономика – это экономическая система, в которой: господство частной собственности; свобода предпринимательства и выбора; приоритет личного интереса при принятии решений; конкуренция и использование системы рынков для управления экономикой; невмешательство правительства в экономику.

4. Смешанная экономика – это экономическая система, основанная на взаимодействии частного сектора (рынка) и государства с целью эффективного решения вопросов, с которыми рынок не справляется: защита частной собственности, создание конкурентной среды, общественных благ, минимизация отрицательных внешних эффектов и другие.

1.4.5. Рынок и его инфраструктура. «Фиаско» рынка

Рынок – совокупность экономических отношений, базирующихся на регулярных обменных операциях между производителями товаров (услуг) и потребителями.

Обмен обычно происходит на добровольной основе в форме эквивалентного обмена товара на деньги (*торговля*) или товара на товар (*бартер*).

Необходимо различать:

1. *Обмен в узком смысле* – это обмен только результатами труда или продуктообмен, принимает форму товарного обмена (Т – Т).

2. *Обмен в широком смысле* – это обмен деятельностью, услугами, опытом, результатами и т.д. **Товарное обращение** – более развитая форма товарного обмена. Это товарный обмен, осуществляемый при посредстве

денег ($T - D - T$) на основе взаимной возмездности и эквивалентности, взаимного соглашения участников данного процесса.

Важнейшие исторические условия возникновения рынка:

1. Общественное разделение труда, возникшее в глубокой древности. История знает ряд крупных ступеней общественного разделения труда. Первая из них – отделение скотоводства от земледелия, вторая – выделение ремесла как самостоятельной отрасли, третья – возникновение купечества. Затем стали дробиться отрасли, углублялась специализация отдельных производств. Этот процесс бесконечен, он объективно связан с ростом производительности труда. Разделение труда неизбежно требует обмена. Уже древние скотоводы нуждались в продуктах земледелия, а земледельцы соответственно в пище.

Обмен все более расширялся. Сначала он шел лишь внутри общины, затем возник межобщинный обмен. Первоначально он имел примитивные формы. Бартер – одна из простейших форм обмена. Конечно, ему еще далеко до подлинного рынка. Ведь интересы «покупателя» и «продавца» могли не совпадать. Тогда приходилось совершать не один, а несколько обменов, чтобы за свой продукт получить то, что требовалось. Развитие обмена привело к появлению денег, которое расширило стимулы к производству тех или иных товаров специально для продажи. Только тогда и смогло появиться товарное производство в подлинном смысле слова, т.е. производство таких изделий, которые нужны их производителю не для собственного потребления, а в качестве носителя стоимости, позволяющего получить взамен десятки других нужных для него предметов. Иными словами, появилось производство на рынок, для удовлетворения потребностей других людей. Это и означает специализацию в производстве тех или иных благ и услуг. Специализация, в свою очередь, определяется принципом сравнительного преимущества, то есть способностью производить продукцию при относительно меньшей альтернативной стоимости. Эта категория является одним из центральных

понятий в экономической теории. Производители обладают разными навыками, умением, по-разному обеспечены ограниченными ресурсами.

2. Экономическая обособленность, автономность производителей, возможность или свобода для каждого экономического субъекта стремиться к обеспечению своих частичных интересов и разделение труда между товаропроизводителями. Товарный обмен обязательно предполагает стремление к эквивалентности. Никто не хочет проиграть, т. е. хочет получить взамен своего товара эквивалентное количество другого. А такое стремление возникает на основе экономической ограниченности, обособленности интересов. Эта обособленность исторически возникает на базе частной собственности. В дальнейшем она начала опираться и на коллективную собственность, но обязательно ограниченную каким-то локальным кругом интересов (кооперативы, товарищества, акционерные общества, государственные предприятия, смешанные предприятия, т.е. с государственным участием, и т.д.). Если в обществе субъекты хозяйственной деятельности не наделены правами собственности, то рынок существовать не может. Д. Хайман писал, что рынки могут существовать только для продуктов, права собственности на которые могут легко устанавливаться, реализовываться и передаваться.

Эти два условия выражают глубинное противоречие рыночной экономики, которое выражается в объективной необходимости, с одной стороны, всеобщей взаимосвязи производителей из-за общественного разделения труда, а с другой – всеобщего обособления производителей. Именно последнее определяет наличие системы товарных, рыночных отношений.

3. Разрешение проблемы трансакционных издержек - издержек в сфере обмена, связанных с передачей прав собственности. Они включают расходы, связанные с получением разрешения (лицензии) на выбранную субъектом хозяйственную деятельность, с поиском информации, на

ведение переговоров, по измерению свойств товаров, определенную дань рэкетирам (если речь идет о России) и т.д. Если эти расходы выше предполагаемого дохода, то рынок таких товаров не будет создан.

4. Самостоятельность производителя, свобода предпринимательства, свободный обмен ресурсов. Чем меньше скован производитель, тем больше развит рынок. Свободный обмен позволяет сформироваться свободным ценам, которые укажут производителям ориентиры наиболее эффективных направлений их деятельности.

Функции рынка:

1. Регулирующая функция. Она связана с воздействием рынка на все сферы хозяйственной деятельности, прежде всего на производство. Постоянные колебания цен не только информируют о состоянии дел, но и регулируют хозяйственную деятельность. Растет цена – сигнал к расширению производства: падает цена – сигнал к его сокращению. Информация, предоставляемая рынком, заставляет производителей снижать затраты, улучшать качество продукции.

2. Информационная функция. Цена, складывающаяся на каждом из рынков, содержит богатую информацию, необходимую всем участникам хозяйственной (экономической) деятельности. Постоянно изменяющиеся цены на продукты и ресурсы дают объективную информацию о потребном количестве, ассортименте, качестве благ, поставляемых на рынки. Высокие цены свидетельствуют о недостаточном предложении, низкие цены - об избытке благ по сравнению с платежеспособным спросом. Стихийно протекающие операции превращают рынок в гигантский компьютер, собирающий и перерабатывающий колоссальные объемы точечной информации, выдающий обобщенные данные по всему хозяйственному пространству, которое он охватывает. Концентрируемая рынком информация позволяет каждому участнику хозяйственной деятельности сверять собственное положение с рыночной конъюнктурой, приспосабливая к запросам рынка свои расчеты и действия.

3. Ценообразующая функция. В результате взаимодействия производителей и потребителей, предложения и спроса на товары и услуги на рынке формируется цена. Она отражает полезность товара и издержки на его производство. В отличие от административно-командной системы в рыночной экономике эта оценка происходит не до обмена, а в ходе его. Рыночная цена представляет собой своего роля итог, баланс сопоставления затрат производителей и полезности (ценности) данного блага для потребителей. Таким образом, в процессе рыночного обмена цена устанавливается путем сопоставления затрат (издержек) и полезности обмениваемых благ.

4. Посредническая функция. Рынок выступает посредником между производителями и потребителями, позволяя им найти наиболее выгодный вариант купли-продажи. В условиях развитой рыночной экономики потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика. Продавец со своих позиций стремится найти и заключить сделку наиболее устраивающим его покупателем.

5. Санирующая функция. Рыночный механизм - это достаточно жесткая, в известной мере жестокая система. Он постоянно проводит «естественный отбор» среди участников хозяйственной деятельности. Используя инструмент конкуренции, рынок очищает экономику от неэффективных предприятий. И напротив, дает зеленый свет более предпримчивым и активным. В результате селекционной работы рынка, повышается средний уровень эффективности, поднимается устойчивость национального хозяйства в целом.

Структура рынка – это внутренне строение отдельных элементов рынка; совокупность взаимосвязанных количественных и качественных соотношений между отдельными элементами рынка, характеризующая ее устойчивую определенность и обеспечивающая функционирование рыночной системы как единого целого

Структуру рынка классифицируют по различным критериям, важнейшими из которых являются следующие:

1. По территориальному признаку:

- *местный рынок* (локальный рынок) – рынок на территории конкретного населенного пункта или его окрестностях;
- *региональный рынок* – рынки отдельного региона, отличающиеся как местоположением, так и видами представленных на них товаров, ценами, конъюнктурой, спросом и предложением товаров;
- *национальный рынок* – рынок, который охватывает всю национальную территорию;
- *мировой рынок* – система устойчивых товарно-денежных отношений между странами, связанными между собой участием в международном разделении труда.

2. По субъектам, вступающим в обмен:

- *рынок потребителей* – рынок, состоящий из субъектов, приобретающих товары для личного пользования;
- *рынок производителей* – рынок, состоящий из юридических лиц, приобретающих товары и услуги для использования в производстве
- *рынок промежуточных продавцов* – совокупность лиц и организаций, приобретающих товары для перепродажи или сдачи их в аренду другим потребителям с выгодой для себя;
- *рынок государственных учреждений* – составляют организации федерального правительства, правительств районов и местные органы, закупающие или арендующие товары, необходимые им для выполнения своих основных функций по исполнению власти.

3. По ассортименту:

- *замкнутый рынок* – рынок, на котором представлены товары одного производителя – монопольный рынок;

- *насыщенный* *рынок* – рынок, на котором
представлены аналогичные товары многих производителей;
- *смешанный* *рынок* – рынок, на котором
представлены разнообразные товары, не связанные между собой.

4. По степени соблюдения закона:

- *официальный (легальный) рынок* – это рынок, действующий с учетом действующего законодательства;
- *нелегальный (теневой) рынок* – нерегулируемый (или менее регулируемый) частный рынок, на котором товары и услуги обмениваются практически без надзора;
- *чёрный рынок* (в некоторых словарях «чёрный» = «нелегальный») рынок незаконных товаров.

5. По степени насыщенности:

- *равновесный рынок* – это рынок, в котором спрос и предложение примерно или полностью совпадают;
- *дефицитный рынок* – это рынок, на котором спрос превышает предложение;
- *избыточный рынок* – это рынок, на котором предложение превышает спрос.

6. По степени развитости экономической свободы:

- *свободный рынок* – рынок, обладающий максимумом экономических свобод, субъекты такого рынка могут выбирать подходящий товар, продавца и покупателя, распоряжаться деньгами по своему усмотрению. Им принадлежит так называемый экономический суверенитет.
- *регулируемый рынок* – рынок, подчиненный определённому порядку, который закреплён в правовых нормах и поддерживается государством.

7. По степени конкуренции:

– *рынок совершенной конкуренции* – характеризуется наличием множества продавцов, предлагающих однородный товар, при свободном ценообразовании. На практике, в масштабах всей национальной экономики, совершенная конкуренция встречается крайне редко. В XIX в. она была характерна для развитых стран, в наше же время к рынкам совершенной конкуренции можно отнести только (и то с оговоркой) сельскохозяйственные рынки, фондовые биржи или международный валютный рынок (Форекс). На таких рынках продается и покупается достаточно однородный товар (валюта, акции, облигации, зерно), и его продавцов очень много.;

– *рынок монополистической конкуренции* – характеризуется большим количеством продавцов, предлагающих разнообразный (дифференцированный) товар. Примером монополистической конкуренции может служить рынок косметики. Например, если потребители предпочитают косметическую продукцию «Avon», то они готовы заплатить за нее больше, чем за аналогичную косметику других компаний. Но если разница в цене будет слишком большой, потребители все же перейдут на более дешевые аналоги, например, фирмы «Oriflame».;

– *олигопольный рынок* – характеризуется наличием на рынке небольшого числа крупных продавцов, товар которых может быть как однородным, так и дифференцированным. Примерами олигополии могут служить автомобильный рынок, рынки сотовой связи, бытовой техники, металлов.;

– *рынок чистой монополии* – характеризуется наличием на рынке одного-единственного продавца уникального (не имеющей близких заменителей) товара. Примерами могут служить небольшие населенные пункты (деревни, поселки, небольшие города), где лишь один магазин, один владелец общественного транспорта, одна железная дорога, один

аэропорт. Или естественные монополии, например, предприятия коммунального хозяйства.;

8. По характеру продаж:

– *оптовый рынок* – рынок, который обеспечивает взаимодействие нескольких лиц или организаций с целью приобретения услуг или продукции;

– *розничный рынок* – имущественный комплекс, предназначенный для осуществления деятельности по продаже товаров (выполнению работ, оказанию услуг) на основе свободно определяемых непосредственно при заключении договоров розничной купли-продажи и договоров бытового подряда цен и имеющий в своем составе торговые места.

9. По экономическому назначению:

– *рынок товаров и услуг* – система экономических отношений по поводу купли-продажи товаров, когда под ними понимается обладающий потребительной стоимостью продукт труда, предназначенный для продажи (реализации), включая услуги;

– *рынок средств производства* – совокупность отношений между организациями-производителями и организациями-потребителями по купле-продаже всех вещественных факторов, непосредственно участвующих в создании материальных благ;

– *рынок труда* – совокупность экономических отношений, связанных с отношениями купли-продажи специфического товара – рабочей силы, где совершается обмен труда на заработную плату;

– *рынок инвестиций* – совокупность экономических отношений, складывающихся между продавцами и покупателями инвестиционных товаров и услуг, например, инвестиции в недвижимость, капитальные объекты, предметы искусства и т.д.;

– *финансовый рынок* – система экономических взаимоотношений, связанных с заимствованием, выпуском, куплей, продажей ценных бумаг, драгоценных металлов, валют.

10. По факторам производства:

– *рынок труда* – рынок на котором продается и покупается не сам труд, а услуги труда, количество и качество которых зависит от многих факторов – уровня профессиональной подготовки работника, его квалификации, стажа и т.д.;

– *рынок капитала* – совокупность финансовых инструментов, позволяющих инвесторам обеспечить финансирование компаний, а компаниям – получить дополнительный капитал для развития;

– *рынок земли* – рынок, на котором объектом купли-продажи является пользование земли, предоставляемой в аренду собственниками земли (землевладельцами).

Инфраструктура рынка

Термин «**инфраструктура**» в общем смысле обозначает комплекс отраслей, обслуживающих производственную и социальную сферу народного хозяйства.

Инфраструктура рынка – это совокупность организационно-правовых форм, опосредствующих движение товаров и услуг, акты купли-продажи, или совокупность институтов, систем, служб, предприятий, обслуживающих рынок и выполняющих определенные функции по обеспечению нормального режима его функционирования.

Инфраструктура рынка выполняет следующие функции:

1. Облегчает участникам рыночных отношений покупку или продажу товаров;
2. Повышает эффективность и оперативность работы субъектов рынка;
3. Организует оформление рыночных отношений;

4. Облегчает экономический и юридический контроль.

Принято различать инфраструктуру трех рынков: товарного, финансового и рынка труда.

1. Инфраструктура товарного рынка представлена товарными биржами, предприятиями оптовой и розничной торговли, аукционами, ярмарками, посредническими фирмами небиржевого характера.

2. Инфраструктура финансового рынка включает в себя фондовые и валютные биржи, банки, страховые компании и фонды.

3. Инфраструктура рынка труда включает в себя биржи труда, службу занятости и переподготовки кадров, регулирование миграции рабочей силы и т.д.

Таким образом, **основными элементами классической рыночной инфраструктуры** являются: торговая сеть, биржи и банки.

«Провалы» (фиаско) рынка (с англ. market failures) – это случаи, когда рынок оказывается не в состоянии обеспечить эффективное использование ресурсов.

Обычно выделяют **четыре типа неэффективных ситуаций**, свидетельствующих о «провалах» рынка:

1. Монополия. Рыночная экономика функционирует нормально только в условиях соревнования, соперничества, конкуренции экономических субъектов – как продавцов, так и покупателей. Проблема заключается в том, что победивший в конкурентной борьбе зачастую захватывает все большую долю рынка и усиливает рыночную власть. Логическим завершением данного процесса является монополизация рынка. При монополии товары производятся в меньших количествах, нежели при совершенной конкуренции, качество их, как правило, хуже, а цены выше. Кроме того, некоторые отрасли являются естественными монополистами, поскольку обеспечение рынка отдельными благами с помощью нескольких поставщиков бывает технически затруднено или признается неэффективным.

2. Несовершенная (асимметричная) информация. Рынок работает хорошо, только если все субъекты одинаково информированы об экономической конъюнктуре. Продавец и покупатель чаще всего владеют различным объемом информации о товаре: иногда продавец знает больше, иногда покупатель. Сделка, разные стороны которой неодинаково осведомлены, лишь случайно может быть заключена с оптимальными ценами. Скорее всего, один ее участник получит выгоду за счет другого (обычно более информированный за счет менее информированного).

3. Внешние эффекты (экстерналии). Рынок обеспечивает эффективное размещение и использование производственных ресурсов, если выполняется следующее условие: только те, кто участвуют в рыночной сделке, несут все связанные с нею издержки и получают все выгоды. Однако в реальности оно трудновыполнимо. Например, если производство товара связано с загрязнением окружающей среды, то часть издержек производства перекладывается на третьих лиц – людей, живущих рядом с источником загрязнения, а все доходы получает продавец товаров. Таково проявление отрицательного внешнего эффекта. Но существуют и положительные внешние эффекты. Например, цветовод, разбивая клумбу около своего дома ради удовлетворения собственных эстетических потребностей, одновременно доставляет удовольствие соседям, и им не надо за это платить. К положительным экстерналиям также относят образование: обучаясь, человек преследует собственные интересы, но чем больше квалифицированных специалистов в стране, тем эффективнее работает экономика в целом, и выгоды получают все граждане.

4. Общественные блага. Общественные блага приносят положительные внешние эффекты всем, как только становятся доступными для кого-то. Если общественное благо создано, затруднительно не позволить кому-то пользоваться им, даже если человек не желает платить. Кроме того, потребление блага одним человеком не снижает для других возможности пользоваться этим же благом (все имеют

общественные блага в одинаковом количестве). Классический пример общественных благ - маяки: если маяк построен, никто не запретит смотреть на его огни капитанам всех кораблей вне зависимости от того, платят они за эту услугу или нет, и пользоваться услугами маяка все капитаны могут, не мешая друг другу. Частные блага не обладают подобными свойствами. Например, хлеб, который продается в магазинах, во-первых, не доступен тому, кто не заплатит за него (конечно, кроме случаев воровства), а во-вторых, потребление хлеба одними людьми влияет на величину его потребления другими. Рынок хорошо (наверняка лучше, чем государство) справляется с обеспечением общества частными благами, т.е. тот же хлеб производится и продается в таких количествах и по таким ценам, которые близки к оптимальным для общества в существующих условиях. В то же время продавать общественные блага на рынке затруднительно – многие не согласятся платить за строительство маяка, зная, что их не смогут лишить возможности пользоваться его сигналами. Данная проблема «безбилетников» может привести к тому, что общественные блага либо вообще перестанут создаваться, либо объемы их производства будут недостаточными.

ГЛАВА 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МИКРОЭКОНОМИКИ

ТЕМА 2.1. ВВЕДЕНИЕ В МИКРОЭКОНОМИКУ

2.1.1. Ключевые вопросы микроэкономики

Микроэкономика — раздел экономической науки, который имеет дело с поведением отдельных экономических единиц — потребителями, фирмами, рабочими и инвесторами, — а также с рынками, в состав которых они входят.

Микроэкономика объясняет, как и почему эти единицы принимают экономические решения. Например, она показывает, как потребители принимают свои покупательские решения и как их варианты выбора изменяются под воздействием меняющихся цен и доходов; как фирмы решают вопрос о том, сколько рабочих нанять; как рабочие принимают решение о том, где и сколько им работать.

Другой важной проблемой микроэкономики является вопрос взаимодействия экономических единиц в процессе формирования более крупных систем — рынков и отдельных отраслей экономики.

Микроэкономика связана с ограничениями — ограниченные доходы, которые потребители могут потратить на товары и услуги; ограниченные бюджеты и технические ноу-хау, которые фирмы могут использовать для производства каких-либо товаров; определенное количество часов в неделю, которое работники распределяют между рабочим и свободным временем.

Микроэкономика также рассказывает и о способах установления большинства из этих ограничений, то есть о распределении дефицитных ресурсов. Например, микроэкономика объясняет, как потребители могут наилучшим образом распределить свои ограниченные доходы между различными товарами и услугами, доступными для приобретения. Она объясняет, как рабочие могут наилучшим образом распределить свое время между работой и досугом или как определить выгодность одного

вида работы в противовес другому. Она же объясняет, как фирмы могут наилучшим образом распределить свои ограниченные финансовые ресурсы для найма дополнительных работников вместо покупки нового оборудования и направить их на производство одного набора товаров вместо другого.

В странах с плановой экономикой, таких как Куба, Северная Корея или бывший Советский Союз, подобные решения о распределении ресурсов принимались и принимаются в основном правительством. Фирмам указывалось, что и в каких количествах производить, а также — как именно производить; у рабочих не было большой гибкости при выборе места работы, количества рабочего времени. Потребители, в свою очередь, обычно имели возможность выбора из очень ограниченного набора товаров. В результате многие инструменты и понятия микроэкономики в этих странах имели ограниченное применение.

В современных рыночных экономиках потребители, работники и фирмы имеют более высокую степень гибкости и большие возможности выбора, когда они приступают к распределению дефицитных ресурсов. Микроэкономика описывает компромиссы (trade-offs), с которыми встречаются потребители, работники и фирмы, и показывает, как наилучшим образом достигаются эти компромиссы.

Идея достижения оптимальных компромиссов или уступок является важной темой в микроэкономике.

1. **Потребители** имеют ограниченные доходы, которые могут быть потрачены на широкий спектр товаров и услуг или сохранены на будущее. Теория потребителя, описывает то, как потребители, основываясь на своих предпочтениях, максимизируют свое благосостояние, решая купить большее количество одних товаров в ущерб покупке других; как потребители решают вопрос о том, какую часть своих доходов сберечь, жертвуя тем самым текущим потреблением ради собственного будущего потребления.

2. Работники также сталкиваются с ограничениями и идут на определенные компромиссы. Во-первых, люди должны решить, стоит ли вступать в ряды рабочей силы. Варианты места работы, а соответственно и шкала оплаты труда, доступные работнику, частично зависят от образования и накопленных профессиональных навыков. Следовательно, человек должен сделать выбор между работой сейчас (и получением дохода в настоящее время) и продолжением своего образования (и надеждой получения более высоких доходов в будущем). Во-вторых, работники сталкиваются с необходимостью сделать выбор в отношении работодателя. К примеру, некоторые предпочитают работать в крупных корпорациях, что предполагает большую безопасность в отношении рабочего места, но ограничивает потенциальные возможности для продвижения по служебной лестнице. Другие же делают выбор в пользу работы в небольших компаниях, где существует больше возможностей для продвижения, но надежность рабочего места не так высока. Наконец, работники иногда должны решать, сколько часов в неделю они готовы уделять работе, тем самым находя компромисс между работой и свободным временем,

3. Фирмы также напрямую сталкиваются с ограничениями относительно того, какие виды продуктов они могут производить, и с ограничениями на ресурсы, доступные для их производства.

Второй важной темой в микроэкономике считается *роль цен*. Все описанные выше компромиссы основываются на ценах, с которыми сталкиваются потребители, работники или фирмы. Например, потребитель заменяет говядину цыпленком, основываясь частично на предпочтениях в отношении каждого вида мяса, но также и с учетом цен на них. Аналогично работники делают выбор между работой и отдыхом, основываясь отчасти на той «цене», которую они могут получить за свой труд. А фирмы решают, нанимать ли им больше работников или покупать

больше станков, частично основывая свое решение на ставках заработной платы и ценах на оборудование.

Микроэкономика также описывает, как определяются цены. В централизованно планируемой экономике цены устанавливаются правительством. В рыночной экономике цены определяются в результате взаимодействия потребителей, работников и фирм. Эти взаимодействия возникают на рынках — собраниях продавцов и покупателей, которые совместно определяют цену товара.

Центральная роль рынков — это третья важная тема микроэкономики.

2.1.2. Этапы развития, функции и разделы микроэкономики

Представителем буржуазной классической школы был Жан-Батист Сэй – автор *теории трех факторов производства* (труда, земли, капитала, доходы собственников от их использования формируют стоимость товара). До XIX века с теорией трех факторов конкурировала *теория предельной полезности* (маржинализм), в конце XIX века они были объединены в единую теорию Альфредом Маршаллом.

Последователи классической школы посвятили свои работы исследованию функциональных зависимостей и взаимосвязей между экономическим явлениями — спросом, предложением и ценами, производством и потреблением и пр. В конце XIX века создаются предпосылки соединения классического направления с теорией предельной полезности (маржинализмом) и формирования западной неоклассики.

Исторически исходными для неоклассического направления стали четыре научных школы конца XIX - начала XX века:

Австрийская школа (Карл Менгер (1840-1921), Фридрих Визер (1851-1926), Евгений Бем-Баверк (1851-1914) – сторонники теории предельной полезности – кардиналистский вариант. Их историческими

предшественниками, положившими начало математическому анализу экономических закономерностей, были немецкие ученые Г.Госсен, И.Г. фон Тюнен, а также французы Ж.Дюпюи и О.Курно)

Кембриджская школа (Альфред Маршалл (1842-1924) - и Артур Сесил Пигу (1877-1959). Идеи Маршалла определили основы современной микроэкономики, его главный методологический принцип – необходимость учета как можно большего количества факторов, оказывающих влияние на цены и формирование дохода).

Американская школа (Джон Бейтс Кларк (1847-1938) соединил принципы предельного анализа с теорией трех факторов производства и факторных доходов Ж.-Б.Сэя, создав теорию предельной производительности. Идеи Кларка легли в основу современных производственных функций, самой известной из которых является функция Кобба-Дугласа).

Лозаннская школа (Мари Эспри Леон Вальрас (1834-1910) и Вильфредо Парето (1848-1923). Л.Вальрас первым построил теорию общего равновесия, в которой оно достигается на всех рынках - товаров и услуг, труда, капиталов. В.Парето – автор Закона Парето - зависимость, выражающая соотношение между величиной дохода и количеством получающих его лиц. Выявлена она на основе изучения статистики ряда стран в различные эпохи. «Парето-оптимум» или «Парето эффективность» - состояние, при котором наиболее полно удовлетворяются потребности общества при заданных ограниченных ресурсах, когда невозможно увеличить благосостояние хотя бы одного члена общества, не ухудшая положения другого. Большинство современных экономистов неоклассического направления видят важнейшую цель экономической политики государства в достижении Парето-оптимального состояния.

В конце XIX века эти четыре научные школы доминировали в экономической науке, образуя неоклассическое направление. В трактовке стоимости они стояли на позициях маржинализма (теории предельной

полезности и предельной производительности), а в области политики – на позициях либерализма (невмешательства государства в экономическую жизнь).

Неоклассические взгляды господствовали в науке и общественном сознании до середины 30-х гг., когда в результате кризисных явлений в США зародилось кейнсианство. Оно являлось главным направлением западной экономической мысли до начала 70-х годов. В 60-е годы кейнсианство временно слилось с неоклассикой (неоклассический синтез), что нашло выражение в концепции учебника П.Самуэльсона «Экономикс».

70-е годы – время неоклассического возрождения. Либеральная теория вернула себе ведущие позиции, кейнсианство утратило значительную часть своего влияния. В экономике наметился рост, сократилась безработица, однако в этот период начал быстро увеличиваться государственный долг США.

В современных условиях существует множество экономических течений и школ: *неоклассика* (американский монетаризм (М.Фридмэн), экономическая теория предложения (М.Фелдстайн, А.Лаффер), школа рациональных ожиданий (Дж.Мут, Р.Лукас, Т.Сарджент, А.Уоллис), Вирджинская школа (Дж. Бьюкенен)), *неокейнсианство* (хрестоматийное, ортодоксальное кейнсианство (Элвин Хансен, Рой Харрод, Поль Самуэльсон) и посткейнсианство (левое кейнсианство) (Джоан Робинсон, Пьеро Сраффа)), *немецкий неолиберализм* (ордolibерализм (В.Ой肯, Х.Гроссман-Дерт, Ф.Бем) практически воплотилось в жизни Людвигом Эрхардом (послевоенная Германия) и теория социального рыночного хозяйства (А.Мюллер-Армак)), *институционализм* (Т.Веблен, У.К.Митчелл, Дж.Р.Коммонс, Дж.К.Гэлбрейт, Ф.Перрь, У.У.Ростоу, Р.Коуз, Ф.Найт, Дж.Бьюкенен, А.Алчиан, Г.Демсец, Д.Норт, К.Эр и др.) и др.

Каждая школа предлагает свои теоретические объяснения экономических явлений и разрабатывает методы воздействия на

экономический процесс. Таким образом, введенное на рубеже XX века Альфредом Маршаллом понятие «Экономикс» (буквально «экономики») в настоящее время объединяет ряд экономических наук, образующих структуру современной западной экономической теории, отвечающей на вопросы:

- 1) как устанавливаются рыночные цены и объемы выпуска на разных этапах рынков (совершенная конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия) – **микроэкономика**;
- 2) как взаимосвязаны объемы национального производства, занятость и инфляция – **макроэкономика**;
- 3) как измеряются объемы национального производства – **основы национального счетоводства (СНС)**;
- 4) как влияют институты – формальные (законы и иные нормативные акты) и неформальные (мораль, этика) нормы и правила – на принятие экономических решений, как формируются эти нормы – **институциональная теория**.

Микроэкономика (др.-греч. μικρός – маленький; οἶκος – дом; νόμος – закон) – раздел экономической теории, изучающий поведение отдельных экономических агентов в ходе их производственной, распределительной, потребительской и обменной деятельности.

Цель микроэкономики – зная логику поведения субъектов рынка и условия их деятельности предвидеть результаты развития изучаемых процессов (например, связь цен и будущих объемов производства продуктов).

Микроэкономика изучает, как и почему принимаются экономические решения на индивидуальном уровне: как потребители принимают решения о покупке с учётом цен на товары и услуги, а также с учётом уровня доходов; как фирмы планируют производство с учётом уровня технологий, а также с учётом цен на ресурсы, готовых товаров и услуг; как работники решают, где и сколько им необходимо работать, как в результате

индивидуальных решений складывается общее рыночное равновесие, определяющее уровень цен и т. д.

В рамках микроэкономики изучаются наиболее базовые для всей экономики модели. Углубленный анализ поведения экономических агентов осуществляется в рамках специальных областей, например: Теория контрактов или Теория отраслевых рынков. Микроэкономические модели являются фундаментом, на котором строится макроэкономика. В современной макроэкономике все зависимости между агрегированными величинами (ВВП, инфляция, безработица и т. п.) получаются как результат множества индивидуальных решений экономических агентов.

Микроэкономика изучает экономические отношения, связанные с эффективным использованием ограниченных ресурсов. В рамках микроэкономических моделей предполагается, что агенты делают выбор наилучшего с точки зрения некоторого критерия варианта использования ограниченных ресурсов. Микроэкономика исходит из предпосылки о рациональности или ограниченной рациональности поведения экономических агентов. Нерациональный выбор изучается в рамках поведенческой экономики.

Разделы микроэкономики:

1) Теория потребления изучает выбор потребителями оптимального набора благ при заданных ценах и доходе.

2) Теория производства изучает выбор фирмами оптимального производственного плана при заданных ценах на конечные товары и услуги, заданных ценах на ресурсы и заданном уровне технологий.

3) Агрегирование изучает как индивидуальные решения могут быть объединены для получения рыночного спроса и предложения. К агрегированию тесно примыкает Теория общественного выбора, которая изучает, каким образом на основе индивидуальных предпочтений возникает коллективный выбор.

4) Теория общего и частичного равновесия изучает взаимодействие множества экономических агентов на рынке для того, чтобы объяснить процесс формирования цен на товары и услуги при различных предположениях; когда рынок экономически эффективен.

5) Структура рынка — изучает совершенную и несовершенную конкуренцию и источники рыночной власти.

6) Теория выбора в условиях неопределенности изучает влияние риска и неопределенности на решения экономических агентов.

7) Модели с асимметрией информации отражают состояние несовпадения информационных множеств экономических агентов.

8) Теория внешних эффектов (экстерналий) изучает влияние решений, принятых одними экономическими агентами, на поведение других и как это может привести к экономической неэффективности.

9) Общественные блага — как и почему существование некоторых типов экономических благ может привести к экономической неэффективности.

Существуют **специальные разделы экономики**, которые опираясь на базовые идеи микроэкономики, углубленно изучают отдельные аспекты поведения экономических агентов:

1) Теория игр представляет собой общий методологический фундамент для большинства разделов микроэкономики.

2) Теория отраслевых рынков углубленно изучает структуру рынка.

3) Теория аукционов применяет игровые модели с неполнотой и асимметрией информации для изучения аукционов.

4) Теория принятия решений изучает нестандартные предпочтения за пределами обычной рациональности.

5) Дизайн механизмов занимается построением институтов (правил), приводящих к реализации заданного равновесия в игре.

6) Теория контрактов изучает взаимодействие агентов при заключении контрактов.

7) Экономика общественного сектора изучает провалы рынка, связанные с внешними эффектами предоставлением общественных благ, и использование государственного вмешательства для корректировки провалов.

Микроэкономика использует общие и частные методы.

К общим методам микроэкономики относят: абстракция, аналогия, индукция, дедукция, анализ, синтез.

К частным методам микроэкономики относят:

1) Статистические методы: корреляция (нахождение степени зависимости одной величины от другой), регрессия (определение влияния факторов на результат).

2) Математическое моделирование (описание экономических явлений с помощью уравнений и неравенств).

3) Предельный анализ (изучение изменения одних величин при изменении других).

4) Функциональный анализ (построение функциональных зависимостей).

5) Равновесный анализ (подход) основан на предположении, что существует равновесное состояние и изменение различных показателей и параметров связано со стремлением к равновесию.

ТЕМА 2.2. РАВНОВЕСИЕ НА РЫНКАХ ТОВАРОВ И УСЛУГ

2.2.1. Спрос товаров и услуг на конкурентном рынке

К. Макконнелл и С. Брю в «Экономикс» приводят шутку: «*Научите произносить попугая слова «спрос и предложение» — и перед вами экономист!*». Простейшие экономические рычаги — спрос и предложение — способны дать нам глубокое представление не только об отдельных экономических проблемах, но также и о работе экономической системы в целом.

Спрос на товары и услуги — отражает количество товара или услуг, которое потребители желают и могут приобрести по определенной цене в определенное время и в определенном месте. В основе спроса лежат естественные человеческие потребности в продуктах питания, одежде, жилище, в различных услугах и т.д.

Вид кривой спроса (англ. demand — обозначение кривой — D) может варьировать в зависимости от угла наклона с осями P (price — с англ. цена) и Q (quantity — с англ. количество) — рис. 1:

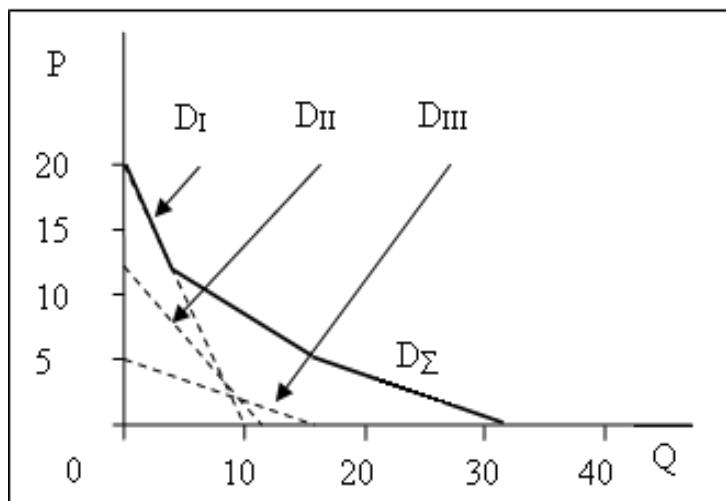


Рисунок 1 – Кривая спроса

Коренное свойство спроса заключается в следующем: при неизменности всех прочих параметров снижение цены ведет к соответствующему возрастанию величины спроса. И напротив, при прочих равных условиях повышение цены ведет к соответствующему

уменьшению величины спроса. Иными словами, существует **отрицательная, или обратная, зависимость между ценой и величиной спроса.** Экономисты назвали эту обратную зависимость законом спроса.

Закон спроса: между объемом и ценой существует обратная (отрицательная связь) – при прочих равных условиях, чем выше цена, тем меньше объем спроса, и наоборот.

Допущение «*при прочих равных условиях*» имеет здесь принципиальное значение. На количество купленного товара, помимо цены рассматриваемого продукта, влияют многие другие факторы. Количество приобретенных кроссовок фирмы Nike будет зависеть не только от их цены, но и от цены таких заменителей этого товара, как кроссовки фирмы Reebok, Adidas, L.A.Gear. Закон спроса в этом случае гласит, что кроссовок Nike будет приобретено меньше, если их цена растет, в то время как цена кроссовок фирмы Reebok, Adidas, L.A. Gear остается постоянной.

Основа закона спроса:

1. *Здравый смысл и элементарное наблюдение реальной жизни* согласуются с тем, что нам показывает нисходящая кривая спроса. Обычно люди действительно покупают данного продукта больше по низкой цене, чем по высокой. Для потребителей цена представляет собой барьер, мешающий им совершить покупку. Чем выше этот барьер, тем меньше продукта они будут покупать, а чем ниже ценовой барьер, тем большее количество товара они приобретут. Иными словами, высокая цена отбивает у потребителей охоту покупать, а низкая цена усиливает их желание совершить покупку. Уже тот факт, что фирмы устраивают «распродажи», служит наглядным свидетельством их веры в закон спроса. «Дни торговли по сниженным ценам» основаны на законе спроса. Фирмы сокращают свои товарные запасы не путем повышения цен, а путем их снижения.

2. Принцип убывающей предельной полезности. В любой данный период времени каждый покупатель продукта получает меньше удовлетворения, или выгоды, или полезности, от каждой последующей единицы продукта. Например, второй «торт» дает потребителю меньше удовлетворения, чем первый; третий приносит еще меньше удовольствия, или полезности, чем второй, и т.д. Отсюда следует, что, поскольку потребление подвержено действию принципа убывающей предельной полезности — то есть принципа, согласно которому последующие единицы данного продукта приносят все меньше и меньше удовлетворения, — потребители покупают дополнительные единицы продукта лишь при условии, что цена его снижается.

3. Действие экономических «эффектов» – ценовых факторов спроса – рис.2. Закон спроса можно также объяснить эффектами дохода и замещения.

Эффект дохода указывает на то, что при более низкой цене человек может позволить себе купить больше данного продукта, не отказывая себе в приобретении каких-либо альтернативных товаров. Иными словами, снижение цены продукта увеличивает покупательную способность денежного дохода потребителя, а поэтому он в состоянии купить большее количество данного продукта, чем прежде. Более высокая цена приводит к противоположному результату.

Эффект замещения выражается в том, что при более низкой цене у человека появляется стимул приобрести дешевый товар вместо аналогичных товаров, которые теперь стоят относительно дороже. Потребители склонны заменять дорогие продукты более дешевыми.

Приведем для иллюстрации следующий пример: снижение цены на говядину повышает покупательную способность дохода потребителя и позволяет ему покупать больше говядины (эффект дохода). При более низкой цене говядины ее покупка становится относительно более заманчивой, и ее покупают вместо свинины, баранины, цыплят и рыбы

(эффект замещения). Эффекты дохода и замещения совмещаются и приводят к тому, что у потребителей возникает возможность и желание покупать большее количество продукта по более низкой цене, чем по высокой.

Ценовые факторы спроса

Действие ценовых факторов спроса (эффект доходы и замещения), то есть изменение цены данного блага служит причиной изменения объёма спроса.

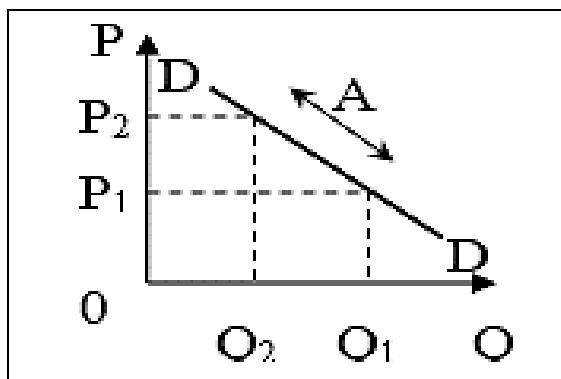


Рисунок 2 – Действие ценовых факторов на спрос (D), изменение величины спроса

Изменение объёма (величины) спроса означает передвижение из одной точки в другую той же самой кривой спроса – рис. 2.

Неценовые факторы спроса

Действие неценовых факторов спроса приводит к изменению в спросе и выражается смещением всей кривой спроса либо вправо (D_2) – увеличение спроса, либо влево (D_1) – уменьшение спроса – рис. 3.

К неценовым факторам относят:

1. *Вкусы и предпочтения потребителей.* Благоприятное для данного продукта изменение потребительских вкусов или предпочтений, вызванное рекламой или изменениями моды, будет означать, что спрос возрастет при любой цене. Неблагоприятные перемены в предпочтениях потребителей вызовут уменьшение спроса и смещение кривой спроса влево. На вкусы

потребителей могут повлиять технологические изменения, воплощенные в новом продукте.

Например, появление компакт-дисков снизило спрос на долгоиграющие пластинки, появление плееров снизило спрос на компакт диски и т.д.; медицинские исследования, показавшие, что бета-каротин предотвращает сердечно-сосудистые заболевания и возникновение некоторых типов рака, сильно повысили спрос на морковь.

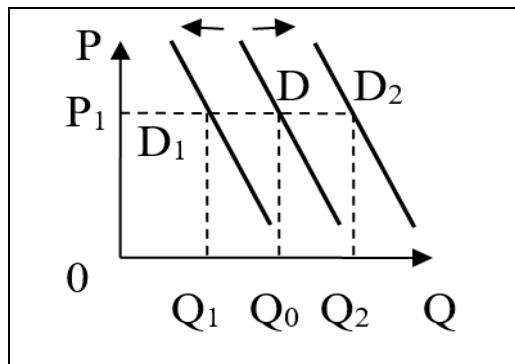


Рисунок 3 – Действие неценовых факторов на спрос (D)

2. Число покупателей на рынке. Очевидно, что и увеличение на рынке числа потребителей способствует повышению спроса. А уменьшение числа потребителей находит отражение в сокращении спроса. Всплеск рождаемости после второй мировой войны привел к повышению спроса на детские товары. Когда в 70-х годах дети, появившиеся на свет в период этого всплеска рождаемости, достигли двадцатилетнего возраста, возрос спрос на жилье. А взросление этого поколения, наоборот, вызвало спад спроса на жилье в 80-х и 90-х годах. Рост продолжительности жизни увеличил потребность в медицинском обслуживании, услугах сиделок и домах престарелых.

3. Цены на взаимозаменяемые и взаимодополняющие товары. Приведет ли изменение цены на сопряженный товар к повышению или снижению спроса на рассматриваемый продукт, зависит от того, является ли этот родственный товар заменителем нашего продукта или сопутствующим ему.

3.1. Товар-заменитель (товары-субституты) – это такой товар, который можно использовать вместо другого товара. Примером взаимозаменяемых товаров могут служить сливочное масло и маргарин. Когда цена на сливочное масло растет, потребители покупают его в меньшем количестве, а это вызывает повышение спроса на маргарин. И наоборот, когда цена на масло снижается, потребители покупают его в большем количестве, вызывая этим уменьшение спроса на маргарин.

3.2. Взаимодополняющие товары (комплементарные товары). Товары используются в сочетании друг с другом и спрос на них сопряженный.

4. *Изменения в доходе потребителей.* Воздействие на спрос изменений денежного дохода несколько более сложно. Применительно к большинству товаров повышение дохода приводит к увеличению спроса. Товары, спрос на которые изменяется в прямой зависимости от изменения денежного дохода, называются *товарами высшей категории, или нормальными товарами*.

Хотя большинство продуктов относится к нормальным товарам, существует несколько исключений. В том случае, когда доходы превышают известный уровень, потребители могут покупать меньше хлеба, картофеля или капусты, поскольку возросший доход позволяет им покупать продовольствие с более высоким содержанием протеина, например, молочные продукты и мясо. Точно так же повышение доходов может снизить спрос на маргарин, так как более состоятельные потребители переключаются на потребление более полезного сливочного масла. Товары, спрос на которые изменяется в обратной зависимости от изменения доходов, называются *товарами низшей категории*.

5. *Ожидание будущего изменения цен и доходов.* Ожидания потребителей относительно повышения цен в будущем могут побудить их покупать «сейчас», чтобы «упредить» угрожающее повышение цен; равным образом и ожидание увеличения доходов может заставить

потребителей меньше ограничивать текущие расходы. Наоборот, ожидание падения цен и снижения доходов ведет к сокращению текущего спроса на товары.

Таким образом, «изменение величины спроса» соответствует **перемещению от одной точки к другой, на стабильной кривой спроса;** «изменение спроса» означает **смещение всей кривой спроса.**

Кривая общего рыночного спроса D образуется путем горизонтального совмещения кривых индивидуального спроса D_1 , D_2 и D_3 всех потребителей на рынке – рис. 4.

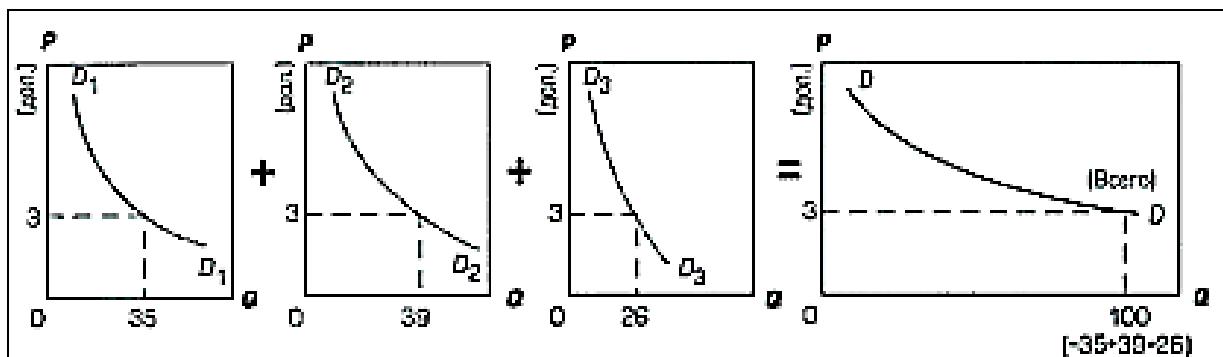


Рисунок 4 – Кривая общего рыночного спроса

2.2.2. Предложение товаров и услуг на конкурентном рынке

Предложение товаров и услуг показывает количество товаров и услуг, которое готовы произвести и предложить фирмы рынку по определенной цене в определенное время и в определенном месте. Вид кривой предложения (англ. supply) – обозначение кривой – S) может варьировать в зависимости от угла наклона с осями P (price – с англ. цена) и Q (quantity – с англ. количество) – рис. 5.

С точки зрения потребителя цена служит сдерживающим фактором. Препятствие в виде высокой цены означает, что потребитель, выступающий в роли плательщика, будет покупать по этой цене относительно небольшое количество продукта; чем ниже ценовой барьер, тем больше потребитель станет покупать.

С другой стороны, поставщик выступает в роли получателя денег за продукт. Для него цена представляет собой выручку за каждую единицу продукта, поэтому она служит стимулом к тому, чтобы производить и предлагать свой продукт к продаже на рынке.

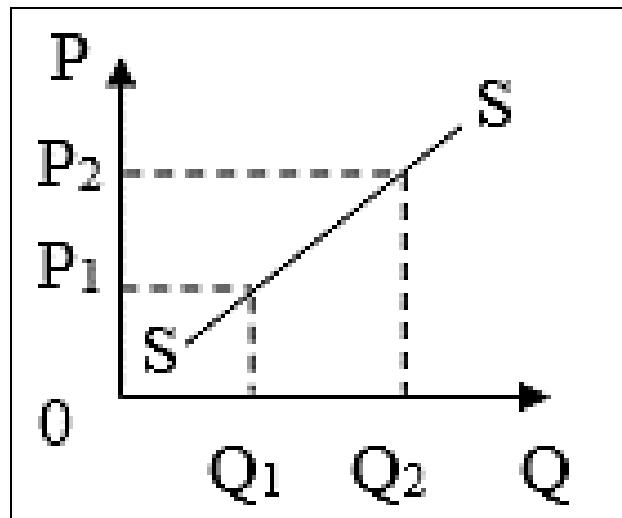


Рисунок 5 – Кривая предложения S

При данных издержках производства чем выше цена, тем больше прибыли получает производитель и, значит, тем сильнее его побудительные мотивы для увеличения объема предложения.

Закон предложения: при прочих равных условиях количество предлагаемого товара изменяется прямо пропорционально его цене.

Ценовые факторы предложения

При построении кривой предложения экономист исходит из допущения, что цена служит самой значительной детерминантой величины предложения любого продукта.

Изменение величины предложения означает передвижение от одной точки (т. А1) к другой (т. А2) на постоянной кривой предложения – рис. 6.

Причиной такого перемещения всегда является изменение цены на рассматриваемый товар или услугу.

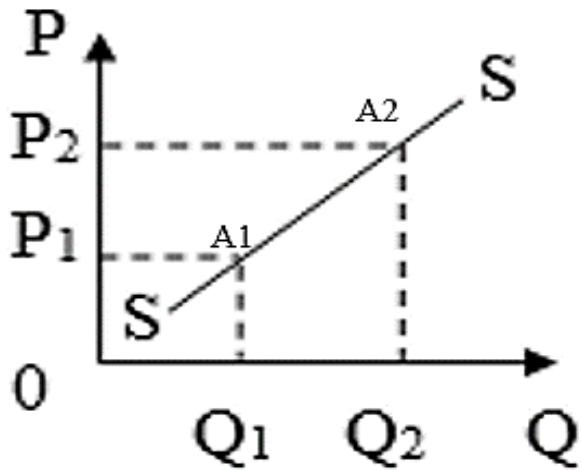


Рисунок 6 – Действие ценовых факторов на предложение (S), изменение величины предложения

Неценовые факторы предложения

Однако кривая предложения, так же как и кривая спроса, базируется на допущении «при прочих равных условиях». Иными словами, кривая предложения строится на предположении, согласно которому определенные детерминанты величины предложения даны заранее и не подвержены изменениям.

Если одна из этих детерминант предложения в действительности претерпевает изменения, положение кривой предложения сместится.

1. *Цены на ресурсы.* Существует самая тесная связь между издержками производства и предложением. Кривая предложения фирмы основывается на издержках производства; за дополнительные единицы продукта фирма должна получать более высокие цены, поскольку производство этих дополнительных единиц требует больших издержек. Отсюда следует, что снижение цен на ресурсы снизит издержки производства и увеличит предложение, то есть переместит кривую предложения вправо. Пример: если цены на семена и удобрения (ресурсы) снижаются, можно ожидать увеличения предложения пшеницы.

И наоборот, повышение цен на ресурсы увеличит издержки производства и сократит предложение, то есть сместит кривую

предложения влево. Пример: повышение цен на железную руду увеличивает издержки производства стали, что приведет к сокращению ее предложения.

2. *Технология*. Совершенствование технологии означает, что новые знания позволяют производить каждую единицу продукции с меньшими затратами ресурсов. При данных ценах на ресурсы это приведет к снижению издержек производства и увеличению предложения. Пример: в настоящее время при передаче электроэнергии по медным проводам потери ее составляют около 30%, но научные исследования в области сверхпроводимости открывают перспективы для передачи электрической энергии почти или вовсе без потерь. Следует, существенное снижение издержек производства и увеличение предложения целого ряда продуктов, при изготовлении которых затрачивается большое количество электроэнергии.

3. *Налоги и субсидии*. Фирмы рассматривают большинство налогов как издержки производства. Поэтому повышение налогов увеличивает издержки производства и сокращает предложение. Субсидии же считаются «налогом наоборот». Когда государство субсидирует производство какого-либо товара, оно фактически снижает издержки и увеличивает его предложение.

4. *Цены на другие товары*. Изменения цен на другие товары также способны сместить кривую предложения продукта. Снижение цены на пшеницу может побудить фермера выращивать и предлагать к продаже больше просо по каждой из возможных цен. И напротив, повышение цены на пшеницу может заставить фермеров сократить производство и предложение просо.

5. *Ожидания*. Ожидания изменений цены продукта в будущем также могут влиять на желание производителя поставлять продукт на рынок в настоящее время.

6. Число продавцов. При данном объеме производства каждой фирмы чем больше число поставщиков, тем больше рыночное предложение. По мере вступления в отрасль новых фирм кривая предложения станет смещаться вправо. Чем меньше в отрасли количество фирм, тем меньше рыночное предложение. Это означает, что по мере выхода фирм из отрасли кривая предложения будет смещаться влево.

2.2.3. Эластичность спроса и предложения

Ценовая эластичность спроса

Согласно закону спроса, в ответ на снижение цены потребители станут приобретать больше продукта. Однако степень восприимчивости потребителей к изменению цены бывает весьма различна в зависимости от продукта, а также в зависимости от диапазона изменения цены на один и тот же продукт. *Восприимчивость, или чувствительность, потребителей к изменению цены продукта определяется ценовой эластичностью спроса.*

Для спроса на некоторые продукты характерна *относительная восприимчивость потребителей* к изменениям цены; *небольшие изменения цены приводят к значительным изменениям количества покупаемой продукции*. Спрос на такие продукты принято называть **относительно эластичным или просто эластичным**.

Но есть и другие продукты, к изменениям цены на которые потребители относительно *невосприимчивы*, то есть такие продукты, *весьма существенные изменения цены которых ведут лишь к небольшим изменениям количества покупок*. В подобных случаях говорят, что спрос **относительно неэластичный или просто неэластичный**.

Главная формула эластичности – формула 1.

$$E = \frac{\Delta Q \%}{\Delta P \%} \quad (1)$$

где, **E – эластичность** – характеризует чувствительность спроса (предложения) на продукт к изменению цены.

ΔQ – изменение спроса (предложения), %.

ΔP – изменение цены, %.

Если изменение цены незначительно (менее 10%), то применяем формулу точной эластичности.

Точечная эластичность спроса по цене – безразмерная величина, отражающая процентное изменение спроса на товар в результате однопроцентного изменения цены, рассчитывается по формуле 2:

$$E_{\text{точечная}} = \frac{\Delta Q \%}{\Delta P \%} = \frac{Q_2 - Q_1 / Q_1}{P_2 - P_1 / P_1} = \frac{\Delta Q}{Q_1} \cdot \frac{\Delta P}{P_1} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P_1}{Q_1} \quad (2)$$

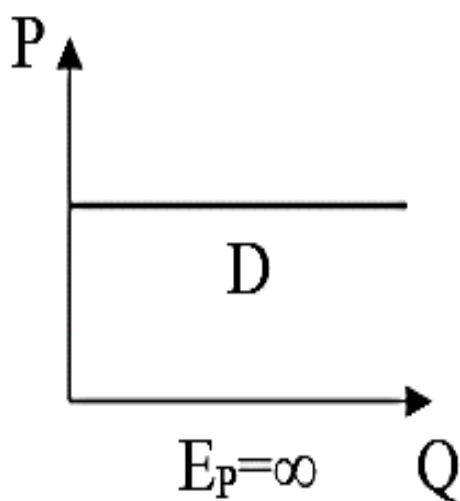
Если изменение цены значительное (более 10%) и при решении задачи требуется большая точность, то применяем формулу дуговой эластичности.

Коэффициент дуговой эластичности спроса – оценивает эластичность спроса в серединной точке, рассчитывается по формуле 3:

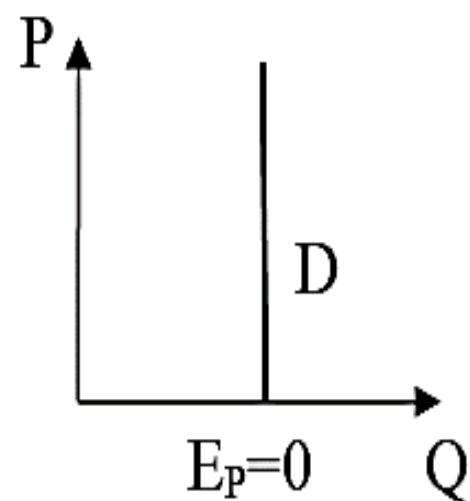
$$E_{\text{дуговая}} = \frac{\frac{(Q_2 - Q_1)}{(Q_1 + Q_2)/2}}{\frac{P_2 - P_1}{(P_1 + P_2)/2}} = \frac{\Delta Q}{\frac{\Delta P}{(P_1 + P_2)/2}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{(P_1 + P_2)}{(Q_1 + Q_2)} \quad (3)$$

Коэффициент эластичности должен быть меньше либо равен нулю (исключение – товары Гиффена и Веблена).

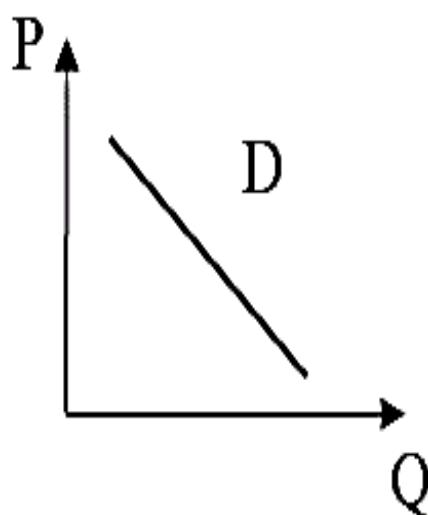
Чем кривая спроса более пологая, тем выше показатель эластичности спроса по цене – рис. 7.



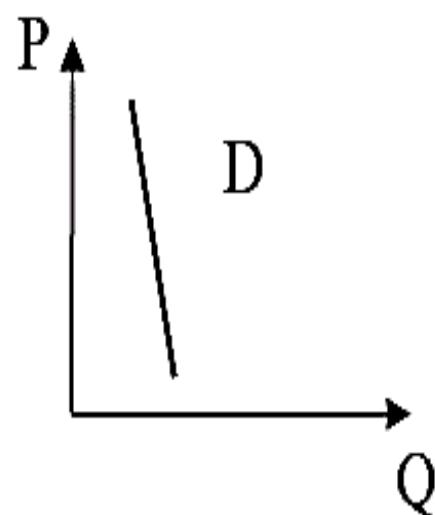
Абсолютно эластичный
спрос (Perfectly Elastic)



Абсолютно неэластичный
спрос (Perfectly Inelastic)



Относительно эластичный
спрос (Elastic)



Относительно неэластичный
спрос (Inelastic)

Рисунок 7 – Графическое отражение показателя эластичности

Эффект Гиффена

Товар Гиффена — товар, потребление которого увеличивается при повышении цены и уменьшается при снижении цены. Обычно это связано с тем, что эффект замещения от изменения цены перевешивается действием эффекта дохода. При соблюдении прочих равных условий

(особенно, стабильного уровня дохода) потребление товаров Гиффена отражает положительный наклон кривой спроса. Для большинства товаров при повышении цены снижается потребление: при повышении цен на мясо население покупает меньше мяса, заменяя его, например, рыбой, грибами и т.д. У товара Гиффена всё наоборот — при повышении цен на картофель люди начинают покупать больше картофеля, но меньше, например, лапши.

Все товары Гиффена — малоценные товары, которые занимают в потребительском бюджете значительное место и для которых отсутствует равнозначный товар-заменитель. Ценных товаров Гиффена не бывает. Так, например, товарами Гиффена в России являются чай, хлеб и некоторые другие, а в Китае — рис и лапша. «**Парадокс Гиффена**»: при повышении цен на определённые виды товара (в основном товары первой необходимости) их потребление повышается за счёт экономии на других товарах.

Повышение спроса при росте цены для дорогих предметов роскоши описывает эффект Веблена.

Эффект Веблена

Эффект Веблена — демонстративное потребление, которое возникает при потреблении благ, недоступных для большинства обычных потребителей в связи с их высокой ценой. Такое потребление вызвано стремлением продемонстрировать исключительность индивида, который может себе позволить подобное потребление. Назван по имени экономиста Торстейна Бунде Веблена.

Когда мотивом для покупки становится не объективная потребность в потреблении товара или услуги, а субъективное желание продемонстрировать свои финансовые возможности, наблюдается нарушение закона спроса: повышение цены на товар или услугу приводит не к понижению, а к повышению спроса среди определённой группы потребителей.

Таблица 1 – Интерпретация коэффициента эластичности

Название	Что означает	Соотношение Q1, Q2.	Соотношение P1, P2.	Значение	Пример
Относительно эластичный спрос	Совершенно неэластичный спрос	Q1 = Q2	Любое значение	E=0	Товары первой необходимости Указ Правительства от 27 марта 2020г. №762-р.
Единичная эластичность	Относительно неэластичный спрос	При снижении цены покупатели повышают объем спроса на неограниченную величину, а при повышении цены - полностью отказываются от товара.	Бесконечно малое увеличение цены может снизить спрос до нуля, а крайне малое снижение цены может увеличить спрос до необозримых размеров.	Потребители готовы покупать товар только по установленной цене.	E = -∞ Спрос на рынке совершенной конкуренции.
Объем спроса изменяется на больший процент, чем цена.	Изменение спроса абсолютно пропорционально изменению цены	Объем спроса изменяется на меньший процент, чем цена.	$\Delta Q < \Delta P$	-1<E<0	Товары повседневного спроса: продукты питания, бытовая химия, гигиенические средства, одежда и т.д.
			$\Delta Q = \Delta P$	E=1	Товары-заменители
			$\Delta Q > \Delta P$	-∞<E<-1	Предметы роскоши, товары, стоимость которых ощутима для семейного бюджета: мебель, бытовая техника

Эластичность спроса по доходу

Этот коэффициент применяется для вычисления потребительской корзины, определения структуры потребления людей с разными уровнями дохода, а также для вычисления степени трансформации потребления того или другого блага при изменении уровня дохода и т.п. Показывает, на сколько процентов изменится количество спрашиваемого товара в результате 1% изменения величины дохода (I) – формула 4:

$$E_I^d = \frac{\frac{\Delta Q}{Q} \cdot 100\%}{\frac{\Delta I}{I} \cdot 100\%} = \frac{\Delta Q}{\Delta I} \cdot \frac{I}{Q} \quad (4)$$

Перекрёстная эластичность спроса

Перекрёстная эластичность спроса позволяет оценить, на сколько процентов изменится спрашиваемое количество товара X в результате однопроцентного изменения цены товара Y – формула 5.

$$E_{P_y}^{dx} = \frac{\frac{\Delta Q_x}{Q_x} \cdot 100\%}{\frac{\Delta P_y}{P_y} \cdot 100\%} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \cdot \frac{P_y}{Q_x} \quad (5)$$

Комплементарные (взаимодополняемые) блага	Товары –субституты (взаимозаменяемые)
<ul style="list-style-type: none">коэффициент перекрёстной эластичности спроса – величина отрицательная, так как изменения цены и объема спроса в данном случае разнонаправлены.По своему абсолютному значению (т.е. по модулю) коэффициент перекрёстной эластичности тем больше, чем больше взаимодополняемость двух благ.	<ul style="list-style-type: none">коэффициент перекрёстной эластичности спроса – величина положительная, так как изменения цены и объема спроса единонаправленыПо своему абсолютному значению (т.е. по модулю) коэффициент перекрёстной эластичности тем больше, чем больше взаимозаменяемость двух благ.

Рисунок 8 – Комплементарные товары и товары-субституты

Коэффициент перекрестной эластичности спроса положителен тогда, когда оба товара являются взаимозаменяемыми (субститутами) – рис. 8. Потребители могут заменить потребление товара X на потребление товара Y. И чем больше взаимозаменяемость двух товаров, тем выше значение коэффициента. Например, две марки автомобилей, две марки напитков и т.д.

Коэффициент перекрестной эластичности спроса отрицателен тогда, когда оба товара являются взаимодополняемыми (комплементарными) – рис. 8. Потребители в краткосрочном периоде не могут изменить потребление товара X без изменения в ту же сторону потребления товара Y. И чем больше взаимодополняемость товаров, тем больше будет и значение коэффициента по модулю. Также можно сделать вывод, что товары X и Y «идут в комплекте» с друг с другом.

Коэффициент перекрестной эластичности спроса нулевой тогда, когда два товара не связаны. Потребление одного товара не зависит от цены на другой.

Например, если эластичность спроса по цене на видеокамеры равна – 3, то каково будет процентное изменение объема спроса на них, которое последует после 10% увеличения цены?

$$E_D = \frac{\Delta Q \%}{\Delta P \%} = \frac{\Delta Q \%}{+10\%} = -3, \text{ следует, что } \Delta Q = -3 * 10\% = -30\%$$

Объем сократится на 30%, если объем изменяется на больший процент, чем цена, то спрос относительно эластичный.

Ценовая эластичность предложения

Концепция ценовой эластичности применима и к предложению. Если производители восприимчивы к изменению цен, то предложение эластично; если же они относительно нечувствительны к изменению цен, то предложение неэластично.

Основной фактор, определяющий ценовую эластичность предложения, — это количество времени, которым располагает

производитель, для того чтобы ответить на данное изменение цены продукта. Вообще говоря, чем больше у производителя времени, для того чтобы приспособиться к конкретному изменению цены, тем большего ответного изменения объема производства и соответственно большей эластичности предложения нам следует ожидать. Реакция фирмы на рост цены продукта X зависит от ее способности перераспределить ресурсы в пользу производства продукта X за счет производства других продуктов (цены которых предполагаются неизменными). А перераспределение ресурсов требует времени: чем продолжительнее время, тем сильнее «подвижность» ресурсов.

Следовательно, тем больше изменится объем производства в ответ на изменение цены и тем выше будет эластичность предложения.

Анализируя влияние фактора времени на эластичность предложения, экономисты различают кратчайший рыночный период, краткосрочный и долгосрочный периоды – рис. 9.

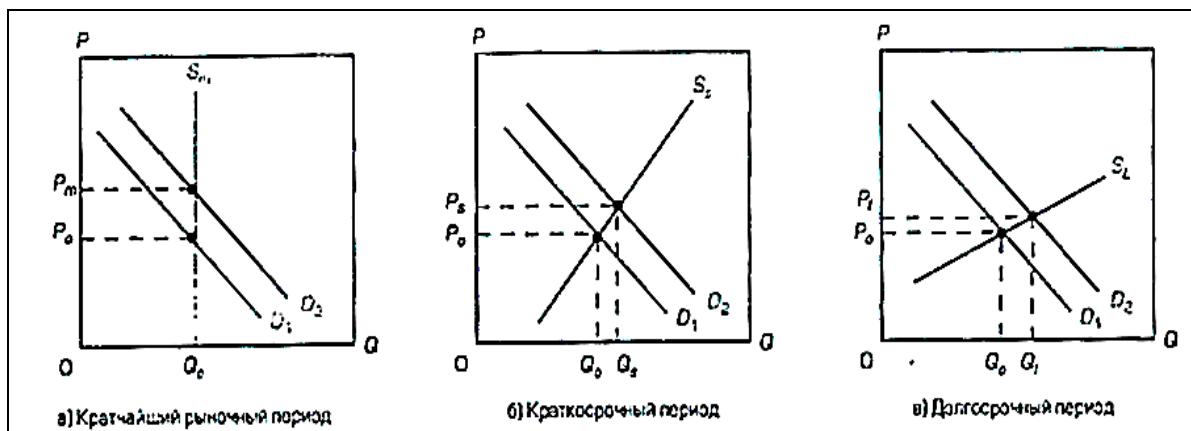


Рисунок 9 – Влияние фактора времени на эластичность предложения

1. Рыночный период. Кратчайший рыночный период настолько мал, что производители не успевают отреагировать на изменение спроса и цены. Предположим, что мелкий фермер привез на рынок на одном грузовике весь свой урожай помидоров данного сезона. Кривая предложения будет совершенно неэластична (вертикальна); фермер продаст все, что он привез, независимо от того, высока или низка цена.

Почему? Потому что он все равно не сможет предложить больше томатов, чем привез на своем грузовике, даже если цена помидоров превысит его ожидания. Если бы он и захотел предложить больше, ведь томаты невозможно вырастить за ночь. Понадобится целый сельскохозяйственный сезон, чтобы отреагировать на повышение цены производством большего количества продукции. С другой стороны, поскольку томаты — продукт скоропортящийся, фермер не может изъять его с рынка, даже если цена окажется ниже его ожиданий, - он все равно продаст то, что привез. Издержки производства в этом случае не повлияют на принятое решение. Даже если цена томатов упадет гораздо ниже уровня издержек производства, фермер тем не менее полностью реализует свой товар, просто чтобы не потерять все, если помидоры испортятся. Таким образом, в пределах очень короткого промежутка времени предложение томатов со стороны нашего фермера - величина постоянная: он может предложить лишь столько, сколько привез на грузовике, как бы высока ни была цена; причем угроза порчи вынуждает фермера продать всю продукцию, как бы ни низка была цена.

2. *Краткосрочный период.* В пределах краткосрочного периода производственные мощности отдельных производителей и всей отрасли остаются неизменными. Однако фирмы имеют достаточно времени, чтобы использовать свои мощности более или менее интенсивно. Так, за короткий период предприятие нашего фермера, под которым мы будем подразумевать его землю и сельскохозяйственную технику, не претерпевает никаких изменений, однако этого времени фермеру хватит для внедрения более интенсивных методов выращивания томатов: применения большего количества труда, удобрений и пестицидов для получения урожая. В результате на предполагаемое увеличение спроса фермер ответит увеличением производства, а это найдет отражение в большей эластичности предложения томатов.

3. *Долгосрочный период.* Долгосрочный период достаточно продолжителен для того, чтобы фирмы успели принять все желательные меры по приспособлению своих ресурсов к изменившейся ситуации. Отдельные фирмы могут расширить (или сократить) свои производственные мощности; новые фирмы могут присоединиться к отрасли (а старые - покинуть ее). В «отрасли по производству томатов» наш фермер имеет возможность приобрести дополнительный участок земли, а также закупить больше машин и оборудования. Кроме того, увеличение спроса и соответствующий рост цен могут привлечь к выращиванию помидоров больше фермеров. Такие изменения означают еще более сильную реакцию со стороны предложения, то есть еще более эластичную кривую предложения.

Эластичность предложения не оценивается показателем общей выручки. Между ценой и величиной предложения обнаруживается прямая, или положительная, зависимость; кривая предложения является восходящей. вне зависимости от степени эластичности или неэластичности предложения цена и общая выручка всегда движутся в одном и том же направлении.

Степень ценовой эластичности при неэластичности предложения рассчитывается точно так же, как и в случае со спросом; разница лишь в том, что «процентное изменение величины спроса» мы заменяем на «**процентное изменение величины предложения**» – расчет по формуле 1.

Коэффициент прямой эластичности предложения по цене показывает, на сколько процентов изменится объем предложения блага при изменении его цены на 1% – формула 6.

$$E_S = \frac{\Delta Q \%}{\Delta P \%} = \frac{Q_2 - Q_1 / Q_1}{P_2 - P_1 / P_1} = \frac{\Delta Q}{Q_1} * \frac{\Delta P}{P_1} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P_1}{Q_1} \quad (6)$$

Если коэффициент эластичности больше 1, предложение называется эластичным, если меньше единицы – неэластичным.

Коэффициент перекрестной эластичности ($E_{P_j}^{S_i}$) показывает, на

сколько процентов изменится объем предложения блага i при изменении цены блага j на 1% – формула 7.

$$E_{P_j}^{S_i} = \frac{dQ_i}{dP_j} \cdot \frac{P_j}{Q_i} \quad (7)$$

Большинство совместно производимых благ для производителя взаимозаменяемы ($E_{Sij} < 0$). Если $E_{Sij} > 0$, то для производителя эти блага взаимодополняемы.

2.2.4. Равновесная цена на рынке

Рынок находится в равновесии, если цена товара такова, что количество товара, которое покупатели (Q_d) хотят приобрести, совпадает с количеством товара, которое продавцы готовы предложить к продаже (Q_s) $Q_d=Q_s$.

Равновесная цена — цена на конкурентном рынке, при которой величина спроса и величина предложения равны, то есть цена, при которой нет дефицита или избытка товаров и услуг, а значит на рынке нет тенденций роста или снижения.

Ни продавцы, ни покупатели не имеют побуждающих мотивов к изменению ситуации на рынке в случае установления равновесия, то есть имеет место баланс. В случае формирования любой другой цены, отличной от равновесной, продавцы и покупатели получают эффективный стимул к трансформации положения на рынке.

Равновесие по Маршаллу

Равновесная цена складывается по следующим причинам:

1) влияния превышения цены спроса над ценой предложения (когда объём предложения находится ниже уровня равновесия) — реакция продавцов заключается в повышении объёма предложения

2) влияния превышения цены предложения над ценой спроса (когда объём предложения находится выше уровня равновесия) — реакция продавцов выражается в снижении объёма предложения

Цена спроса совпадает с ценой предложения в случае равновесного объёма спроса и предложения.

Равновесие по Вальрасу

Равновесная цена складывается по причинам:

1) влияния превышения объёма предложения над объёмом спроса (когда рыночная цена превышает равновесную) — происходит давление избытка предложения на цену (посредством конкуренции продавцов), рыночная цена снижается

2) влияния превышения объёма спроса над объёмом предложения (когда рыночная цена ниже, чем равновесная) — происходит давление избытка спроса на цену (посредством конкуренции покупателей), рыночная цена повышается.

Равновесная цена — это цена, уравновешивающая спрос и предложение в результате действия конкурентных сил – рис. 10. Данный график выражает одновременное поведение спроса и предложения отдельного товара и показывает, в какой точке две линии пересекутся (E). В этой точке достигается равновесие. Координатами точки E являются равновесная цена P_e и равновесный объем Q_e .

Если реальная цена будет больше равновесной (P_1), то объем спроса при такой цене Q_3 будет меньше объема предложения Q_2 . В этом случае производители предпочтут снизить цену, нежели продолжать выпуск продукции в объеме, существенно превышающем объем спроса. Избыток предложения ($Q_3 - Q_2$) будет оказывать понижающее давление на цену.

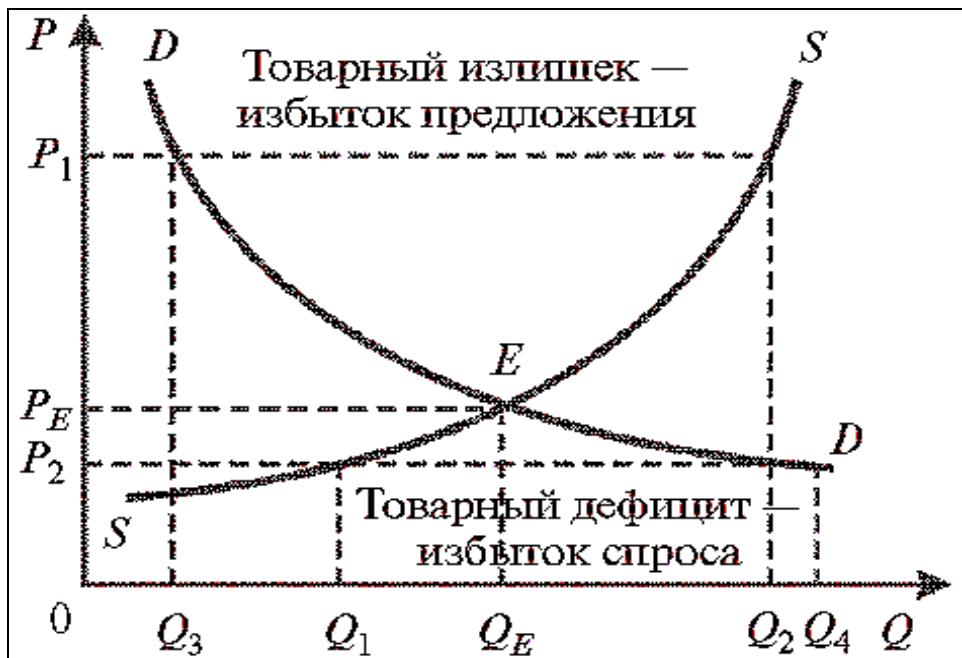


Рисунок 10 – Равновесная цена на рынке

Если реальная цена на рынке будет ниже равновесной (P_2), то объем спроса станет равен Q_4 , товар станет дефицитным. Отдельные покупатели предпочтут заплатить более высокую цену. В результате избыток спроса ($Q_4 - Q_1$) будет оказывать давление на цену. Этот процесс будет продолжаться до тех пор, пока не установится на равновесном уровне P_E , при котором объем спроса и предложения равны.

Цена спроса — это максимальная цена, за которую покупатели согласны купить товар или услугу. Выше нее рыночная цена подняться не может, так как у потребителей нет денег на покупку.

Цена предложения — это цена, по которой товар поступает в продажу на конкурентный рынок, или это предельно минимальные цены, по которым производители готовы продать свою продукцию или услуги.

Рыночная цена не может опуститься ниже цены предложения, так как тогда производство и сбыт становятся убыточными.

Изменение спроса или предложения

Спрос может изменяться вследствие колебаний потребительских вкусов или доходов, изменений потребительских ожиданий или цен на

сопряженные товары. С другой стороны, предложение может изменяться под влиянием изменения технологии, цен на ресурсы или налогов. Рассмотрим, как изменения предложения и спроса воздействуют на равновесную цену – рис. 11.

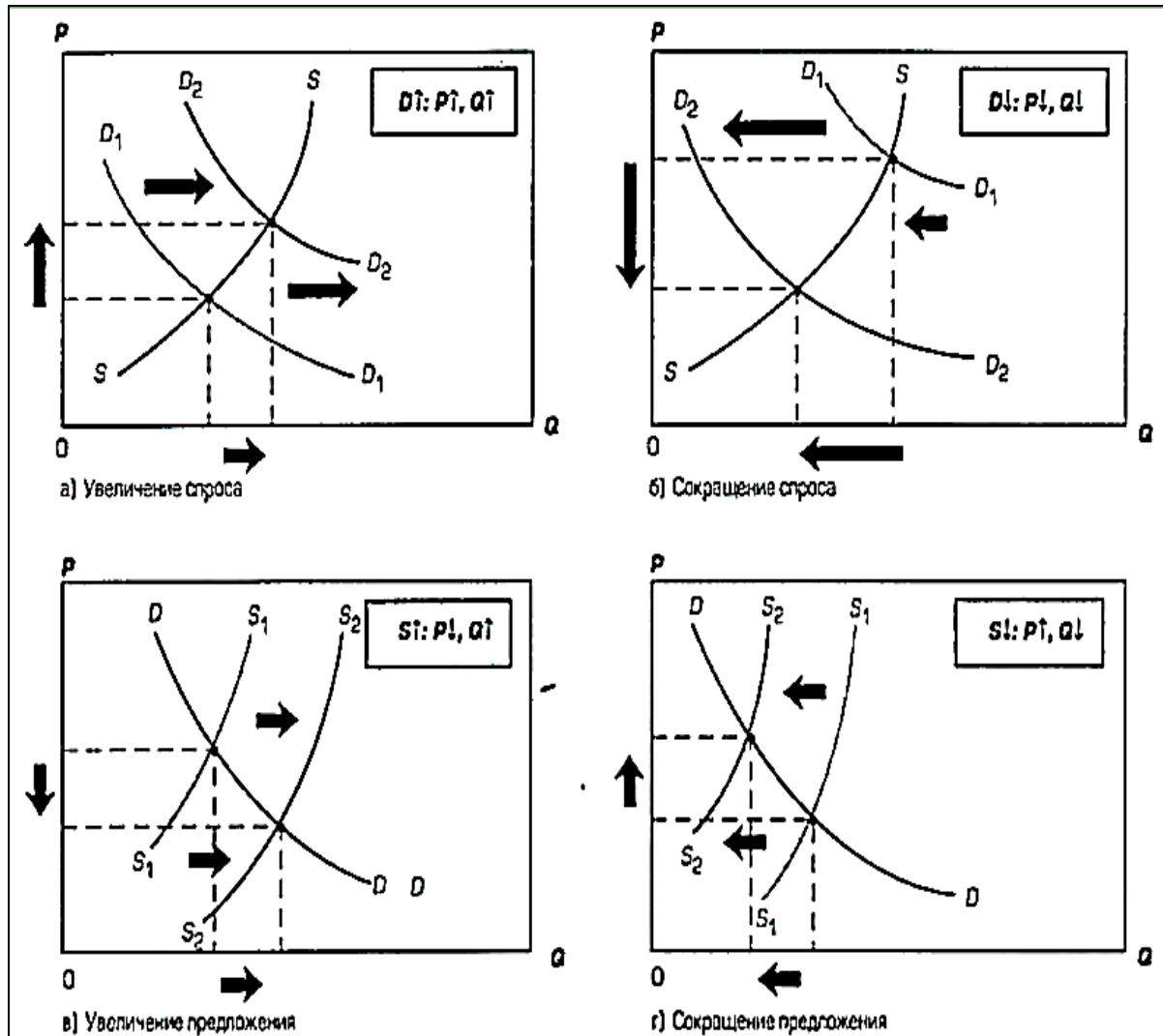


Рисунок 11 – Влияние изменения предложения или спроса на равновесную цену

Увеличение спроса (график а) и **сокращение спроса** (график б) указывают на **прямую зависимость** между изменением спроса и сопутствующими ему изменениями **равновесной цены и количества продукта**.

Увеличение предложения (график в) и **сокращение предложения** (график г) отражают **обратную зависимость** между изменением

предложения и сопряженным с ним изменением **равновесной цены**, но **прямую зависимость между изменением предложения и возникающим вследствие этого изменением равновесного количества продукта**.

Рассмотрим подробнее.

Изменение спроса

Предположим, что спрос возрастает так, как показано на рисунке 11-а. Отметив, что новая точка пересечения кривых предложения и спроса имеет более высокие значения как на оси цены, так и на оси количества, мы можем заключить: **увеличение спроса при прочих равных условиях (предложение) порождает эффект повышения цены и эффект прироста количества продукта**.

Как показано на рисунке 11б, **уменьшение спроса обнаруживает как эффект понижения цены, так и эффект сокращения количества продукта**. Цена снижается, уменьшается также количество продукта.

Следовательно, обнаруживаем **прямую зависимость между изменением спроса и возникающими вследствие этого изменениями и равновесной цены, и количества продукта**.

Изменение предложения

Когда предложение увеличивается, как это показано на рис. 11-в, новая точка пересечения кривых предложения и спроса расположена ниже равновесной цены. Однако равновесное количество продукта возрастает. С другой стороны, когда предложение сокращается, это ведет к повышению цены продукта, но уменьшению его количества – рисунок 11г.

Следовательно, **увеличение предложения порождает эффект понижения цены и эффект прироста количества продукта**. Сокращение предложения порождает эффекты повышения цены и сокращения количества продукта.

Таким образом, существует **обратная зависимость между изменением предложения и возникающим вследствие этого изменением**

равновесной цены, но связь между изменением предложения и изменением количества продукта остается прямой.

Ситуация существенно осложняется, когда предложение и спрос меняются одновременно.

Изменение и спроса, и предложения

1. Предложение растет, спрос сокращается. Сначала предположим, что предложение увеличивается, а спрос сокращается. В этом примере совмещаются два эффекта снижения цены, причем в конечном счете цена понизится больше, чем в результате каждого из этих событий, взятого в отдельности.

А как обстоит дело с равновесным количеством продукта? Здесь воздействия изменений предложения и спроса разнонаправлены: увеличение предложения ведет к увеличению равновесного количества продукта, тогда как уменьшение спроса ведет к уменьшению равновесного количества продукта. Направление изменения количества продукта зависит от относительных параметров изменений предложения и спроса. Если рост предложения превышает падение спроса, то равновесное количество продукта окажется больше первоначального. Однако если относительное увеличение предложения будет меньше масштабов сокращения спроса, то равновесное количество продукта уменьшится. Для того чтобы удостовериться в истинности этих выводов, вы можете воспользоваться графиками.

2. Предложение падает, спрос возрастает. Второй возможный случай — это когда предложение сокращается, а спрос возрастает. Здесь наблюдается двойной эффект повышения цены. Можно предвидеть, что увеличение равновесной цены окажется большим, чем если бы оно было вызвано любым из этих факторов в отдельности. Воздействия на равновесное количество продукта в данном случае опять разнонаправлены и конечный результат зависит от относительных параметров изменений предложения и спроса. Если уменьшение предложения относительно

больше, чем увеличение спроса, равновесное количество продукта окажется меньше первоначального. Однако если предложение сокращается в относительно меньших масштабах, чем растет спрос, равновесное количество продукта в результате этих изменений возрастет.

3. Предложение растет, спрос растет. А что происходит, когда и предложение, и спрос увеличиваются? Как это скажется на равновесной цене? На этот вопрос нельзя ответить однозначно. Здесь следует сравнить два противоположных влияния на цену — эффект понижения цены в результате увеличения предложения и эффект повышения цены в результате увеличения спроса. Если масштабы увеличения предложения больше масштабов увеличения спроса, в конечном счете равновесная цена упадет. В обратном случае равновесная цена повысится.

Воздействие же на равновесное количество продукта однозначно: увеличение и предложения, и спроса ведет к увеличению количества продукта. Это означает, что равновесное количество продукта возрастет в этом случае на большую величину, чем под влиянием каждого из факторов, взятых отдельно.

4. Предложение падает, спрос падает. Одновременное уменьшение предложения и спроса можно подвергнуть такому же анализу. Когда масштабы сокращения предложения превышают масштабы сокращения спроса, равновесная цена возрастает.

В противоположной ситуации равновесная цена снижается. Поскольку и уменьшение предложения, и уменьшение спроса оказывают понижающее воздействие на количество продукта, можно с уверенностью ожидать, что равновесное количество продукта окажется меньше первоначального.

2.2.5. Прогнозирование цены на основе коэффициентов эластичности спроса и предложения в точке рыночного равновесия

Количественная зависимость между величиной спроса и определяющими его факторами (детерминантами) называется функцией спроса. В самом общем виде функция записывается следующим образом:

$$Q_d = Q_d (P_1, \dots, P_i, \dots, P_n, E, R, N, T, X),$$

где Q_d – величина спроса на рассматриваемый товар i ;

$P_1, \dots, P_i, \dots, P_n$ – цены рассматриваемого и других товаров;

E – ожидания потребителей относительно будущих цен, доходов и доступности товаров;

R – денежный доход потребителей;

N – количество потенциальных покупателей;

T – вкусы и предпочтения потребителей;

X – другие факторы, влияющие на спрос товара.

Если все факторы, кроме цены рассматриваемого товара, принять за неизменные для данного периода (принцип *caeteris paribus* – «при прочих равных»), то можно от общей функции спроса перейти к функции спроса от цены: $Q_d = Q_d (P_i)$,

где Q_d – величина спроса на товар i ,

P_i – цена анализируемого товара i .

Линейные функции спроса и предложения

Линейная функция спроса: $Q(d) = a - b * P$

$$b = -E(d) * (Q/P)$$

$$a = Q * (1 - E(d))$$

где, a и b – параметры функции,

$E(d)$ – эластичность спроса,

Q – количество товара/услуг,

P – цена товара/услуг.

Линейная функция предложения: $Q(s) = m + n * P$

$$n = E(s) * (Q/P)$$

$$m = Q * (1 - E(s))$$

где, n и m – параметры функции,
 $E(s)$ – эластичность предложения,
 Q – количество товара/услуг,
 P – цена товара/услуг.

Например, на рынке установилось равновесие при $P = 4$ и $Q = 18$.
При этом коэффициент эластичности спроса равнялся: $-0,05$, а
коэффициент эластичности предложения: $+0,1$. Какова будет цена товара,
если спрос на него возрастет на 10% , а предложение – на 5% при условии,
что в пределах указанных изменений спроса и предложения их графики
прямолинейны?

Находим изначальные функции спроса и предложения

$$\text{Спрос: } Q(d) = a - b \cdot P; a = Q * (1 - E(d)); b = -E(d) * (Q/P).$$

$$a = Q * (1 - E(d)) = 18 * (1 + 0,05) = 18,9.$$

$$b = -E(d) * (Q/P) = 0,05 * (18 / 4) = 0,225$$

$$Q(d) = a - b \cdot P, \text{ подставляем полученные данные: } Q(d) = 18,9 - 0,225 \cdot P$$

$$\text{Предложение: } Q(s) = m + n \cdot P; m = Q * (1 - E(s)); n = E(s) * (Q/P).$$

$$m = Q * (1 - E(s)) = 18 * (1 - (+0,1)) = 16,2$$

$$n = E(s) * (Q/P) = 0,01 * (18 / 4) = 0,045$$

$$Q(s) = m + n \cdot P, \text{ подставляем полученные данные } Q(s) = 16,2 + 0,045 \cdot P$$

Если, спрос вырос на 10% . Это значит, что при любой цене объем
спроса будет на 10% выше. Значит новая функция спроса имеет вид:

$$Q(d) = (100\% + 10\%) * (18,9 - 0,225P) = 110\% * (18,9 - 0,225P) = 1,1 * (18,9 - 0,225P)$$

Если, предложение выросло на 5% . Это значит, что при любой цене
значение предложения стало на 5% выше. Значит новая функция спроса
имеет вид:

$$Q(s) = (100\% + 5\%) * (16,2 + 0,045P) = 105\% * (16,2 + 0,045P) = 1,05 * (16,2 + 0,045P).$$

Используя новые функции спроса и предложения находим новую равновесную цену:

$$Q(s) = Q(d)$$

$$1,1 * (18,9 - 0,225P) = 1,05 * (16,2 + 0,045P).$$

$$20,79 - 0,2475P = 17,01 + 0,04725P$$

$$20,79 - 17,01 = 0,04725P + 0,2475P$$

$$3,78 = 0,29475P$$

$$P = 3,78 / 0,29475 = 12,82.$$

ТЕМА 2.3. КРАТКОСРОЧНЫЙ И ДОЛГОСРОЧНЫЙ АНАЛИЗ ИЗДЕРЖЕК

2.3.1. Краткосрочный и долгосрочный период в анализе

Разницей во времени, которая требуется для изменения количества ресурсов, занятых в производственном процессе, обусловлена необходимость различать краткосрочный и долгосрочный периоды.

Краткосрочный период — это промежуток времени, слишком короткий, чтобы предприятие смогло изменить свои **производственные мощности** (M — максимальное количество продукции, которое может произвести предприятие), но достаточно продолжительный для изменения интенсивности использования этих фиксированных мощностей. В пределах краткосрочного периода производственные мощности фирмы остаются неизменными, но объем производства может быть изменен путем применения большего или меньшего количества живого труда, сырья и других ресурсов. Существующие производственные мощности в пределах краткосрочного периода могут использоваться более или менее интенсивно.

В краткосрочном периоде анализа издержек предполагается, что производственная мощность предприятия является неизменной, $M=const$. Исследуется динамика издержек в зависимости от объема производства в рамках производственной мощности.

Долгосрочный период — это промежуток времени, достаточно продолжительный для того, чтобы изменить количество всех занятых ресурсов, включая и производственные мощности. С точки зрения отрасли долгосрочный период охватывает также достаточно времени, чтобы действующие в ней фирмы могли расформироваться и покинуть отрасль, а новые фирмы — возникнуть и вступить в отрасль.

В долгосрочном периоде увеличивается объем выпуска продукции при увеличении производственной мощности предприятия «размере»

предприятия. Здесь фактически изучается динамика издержек в зависимости от изменения размера предприятия.

Если *краткосрочный период* представляет собой *период фиксированных мощностей*, то *долгосрочный период* — это *период изменяющихся мощностей*.

Пример: Если бы завод General Motors нанял еще 100 рабочих или даже добавил целую рабочую смену, то это было бы краткосрочной корректировкой. Но если бы тот же завод пристроил еще одно крыло к своему производственному зданию и установил в нем дополнительное оборудование, то это было бы долгосрочной корректировкой.

Краткосрочный и долгосрочный периоды отличаются друг от друга скорее концептуально, чем реальной календарной продолжительностью. В отраслях легкой промышленности изменение производственных мощностей может быть осуществлено чуть ли не за одну ночь. Маленькая фирма, выпускающая футболки, способна увеличить свои производственные мощности за несколько дней или даже быстрее, заказав и установив несколько новых столов для раскroя ткани и несколько дополнительных швейных машин. Но в тяжелой промышленности дело обстоит иначе. Строительство нового нефтеперерабатывающего завода компании Exxon может занять несколько лет.

2.3.2. Экономический и бухгалтерский подход к издержкам

Существование экономических издержек объясняется недостатком (редкостью) ресурсов и возможностью их различного использования.

Экономические издержки фирмы (TC , total costs) — это те выплаты, которые фирма обязана сделать, для осуществления производственного процесса. Эти выплаты могут быть либо явными, либо скрытыми.

Явные (внешние, бухгалтерские издержки) ($TC_{явные}$) — складываются из затрат на приобретение и использование ресурсов *не*

принадлежащих фирме. По существу это бухгалтерские издержки ($TC_{бух}$),

которые отражаются в типовых документах. Пример внешних, бухгалтерских издержек – амортизация, заработка плата, ресурсы и т.п.

Допускаем, $(TC_{явные}) = (TC_{бухгалтерские}) = (TC_{внешние})$

Скрытые (внутренние, вмененные, альтернативные) ($TC_{скрытые}$)

– издержки, связанные с использованием ресурсов, являющихся собственностью данной фирмы, которые является по своей сути неоплачиваемыми, равны денежным платежам, которые могли бы быть получены за самостоятельно используемый этот ресурс при наилучшем из всех возможных способов его применения.

Допускаем, $(TC_{скрытые}) = (TC_{альтернативные}) = (TC_{внутренние}) = TC_{вмененные}$

Следует, $TC = (TC_{бухгалтерские}) + (TC_{альтернативные})$

Употребляя один и тот же термин «прибыль», экономисты и бухгалтеры придают ему разный смысл.

Бухгалтерская прибыль ($Pf_{бух}$) представляет собой общую выручку фирмы ($TR = P * Q$) за вычетом явных бухгалтерских издержек, то есть:

$(TC_{бухгалтерские}), Pf_{бух} = TR - TC_{бухгалтерские}$

Экономисты же определяют прибыль иначе.

Экономическая прибыль ($Pf_{ЭК}$) – это общая выручка (TR) за вычетом всех экономических издержек (TC), то есть:

$Pf_{ЭК} = TR - TC = TR - (TC_{бухгалтерские} + TC_{альтернативные})$

Поэтому если экономист говорит, что фирма едва покрывает издержки, то это значит, что все явные и скрытые издержки возмещаются, а предприниматель получает такую отдачу, которой едва хватает, чтобы он продолжал применять свои способности к данному виду деятельности.

2.3.3. Постоянные, переменные и общие издержки в краткосрочном периоде

В течение краткосрочного периода времени некоторые ресурсы, относящиеся к производственным мощностям фирмы, остаются неизменными. Другие же ресурсы поддаются изменению. Отсюда следует, что в пределах краткосрочного периода издержки можно разделить на постоянные и переменные.

Постоянные издержки (TFC) – не зависят от объема выпуска продукции. К ним относятся: аренда, заработка плата управленческого персонала, оплата управленческих расходов, проценты за кредит, затраты, связанные с обучением персонала и т.д.

Переменные издержки (TVC) – зависят от объема выпущенной продукции. К ним относятся: ресурсы, заработка плата рабочих, электроэнергия на производство и т.п.

Сумма переменных и постоянных издержек составляет величину совокупных (общих) экономических издержек (TC), то есть:
TVC+TFC=TC

Различие между постоянными и переменными издержками имеет существенное значение для каждого бизнесмена. Переменные издержки – это издержки, которыми предприниматель в состоянии управлять, то есть изменять их величину в течение краткосрочного периода времени путем изменения объема производства. Постоянные издержки, напротив, не подвержены текущему контролю со стороны руководства фирмы; такие издержки в краткосрочной перспективе неизбежны и должны быть оплачены независимо от объема производства.

Графическое изображение общих, переменных и постоянных издержек производства представлено на рис. 12.

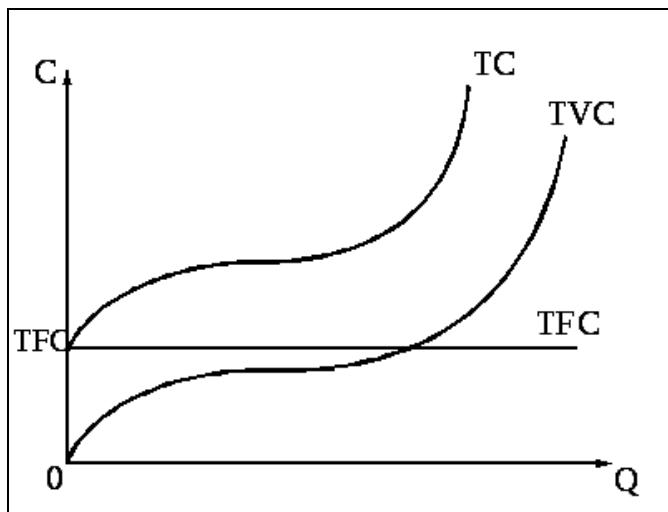


Рисунок 12 – Графическое изображение издержек

В таблице 4 представлены примеры переменных и постоянных издержек.

Таблица 4 – Примеры переменных и постоянных издержек

Издержки	Производственная компания	Торгово-посредническая фирма
Переменные	Материалы, сырье. Заработка производственного персонала. Единовременные стимулирующие выплаты сотрудникам производственного цеха за перевыполнение плана производства. Расходы на упаковочные материалы, тару. Электроэнергия в производственном цехе.	Издержки на закупку товаров для продажи. Расходы на упаковочные материалы для перепродажи Расходы на наклейки, бирки, этикетки и т.д. Заработка продавцов.
Постоянные	Амортизационные отчисления. Заработка платы административных сотрудников. Коммунальные услуги, за исключением производственных цехов. Налоги Арендные платежи	Амортизация торгового оборудования. Арендные платежи. Заработка платы административных сотрудников. Коммунальные услуги Налоги

2.3.4 Удельные и предельные издержки в краткосрочном периоде

Показатели средних издержек более целесообразно использовать для сравнения с ценой продукта, которая всегда устанавливается на единицу продукции. Средние издержки всегда рассчитываются на единицу.

Средние постоянные издержки (AFC) – рассчитываются делением совокупных постоянных издержек (TFC) на объем продукции (Q).

Поскольку совокупные постоянные издержки по определению не зависят от объема производимой продукции, средние постоянные издержки сокращаются по мере наращивания производства. С ростом объема производства совокупные постоянные издержки, составляющие, допустим, 100 дол., распределяются на большее и большее количество единиц производимого продукта. Если бы производилась всего одна единица продукта, то и совокупные, и средние постоянные издержки были бы равны 100 дол. Но при производстве двух единиц совокупные постоянные издержки в размере 100 дол. означали бы, что на единицу продукта приходится 50 дол. постоянных издержек; далее, при распределении 100 дол. на три единицы продукта мы получим 33,3 дол. в расчете на единицу; при производстве четырех единиц - 25 дол. и т. д. Это называют «распределение накладных расходов». На рисунке 13 видно, что кривая средних постоянных издержек непрерывно понижается по мере роста объема производства.

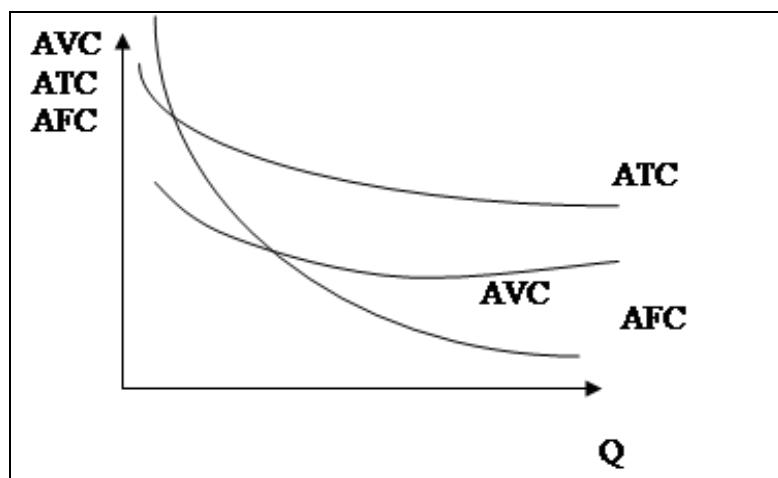


Рисунок 13 – Графическое представление средних (удельных) издержек

Средние переменные издержки (AVC) – рассчитываются делением совокупных переменных издержек (TVC) на объем продукции (Q).

Средние переменные издержки первоначально сокращаются, пока не достигнут своего минимума, а затем начинают расти. Графически это проявляется в вогнутой дугообразной форме кривой средних переменных издержек, которая показана на рисунке 13.

Поскольку совокупные переменные издержки подчиняются закону убывающей отдачи, поскольку это должно отразиться и на значениях средних переменных издержек, которые рассчитываются на их основе. На стадии возрастающей отдачи для производства каждой из первых четырех единиц продукта требуется все меньше и меньше дополнительных переменных ресурсов. В результате переменные издержки в расчете на единицу продукта сокращаются. При производстве пятой единицы средние переменные издержки достигают своей минимальной величины и вслед за этим начинают возрастать, поскольку убывание отдачи порождает необходимость во всё большем количестве переменных ресурсов для производства каждой дополнительной единицы продукта.

Проще говоря, при малых объемах выпуска производственный процесс относительно неэффективен и дорог, поскольку имеющееся у фирмы оборудование оказывается недогруженным. С оборудованием фирмы соединяется недостаточное количество переменных ресурсов, эффективность производства чрезвычайно низка, а переменные издержки в расчете на единицу продукции соответственно относительно высоки. Однако по мере расширения производства более высокий уровень специализации рабочих и более полное использование капитального оборудования фирмы обеспечат рост эффективности производства. В результате переменные издержки в расчете на единицу продукции начинают снижаться. Вследствие применения все большего и большего количества переменных ресурсов в конце концов наступает момент, когда вступает в действие закон убывающей отдачи. С этого момента

капитальное оборудование фирмы используется настолько интенсивно, что каждая добавочная единица переменных ресурсов увеличивает объем производства на меньшую величину, чем предыдущая. Значит, средние переменные издержки начинают возрастать.

Средние общие издержки АТС – представляют собой сумму средних переменных издержек (AVC) и средних постоянных издержек (AFC). Графически средние общие издержки устанавливаются в результате сложения по вертикали кривых средних постоянных и средних переменных издержек, как это показано на рисунке 13. Таким образом, отрезок между кривыми средних общих и средних переменных издержек указывает на величину средних постоянных издержек при любом объеме производства.

Предельные издержки МС – это дополнительные, или добавочные, издержки, возникшие в результате производства еще одной дополнительной единицы продукта. Для каждой добавочной единицы продукта предельные издержки можно определить просто по изменению общих издержек, вызванному производством этой единицы – формула 8:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} \quad (8)$$

Где, МС – предельные издержки производства.

ΔTC – изменение общих издержек производства.

ΔQ (в иных источниках ΔTP) – изменение совокупного продукта.

Кривая предельных издержек (МС) пересекает кривые средних общих (АТС) и средних переменных издержек (AVC) в точках минимального значения каждой из них – рисунок 14.

Объясняется это тем, что пока добавочная, или предельная, величина, присоединяемая к общим (или переменным) издержкам, остается меньше средней величины этих издержек, среднее значение издержек обязательно уменьшается. И наоборот, когда предельная

величина присоединяется к общим (или переменным) издержкам и превосходит их среднюю величину, то среднее значение издержек должно возрастать.

Пользуясь рисунком 14, это можно выразить так: там, где кривая предельных издержек MC расположена ниже кривой средних общих издержек ATC или средних переменных издержек AVC , последние снижаются, а там, где кривая предельных издержек MC лежит выше кривой средних общих издержек ATC или средних переменных издержек AVC , последние повышаются.

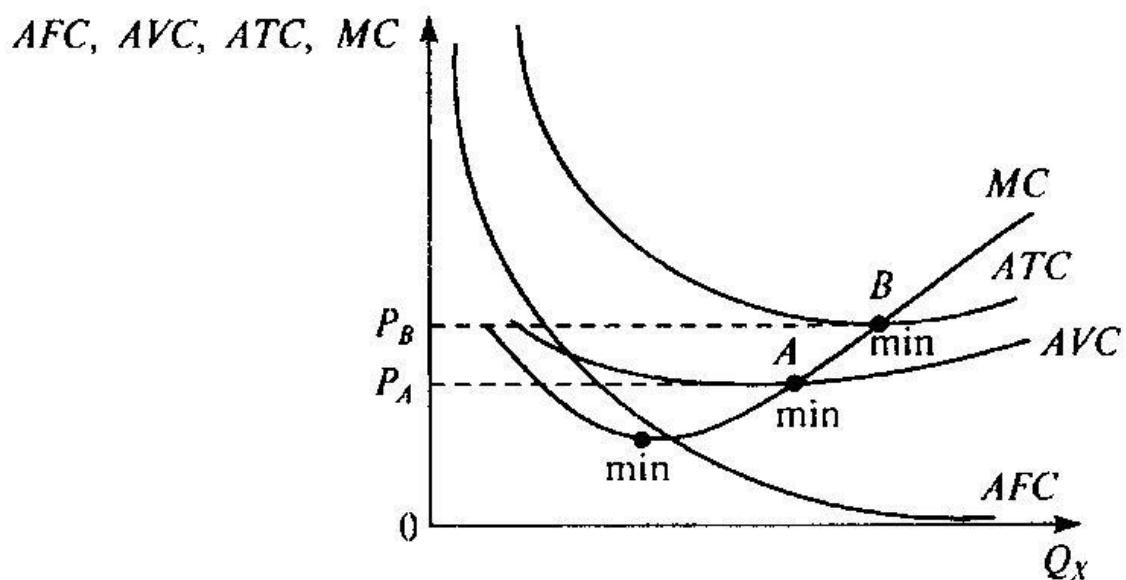


Рисунок 14 – Соотношение средних и предельных издержек

Следовательно, в точке пересечения этих двух кривых, в которой предельные издержки равны средним общим издержкам, последние уже перестают сокращаться, но еще не начали расти. Это по определению и есть минимальная точка данных издержек.

Предельные и средние постоянные издержки находятся в ином соотношении, поскольку эти две кривые не связаны друг с другом; показатель предельных издержек отражает только те изменения издержек, которые вызываются колебаниями объема производства, тогда как постоянные издержки по определению независимы от объема производства.

Кривые предельных издержек (MC) и средних переменных издержек (AVC) представляют собой зеркальное отражение кривых предельного продукта (MP) и среднего продукта (AP) соответственно – рис. 15.

Если предположить, что труд является единственным элементом переменных издержек, а цена труда (ставка заработной платы) остается постоянной, предельные издержки можно подсчитать путем деления ставки заработной платы на величину предельного продукта.

Следовательно, когда предельный продукт растет MP, предельные издержки MC сокращаются; когда предельный продукт MP достигает максимума, предельные издержки MC принимают минимальное значение; а когда предельный продукт MP уменьшается, предельные издержки MC растут. Аналогичное соотношение связывает средний продукт и средние переменные издержки.

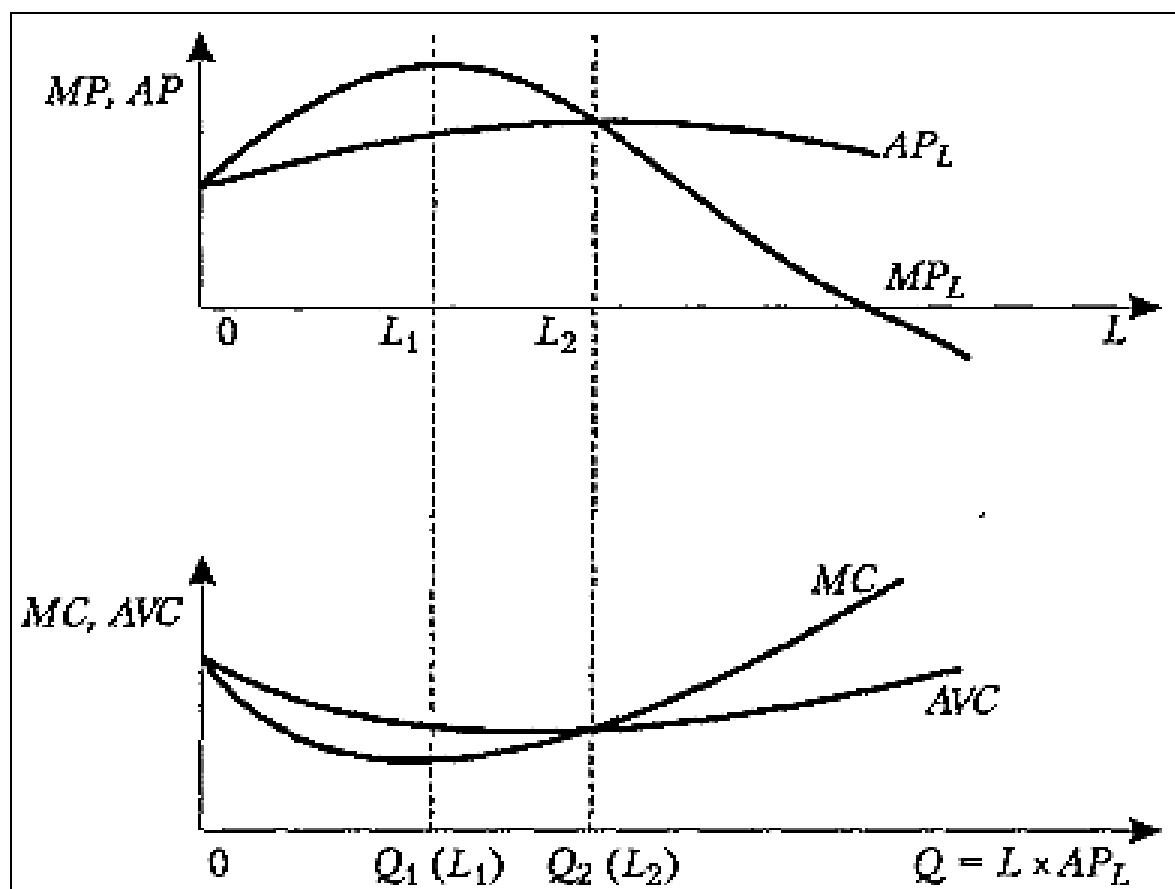


Рисунок 15 – Соотношение предельного и среднего продукта с предельными и средними издержками

2.3.5. Закон убывающей отдачи переменного ресурса

Производство любого товара требует затрат экономических ресурсов, которые в силу своей относительной редкости имеют определенные цены. Издержки производства фирмой того или иного объема продукции зависят не только от цен на необходимые ресурсы, но и от технологии - от количества ресурсов, которого требует производство. В течение краткосрочного периода фирма способна менять объем производства, вовлекая в этот процесс дополнительные количества поддающихся изменению ресурсов при том, что производственные мощности остаются неизменными. Возникает вопрос, каким образом изменяется объем производства по мере того, как все большее и большее количество переменных ресурсов присоединяется к постоянным ресурсам фирмы?

Закон убывающей отдачи переменного ресурса

В самой общей форме ответ на этот вопрос дает закон убывающей отдачи переменного ресурса (далее – ЗУОР), который также называется «закон убывающего предельного продукта», или «закон изменяющихся пропорций».

Закон убывающей отдачи переменного ресурса ЗУОР гласит: Если к какому-либо постоянному ресурсу (например, капитал), последовательно добавлять единицы переменного ресурса (например, труд), то начиная с определенного момента времени каждая дополнительная единица переменного ресурса будет давать меньший добавочный продукт (предельный продукт MP), чем предыдущая.

Действие закона представлено на рисунке 16.

Ось L – количество единиц переменного ресурса, например, труд.

Ось ТР, АР, МР – объем совокупного, среднего и предельного продукта.

ТР – совокупный продукт, общий объем производства.

AP – средний продукт (средняя производительность) труда – это отношение объема продукции к переменному ресурсу (например, труду).

MP – предельный продукт (предельная производительность) – показывает на сколько увеличится объем производства продукции при введении в производство дополнительной единицы переменного ресурса.

Линия предельной производительности MP пересекается с линией средней производительности AP в точке максимума последней – т.Б. Это объясняется следующим: если предельная производительность MP выше средней производительности AP, то средняя производительность AP должна расти, если предельная производительность MP ниже средней производительности, то средняя производительность AP должна падать.

Следовательно, точка пересечения – максимум – рисунок 16.

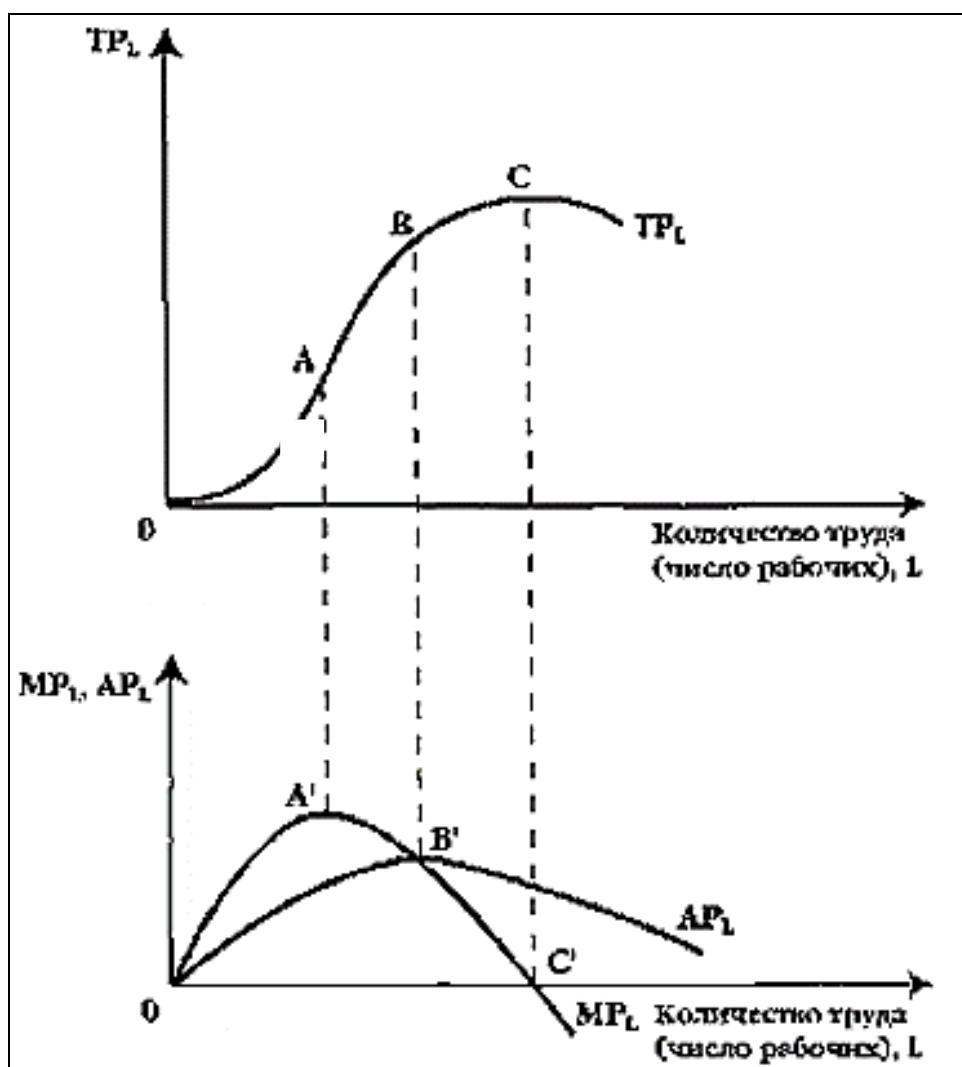


Рисунок 16 – Действие ЗУОП

Рассмотрим действие ЗУОП.

У фермера под зерновые отведены фиксированные земельные площади — 5 гектаров. Если этот фермер вовсе не занимается культивацией почвы (скажем, борьбой с сорняками), урожай с его полей составит, например, 30 центнеров с гектара.

При одноразовой обработке почвы урожай может подняться до 45 центнеров с гектара (+15 центнеров с гектара). Вторая обработка может увеличить урожай до 65 центнеров с гектара, (+20 центнеров с гектара), третья — до 75 (+10 центнеров с гектара), а четвертая — до 80 (+5 центнеров с гектара). Дальнейшая же обработка почвы принесет лишь очень малую или даже нулевую прибавку к урожаю. Каждая последующая обработка вносит все меньший и меньший вклад в увеличение продуктивности земли. Если бы дело обстояло иначе, мировые потребности в зерне могли бы быть удовлетворены путем чрезвычайно интенсивной обработки одного только этого участка земли в 5 гектаров. Фактически, если бы не убывающая отдача, весь мир можно было бы накормить урожаем из одного цветочного горшка.

Закон убывающей отдачи действует также и в несельскохозяйственных отраслях.

Например, в мастерской имеется определенное количество оборудования - токарных, строгальных и шлифовальных станков, пил и т.д. Если бы эта фирма наняла всего одного или двух рабочих, общий объем производства и уровень производительности (объем производства в расчете на одного работника) оказались бы очень низкими. Этим рабочим пришлось бы выполнять множество различных трудовых операций, и в результате были бы утрачены преимущества специализации. Кроме того, всякий раз при переходе рабочего от одной операции к другой, происходила бы потеря рабочего времени, а машины значительную часть времени простоявали бы без дела. Мастерская оказалась бы

недоукомплектованной рабочими, а производство было бы неэффективным из-за избытка капитала по сравнению с трудом.

Эти затруднения исчезли бы при увеличении численности работников. Оборудование при этом использовалось бы более полно, а сами рабочие могли бы специализироваться на выполнении отдельных операций. В результате были бы исключены потери времени при переходе от одной операции к другой.

Таким образом, по мере привлечения дополнительных рабочих на изначально недоукомплектованное персоналом предприятие добавочный, или предельный, продукт, производимый каждым следующим рабочим, будет расти вследствие повышения эффективности производства.

Однако это не может продолжаться до бесконечности. Последующее увеличение численности рабочих приведет к их избытку. Теперь рабочим придется стоять в очереди, ожидая, когда освободится станок, чтобы им можно было воспользоваться; то есть теперь недозагруженными окажутся рабочие. Общий объем производства будет расти замедляющимися темпами, так как при фиксированных производственных мощностях по мере найма дополнительных работников на каждого рабочего приходится все меньшее количество оборудования. В результате дальнейшего укомплектования предприятия персоналом добавочный, или предельный, продукт, производимый каждым дополнительным работником, будет сокращаться. Теперь в пропорциях между трудом и фиксированным объемом капитального оборудования доля труда преобладает. При продолжающемся увеличении численности занятых может возникнуть крайняя ситуация, когда рабочие займут все свободное пространство на предприятии, и тогда производство вовсе остановится.

Обратите внимание, что **ЗУОП опирается на предпосылку**, согласно которой *все единицы переменных ресурсов* — в нашем примере рабочие — *обладают одинаковым качеством*. Предполагается, что каждый последующий рабочий имеет такие же умственные способности,

координацию движений, образование, профессиональную подготовку и трудовой опыт, как и остальные. *Предельный продукт убывает* не из-за того, что последующие работники уступают своим предшественникам в качественном отношении, а из-за того, что *возрастает численность занятых относительно размеров предприятия и количества имеющегося оборудования*.

2.3.6. Издержки в долгосрочном периоде

В течение достаточно продолжительного периода времени и отрасль в целом, и входящие в нее отдельные фирмы способны внести все желательные изменения в структуру используемых ресурсов. Фирма в состоянии изменить производственные мощности: она может построить более крупный завод или, наоборот, сократить свои производственные площади. Отрасль также может изменить свои масштабы: долгосрочный период охватывает достаточно продолжительное время, чтобы новые фирмы сумели вступить в отрасль, а уже существующие – покинуть ее.

В долгосрочном периоде объем продукции изменяется и за счет изменения производственной мощности. Следовательно, все издержки являются переменными. ЗУОП в данном случае не действует, однако динамика средних совокупных издержек здесь не линейна – рисунок 17. Графически это выражается в бесконечном количестве кривых краткосрочных средних общих издержек, что показано на рисунке 17. Наименьшие средние общие издержки при всех возможных объемах производства представлены долгосрочной кривой этих издержек АС. Она проходит по касательной к теоретически бесконечному числу краткосрочных кривых, а не складывается из их участков. Таким образом, кривая выбора выглядит не ломаной, а достаточно плавной.

Средние издержки в долгосрочном периоде имеют минимум, однако причины не связаны с действием ЗУОП. Если число возможных размеров предприятия очень велико, то кривая долгосрочных средних издержек

оказывается практически плавной. Вогнутая дугообразная форма кривой объясняется тем, что положительный эффект масштаба сменяется отрицательным эффектом масштаба.

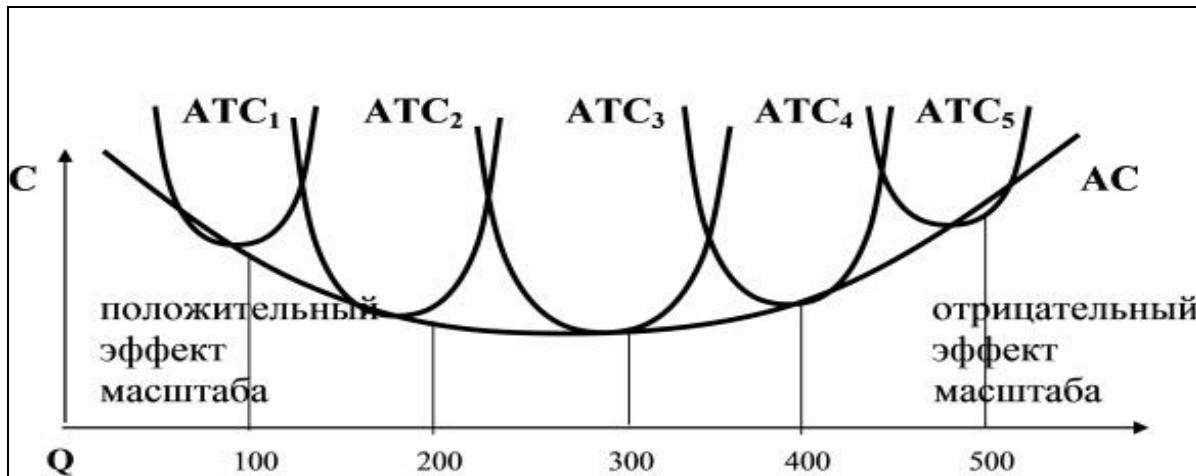


Рисунок 17 – Динамика средних совокупных издержек в долгосрочном периоде

Положительный эффект масштаба, или экономия за счет масштабов деятельности (это явление еще называют эффектом массового производства), объясняет нисходящую часть кривой долгосрочных средних общих издержек – рис. 17.

Если положительный эффект масштаба исчерпывается довольно быстро, а отрицательный не проявляется до достижения чрезвычайно больших объемов производства, то долгосрочные средние общие издержки остаются неизменными на весьма продолжительном интервале горизонтальной оси, отражающей объем производства – рис. 18.

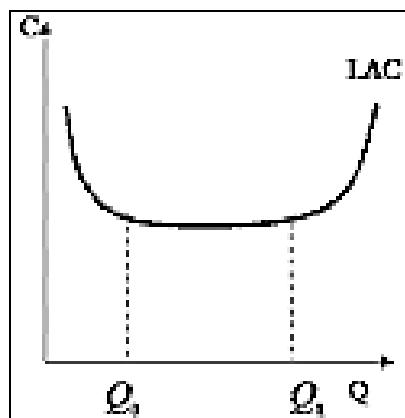


Рисунок 18 – Быстрое исчерпание эффекта масштаба и долгое непоявление отрицательного эффекта

Если положительный эффект масштаба относительно устойчив и продолжителен, а отрицательный - отложен во времени, то кривая средних общих издержек понижается на продолжительном интервале горизонтальной оси, отражающей объем производства – рис. 19.

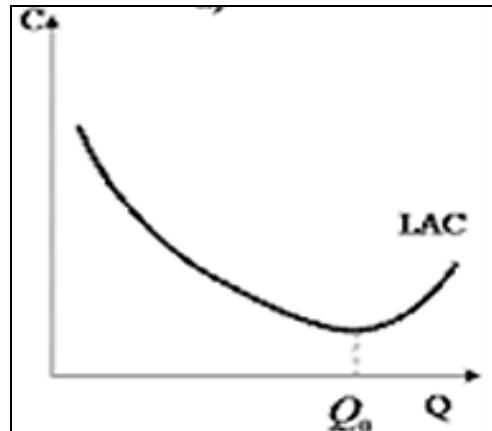


Рисунок 19 – Относительно устойчивый эффект масштаба

Если положительный эффект масштаба быстро исчерпывается и незамедлительно сменяется отрицательным эффектом, то минимальные удельные издержки достигаются при относительно малом объеме производства – рис. 20.

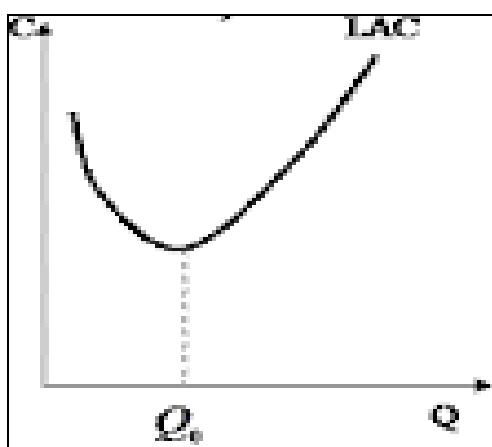


Рисунок 20 – Быстрое исчерпание эффекта масштаба и быстрое появление отрицательного эффекта

По мере роста размеров предприятия вступает в действие ряд факторов, ведущих к снижению средних издержек производства.

1. Специализация труда. Расширение размеров предприятия способствует усилинию специализации труда. Наем дополнительных

работников означает, что функции могут быть поделены между ними все более и более дробно. Вместо того чтобы выполнять одновременно по нескольку различных производственных операций, каждый рабочий может теперь ограничиться одной-единственной функцией. В течение всего рабочего дня он может быть занят именно той операцией, для выполнения которой наилучшим образом подходят его квалификация и навыки. На маленьких предприятиях квалифицированные работники нередко тратят до половины своего времени на выполнение заданий, не требующих никакой квалификации, что, разумеется, сопряжено с более высокими издержками производства.

Кроме того, возможность разделения трудовых операций, которую обеспечивает крупномасштабная деятельность, позволяет работникам достичь высокого профессионализма в выполнении возложенных на них функций. «Мастер на все руки», обремененный пятью или шестью трудовыми операциями, едва ли сумеет в полной мере освоить каждую из них. Получив же возможность сосредоточиться на одной операции, тот же самый работник сможет трудиться гораздо производительнее. Наконец, более высокий уровень специализации труда исключает потери времени на переход работников от одного задания к другому.

2. Специализация управленческого персонала.

Крупномасштабное производство позволяет также лучше использовать труд управляющих благодаря его более глубокой специализации. Руководитель, способный управлять 20 рабочими, окажется недозагружен на малом предприятии, располагающем всего десятком работников. В данном случае производственный персонал предприятия можно было бы удвоить без увеличения затрат на содержание административного аппарата.

К тому же малые фирмы не способны использовать труд специалиста-управленца надлежащим образом. На маленьком предприятии специалист по сбыту может оказаться вынужденным делить свое время

между различными областями управленческой деятельности - например, маркетингом, управлением трудовыми ресурсами и финансами. Расширение масштаба операций означает, что специалист по маркетингу сможет полностью посвятить себя контролю за сбытом и распределением продукции, тогда как для выполнения других управленческих функций будут дополнительно привлечены соответствующие специалисты. В конечном счете это приведет к повышению эффективности и снижению удельных издержек производства.

3. Эффективное использование капитала. Малые фирмы зачастую неспособны применять наиболее эффективное с технологической точки зрения производственное оборудование. Станки для производства многих видов продукции предлагаются на продажу лишь в очень крупных и крайне дорогостоящих комплектах. Более того, эффективное использование этого машинного оборудования требует значительных объемов производства. Значит, только крупные производители могут позволить себе приобрести и эффективно эксплуатировать лучшее оборудование.

Так, в автомобилестроении наиболее совершенные методы производства предполагают использование на сборочных линиях робототехники и сложнейшего оборудования. Эффективная эксплуатация этого оборудования требует, по некоторым оценкам, объема производства от 200 тыс. до 400 тыс. автомобилей в год. Только очень крупные производители обладают возможностями купить и достаточно эффективно использовать такое оборудование. Мелкие же производители мечутся между двух огней. Производство автомобилей на другом оборудовании неэффективно и, следовательно, сопряжено с более высокими удельными издержками. Однако и альтернативный вариант - приобретение наиболее эффективного оборудования и недозагрузка его из-за малого объема производства — также неэффективен.

4. Производство побочных продуктов. Крупный производитель располагает более широкими возможностями для производства побочной продукции, чем малая фирма. Большой мясокомбинат изготавливает клей, удобрения, лекарственные препараты и множество других продуктов из тех отходов, которые более мелкий производитель выбросил бы за ненадобностью.

5. Другие факторы. Производство многих продуктов требует затрат на их проектирование, конструирование и разработку, а также некоторых иных «пусковых» затрат, которые приходится нести безотносительно к предполагаемым продажам. Эти затраты в расчете на единицу продукции сокращаются по мере расширения производства. Точно так же расходы на рекламу в расчете на один автомобиль, компьютер, музыкальный центр или ящик пива снижаются с увеличением выпуска этих продуктов.

Все эти технологические факторы — более высокий уровень специализации производственного и управленческого труда, возможность использовать наиболее эффективное оборудование и производить побочную продукцию и др. — способствуют снижению удельных издержек у тех производителей, которые способны расширять масштабы операций. К этому можно подойти и иначе: увеличение количества занятых ресурсов, скажем, на 10% повлечет за собой более чем пропорциональный прирост производства — допустим, на 20%. А это неизбежно приведет к снижению средних общих издержек.

Фирмы, которым удалось развернуть свои операции настолько, чтобы достичь экономии за счет массового производства, выжили и процветают. Те же, что оказались неспособны к росту, несут большие производственные издержки и постоянно пребывают на грани разорения, а то и вовсе прекратили свое существование.

Отрицательный эффект масштаба. Однако со временем расширение предприятия может привести к увеличению затрат и, следовательно, к росту удельных издержек производства.

Основная причина отрицательного эффекта масштаба кроется в *проблемах управления, связанных с организацией эффективной системы контроля и координации операций фирмы*, когда она становится крупным производителем. На малом предприятии один-единственный руководитель в состоянии принимать все основные деловые решения. Благодаря небольшому размеру фирмы такой руководитель тесно связан непосредственно с производственным процессом, хорошо знаком со всеми операциями фирмы в целом, с легкостью воспринимает текущую информацию, полученную от подчиненных, и на этой основе способен принимать четкие и эффективные решения.

Однако эта благополучная картина меняет свои очертания по мере увеличения размеров фирмы. Между руководством и непосредственным производственным процессом возникает множество новых уровней управления, так что высший менеджмент все больше отдаляется от реальной повседневной деятельности фирмы.

На крупномасштабном предприятии один человек уже не в состоянии собрать, усвоить и обобщить всю информацию, необходимую для принятия толковых и обоснованных решений. Руководителю приходится передавать властные полномочия бесконечному числу вице-президентов, вторых вице-президентов и дальше - на более низкие уровни. Разрастаниеправленческой иерархии вширь и вглубь порождает трудности обмена информацией, проблемы координации различных направлений деятельности, бюрократические препоны и весьма реальную вероятность того, что решения, принимаемые управляющими разных уровней, будут противоречить друг другу. К тому же все это чревато задержками в принятии важных решений, из-за которых фирме не удается быстро реагировать на изменения потребительского спроса или технологии производства. А в результате страдает эффективность и растут средние общие издержки.

Кроме того, на массовом производстве работники зачастую чувствуют себя отчужденными от результатов своего труда и потому не слишком интересуются эффективностью производства. Да и возможности уклоняться от работы - пренебрегать своими обязанностями и устраивать «перекуры» в течение рабочего дня - куда шире на крупном предприятии, чем на малом. И там, где условия благоприятствуют такому отчуждению и уклонению от работы, может потребоваться дополнительный персонал для надзора за работниками, что, разумеется, ведет к увеличению издержек.

И опять, иным образом это можно выразить так: увеличение объема всех занятых ресурсов, скажем, на 10% приведет к непропорциональному росту производства, скажем, на 5%, вследствие чего средние общие издержки повышаются. Отрицательный эффект масштаба отражает восходящая часть кривой долгосрочных издержек на рисунке 17

Примеры действия эффекта масштаба

Необходимо сравнить цены на базовые учебники (для начинающих) с ценами специальных книг, предназначенных для углубленного изучения того или иного предмета. Учебник по основам экономики, рассчитанный на два семестра, стоит немногим дороже, а порой и дешевле, чем углубленный сложный учебник, рассчитанный на один семестр. Однако это истинная правда, несмотря на то что первый может оказаться страниц на 200 толще, да к тому же еще и многоцветным, а второй - средним по объему черно-белым изданием. В этом проявляется *положительный эффект масштаба*. Затраты на оформление, редактирование, печать при издании вводного и углубленного учебников мало чем различаются по величине - печатается ли 5 тыс. экземпляров (специальный учебник) или 100 тыс. экземпляров (вводный курс). Но затраты на базовый учебник распределяются на значительно большее число произведенных единиц, а это означает более низкие удельные издержки и относительно низкую цену одной книги.

Руководители крупных корпораций говорят о реальных проявлениях *отрицательного эффекта масштаба*. Бывший президент General Motors (GM) подтверждает это на примере отделения компании, производящего модель «шевроле»: «Chevrolet — это такое гигантское чудовище, что вы можете сколько угодно месяцев держать его за хвост, но еще многие месяцы на другом его конце ничего не произойдет. Оно настолько огромное, что по-настоящему управлять им нет никакой возможности. Вам остается только следовать за ним по пятам».

Об аналогичном наблюдении «изнутри» рассказал и бывший вице-президент General Motors: «Одну из основных... проблем составляла деятельность производственного персонала. Он был задавлен многослойным аппаратом управления. Директор завода отчитывался перед управляющим на уровне города, который отчитывался перед региональным управляющим, который отчитывался перед управляющим всеми заводами компании, который отчитывался уже только передо мной, генеральным директором. В результате директор одного из заводов Chevrolet, расположенного в ближайшей ко мне восточной части Детройта, всего в нескольких милях от моего офиса, оказывался от меня на расстоянии нескольких световых лет, если судить по протяженности каналов управленческой отчетности».

В последние годы General Motors - крупнейшая в мире корпорация - столкнулась с сокращением своей доли рынка и острой проблемой роста издержек (в сравнении с конкурентами). Затраты на оплату труда в GM в расчете на один автомобиль почти на 800 дол. больше, чем у компании Ford, и на 500 дол. превышают соответствующие издержки Chrysler. Для преодоления отрицательного эффекта масштаба GM предоставила каждому из своих отделений (Chevrolet, Buick, Pontiac, Oldsmobileu Cadillac) значительно большую самостоятельность в принятии решений в области дизайна, проектирования и инженерной разработки, а также маркетинга своей продукции. Цель этой меры - сократить число звеньев в

цепочке управления, через которую должно проходить каждое решение, с тем чтобы отделения могли быстрее и более точно реагировать на изменения технологии и потребительских вкусов. Для производства новой модели «сатурн» GM создала специальную компанию. А в конце 1994 г. GM объявила об организации групп по производству автомобилей разных типов - малолитражек, машин средних классов, автомобилей «люкс»; этот шаг был предпринят ради снижения издержек и максимального сокращения времени, необходимого для поставки на рынок новых автомобилей.

2.3.7. Анализ «затраты – объем – прибыль»

Анализ «затраты – объем – прибыль» или операционный анализ, или анализ безубыточности (CVP – с англ. costs-volume-profit) имеет цель отслеживания зависимости финансовых результатов бизнеса от издержек и объемов производства – рис. 21.

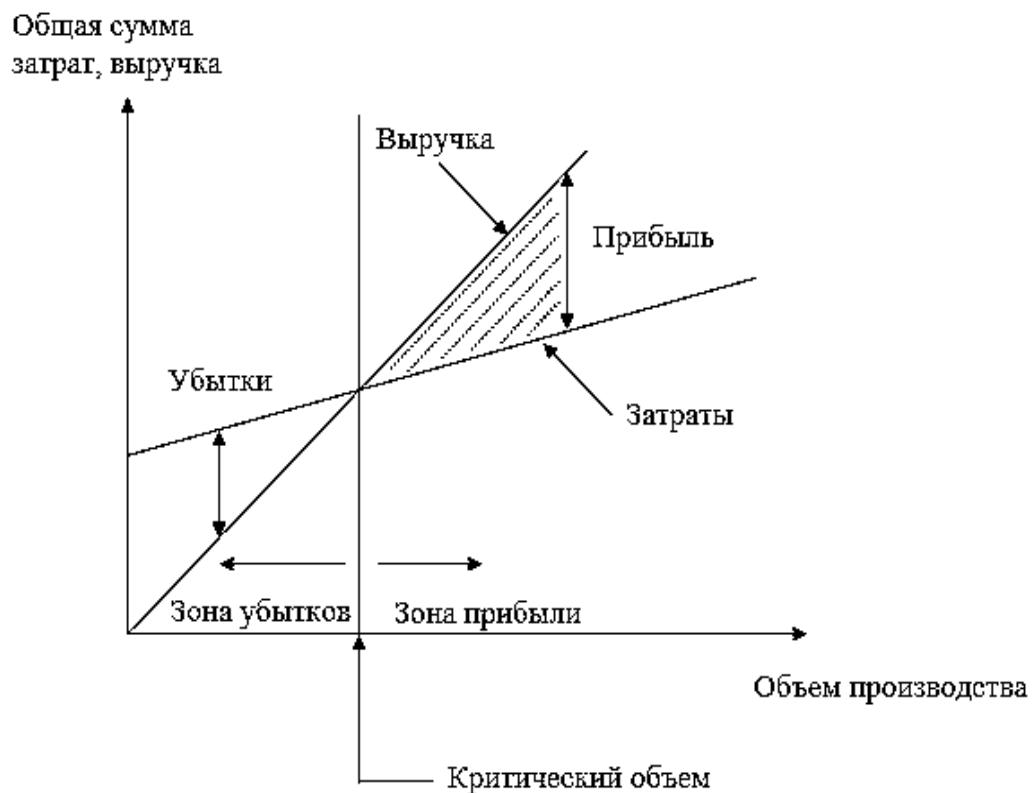


Рисунок 21 – Анализ «затраты – объем – прибыль» (операционный анализ, CVP)

Анализ позволяет оценить предпринимательский риск предприятия, который выражается в возможном недополучении прибыли в результате:

- 1) неустойчивости спроса и цен на готовую продукцию;
- 2) неустойчивость цен на сырье и энергию.

Предпринимательский риск возрастает при увеличении удельного веса постоянных затрат.

Центральными элементами операционного анализа являются:

- 1) маржинальный доход
- 2) порог рентабельности, или точка безубыточности
- 3) маржинальный запас прочности = ((выручка фактическая - выручка пороговая) / выручка фактическая) * 100 %
- 4) операционный рычаг (производственный леверидж)

Маржинальная прибыль (валовая маржа, маржинальный доход)

– разность между ценой продажи и переменными затратами на единицу продукции. Расчет производится по формуле 8:

$$МП = Р - AVC \quad (8)$$

где,

МП – маржинальная прибыль (маржа) на единицу, руб.

Р – цена товаров и услуг, руб.

AVC – удельные переменные затраты, руб.

Сумма маржинальной прибыли – это разница между выручкой и общей суммой переменных затрат. Она показывает постоянные затраты предприятия и обеспечивает прибыль. Расчет производится по формуле 9:

$$\Sigma МП = TR - TVC \quad (9)$$

где,

$\Sigma МП$ – сумма маржинальной прибыли, руб.

TR – выручка, руб.

TVC – объем переменных издержек производства, руб.

Критический объем (точка безубыточности ТБУ в натуральном выражении) – это такой объем производства, при котором выручка от реализации точно равна затратам на производство и реализацию продукции. Расчет производится по формуле 10.

$$Q_{\text{кр}} = \text{ТБУ}_{\text{нат}} = \frac{TFC}{P - AVC} = \frac{TFC}{\text{МП}} \quad (10)$$

где,

$Q_{\text{кр}}$ – объем производства, при котором выручка от реализации точно равна затратам на производство и реализацию продукции, шт.

$\text{ТБУ}_{\text{ден}}$ – точка безубыточности в натуральном выражении, шт.

TFC – объем постоянных издержек производства, руб.

P – цена товаров и услуг, руб.

AVC – удельные переменные затраты, руб.

$MП$ – маржинальная прибыль (маржа) на единицу, руб.

Зная количество товаров, можно рассчитать **точку безубыточности в денежном эквиваленте (порог рентабельности)** по формуле 11:

$$\text{ПР} = \text{ТБУ}_{\text{ден}} = Q_{\text{кр}} * P \quad (11)$$

где,

$\text{ТБУ}_{\text{ден}}$ – точка безубыточности в денежном выражении, руб.

ПР – порог рентабельности, руб.

$Q_{\text{кр}}$ – объем производства, при котором выручка от реализации точно равна затратам на производство и реализацию продукции.

P – цена товаров и услуг, руб.

Порог рентабельности (ПР) – это такая выручка от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не получает прибыли. Такая выручка соответствует критическому объему производства, при этом маржинальная прибыль покрывает только постоянные затраты.

Так же порог рентабельности может быть рассчитан и по формуле 12 через коэффициент маржинальной прибыли.

$$\text{ПР} = \frac{TFC}{k_{\text{МП}}} \quad (12)$$

где,

ПР – порог рентабельности, руб.

TFC – объем постоянных издержек производства, руб.

$k_{\text{МП}}$ – коэффициент маржинальной прибыли.

Коэффициент маржинальной прибыли $k_{\text{МП}}$ показывает, как маржинальная прибыль соотносится с объемом реализации – формула 13.

$$k_{\text{МП}} = \frac{P - AVC}{P} \quad (13)$$

где,

$k_{\text{МП}}$ – коэффициент маржинальной прибыли.

P – цена товаров и услуг, руб.

AVC – удельные переменные затраты, руб.

Запас финансовой прочности (ЗФП) показывает, насколько может понизиться объем производства (и продаж), прежде чем предприятие понесет убытки – формула 14.

$$\text{ЗФП} = TR - \text{ПР} \quad (14)$$

где,

TR – выручка, руб.

ПР – порог рентабельности, руб.

Действие операционного (производственного, хозяйственного) рычага проявляется в том, что любое изменение выручки от реализации всегда порождает более сильное изменение прибыли – формула 15.

$$\text{Сила воздействия OP} = \frac{TR - TVC}{TR - TVC - TFC} = \frac{\Sigma \text{МП}}{\Delta Pf \text{ до н/о}} \quad (15)$$

где,

TR – выручка, руб.

TFC – объем постоянных издержек производства, руб.

TVC – объем переменных издержек производства, руб.

ΣMP – сумма маржинальной прибыли, руб.

$\Delta Pf_{\text{до н/о}}$ – прибыль до налогообложения, операционная прибыль.

Сила воздействия операционного рычага указывает на степень предпринимательского риска предприятия. Она зависит от уровня постоянных затрат предприятия и объемов реализации. Чем ближе к точке безубыточности, тем больше сила воздействия.

ТЕМА 2.4. ЧЕТЫРЕ МОДЕЛИ РЫНКА

2.4.1. Рыночная структура

Рыночная структура – это совокупность свойств и характеристик рынка. Определить тип рыночной структуры можно по следующим характеристикам – рис. 22.

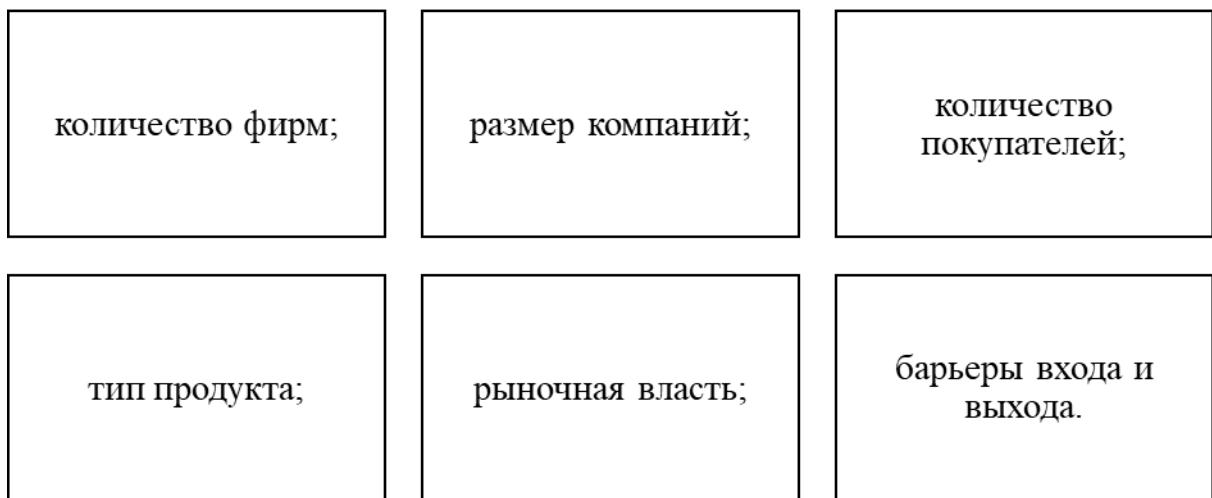


Рисунок 22 – Характеристики рыночных структур

Количество фирм и покупателей – это общее количество участников рынка. Чем больше фирм, тем выше в ней конкуренция, но ниже барьер входа.

Размер компаний – развитость предприятия по количеству капитала, объемов продаж и другим показателям.

Тип продукта:

1) Однородный продукт — это товар или услуга, которая может быть заменена на аналогичную продукцию.

2) Дифференцированный продукт — это товар или услуга, который схож с аналогичными продуктами лишь по некоторым характеристикам. Такой товар не является полноценным заменителем, но может быть лучше по другим характеристикам, например, упаковке.

3) Уникальный продукт — это товар или услуга, где отсутствуют заменители.

Рыночная власть — это доля рынка, которая доступна компаниям на рынке. При маленькой рыночной власти барьеры входа выше и наоборот при маленькой рыночной власти.

Барьер входа — это степень сложности открытия бизнеса и начала деятельности в отрасли. Чем ниже барьеры входа, тем легче начать бизнес и получить первую выручку.

Барьеры выхода — степень сложности закрытия бизнеса или его продажи. Чем выше барьер выхода, тем сложнее продать бизнес на рынке.

Основные типы рыночных структур – рис.23:

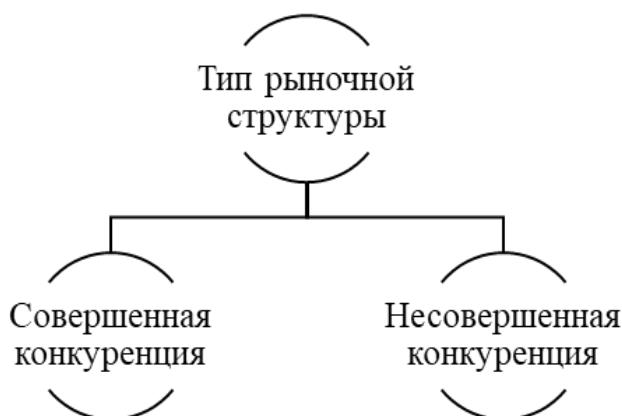


Рисунок 23 – Тип рыночной структуры

Несовершенная конкуренция:

- 1) монополистическая конкуренция;
- 2) олигополия;
- 3) чистая монополия.

Экономисты различают четыре довольно несхожие ситуации на рынке – рис. 24:

Эти четыре модели рынка различаются, во-первых, числом фирм в отрасли, во-вторых, тем, какая продукция производится — стандартизированная или многообразная, и, в-третьих, тем, легко ли или трудно новым фирмам вступить в отрасль.

Основные характеристики четырех моделей рынка:

1. В условиях **чистой конкуренции** в отрасли одновременно действует очень большое число фирм, производящих стандартизованный продукт (на пример, пшеницу или арахис). Новые фирмы могут легко войти в отрасль.

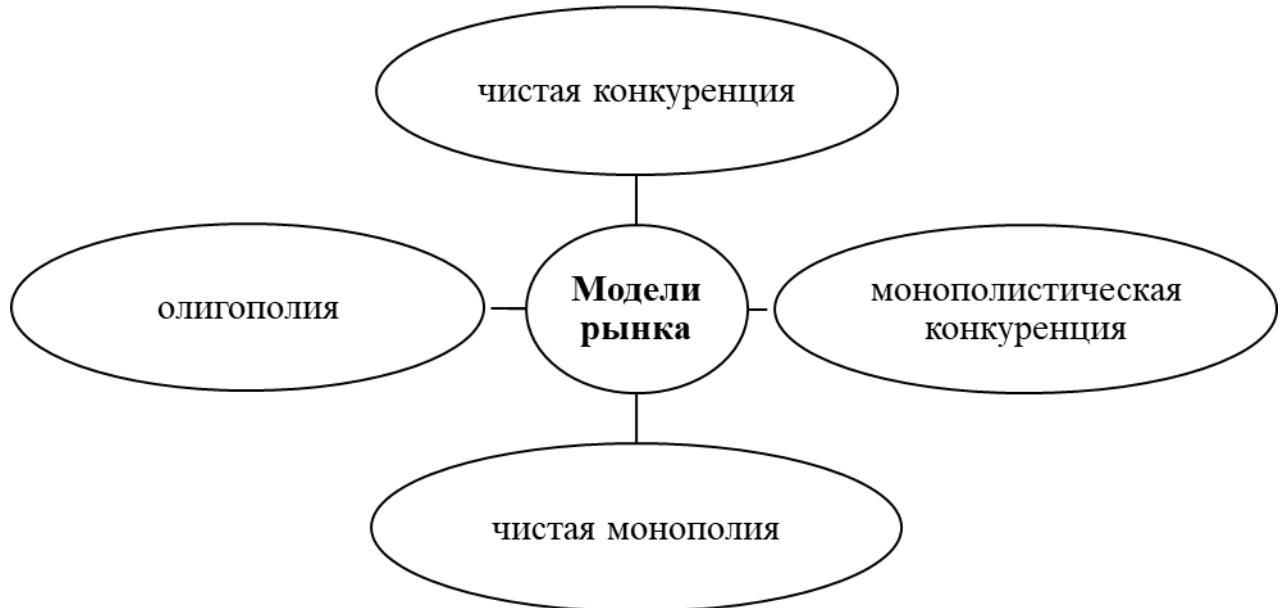


Рисунок 24 – Четыре модели рынка

2. На другом полюсе — **чистая монополия**, которая представляет собой рынок, где одна фирма является единственным продавцом продукта или услуги (такова, например, местная энергетическая компания). Проникновение в отрасль других фирм заблокировано, так что существующая там фирма и составляет всю отрасль. Поскольку в отрасли производится только один продукт, очевидно, что здесь отсутствует дифференциация продукции.

3. **Монополистическая конкуренция** характеризуется сравнительно большим числом продавцов, которые производят многообразные продукты (женскую обувь, мебель, книги). Дифференциация служит основой для успешного продвижения товаров на рынок и обновления ассортимента. Вступить в отрасль с монополистической конкуренцией довольно просто.

В таблице 5 представлена краткая характеристика 4 моделей рынка.

Таблица 5 – Характеристика моделей рынка

Признаки	Модели рынка			
	Чистая конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Число фирм	Очень много	Много	Несколько	Одна
Тип продукта	Стандартизованный	Дифференцированный	Стандартизованный или дифференцированный	Уникальная, нет близких заменителей
Контроль над ценой	Отсутствует	Возможен, но в довольно узких рамках	Ограниченный взаимной зависимостью, значительной при тайном сговоре	Значительный
Условия вступления в отрасль	Очень легкие, препятствия отсутствуют	Сравнительно легкие	Существенно затруднены	Блокировано
Нечленовая конкуренция	Отсутствует	Значительный упор на рекламу, товарные знаки, торговые марки и т.д.	Очень распространена, особенно при дифференциации продукта	Главным образом реклама и отношения с общественностью
Примеры	Сельское хозяйство (пшеница)	Розничная торговля, производство одежды, обуви	Производство стали, автомобилей, сельскохозяйственного инвентаря, многих бытовых электроприборов	Местные предприятия коммунального хозяйства, РЖД

4. **Олигополия** отличается небольшим числом продавцов, и эта «немногочисленность» означает, что решения отдельных фирм о

ценообразовании и определении объемов производства являются взаимозависимыми. Каждая фирма испытывает на себе влияние решений, принимаемых ее конкурентами, и должна учитывать эти решения в своем собственном поведении, устанавливая цены и планируя производство. В подобных отраслях могут выпускаться стандартизованные (например, сталь или алюминий) или многообразные продукты (автомобили и компьютеры). Как правило, вступление в олигополистические отрасли - дело очень сложное.

2.4.2. Рынок совершенной конкуренции

Чистая конкуренция представляет собой такую рыночную структуру, когда многочисленные, независимо действующие производители продают однородную (идентичную, стандартизованную) продукцию многочисленным покупателям на рынке, не защищенном никакими барьерами для входа и выхода.

Характеристики рынка совершенной конкуренции – чистой конкуренции:

1. *Очень большое число фирм.* Основной чертой чисто конкурентного рынка является наличие огромного множества независимо действующих продавцов, обычно предлагающих свои продукты на высокоорганизованном рынке. Примером служат рынки сельскохозяйственной продукции, фондовая биржа и рынок иностранных валют.

2. *Стандартизованный продукт.* Конкурирующие фирмы производят стандартизированную, или однородную, продукцию. При данной цене потребителю безразлично, у какого продавца покупать продукт. На конкурентном рынке продукты фирм В, С, D, Е и т.д. рассматриваются покупателем как точные аналоги продукта фирмы А. Вследствие стандартизации продукции отсутствуют основания для

неценовой конкуренции, то есть конкуренции на базе различий в качестве продукции, рекламе или стимулировании сбыта.

3. *Принимающие цену.* На чисто конкурентном рынке самостоятельным фирмам доступен весьма незначительный контроль над ценой своего продукта. Это свойство - следствие двух предшествующих. В условиях чистой конкуренции каждая фирма производит настолько небольшую часть общего объема продукции, что ее увеличение или уменьшение не окажет ощутимого влияния на совокупное предложение и, следовательно, цену продукта.

Допустим, в отрасли действуют 10 тыс. конкурирующих фирм, каждая из которых выпускает по 100 единиц продукта. Совокупное предложение, таким образом, составляет 1 млн единиц. Теперь предположим, что одна из этих 10 тыс. фирм сокращает свое производство до 50 единиц. Скажется ли это на цене? Нет. И причина ясна: сокращение выпуска одной фирмой оказывает почти незаметное воздействие на совокупное предложение — точнее, общая величина предложения уменьшается с 1 млн до 999 950 единиц. Это очевидно недостаточное изменение совокупного предложения, для того чтобы заметно повлиять на цену продукции. Самостоятельный конкурирующий производитель выступает в роли принимающего цену; конкурентная фирма не в состоянии устанавливать рыночную цену, она может только приспосабливаться к ней.

Это означает, что отдельный конкурирующий производитель находится во власти рынка; цена продукта есть заданная величина, на которую производитель не оказывает никакого влияния. Фирма продает свой продукт по одной и той же цене как при большем, так и при меньшем объеме производства. Запрашивать цену выше существующей рыночной бесполезно: покупатели ничего не купят у фирмы по цене 1100 рублей, если ее 9999 конкурентов продают идентичный продукт или его точный заменитель по 1000 рублей за единицу. И наоборот, поскольку фирма А в

состоянии продать сколько угодно своей продукции по 1000 рублей за единицу, у нее нет никаких причин назначать более низкую цену, например, 900 рублей, ведь, поступи она так, это привело бы к сокращению ее прибылей.

4. *Свободное вступление в отрасль и выход из нее.* Новые фирмы могут свободно входить, а существующие фирмы - свободно покидать чисто конкурентные отрасли. В частности, не существует никаких серьезных препятствий - законодательных, технологических, финансовых или других, - которые могли бы помешать возникновению новых фирм и сбыту их продукции на конкурентных рынках.

Чистая конкуренция на практике встречается довольно редко, необходимость анализа состояния рынка обусловлена:

1. Существует несколько отраслей, более близких к конкурентной модели, чем любой другой рыночной структуре. Например, многие особенности сельского хозяйства легче понять, зная, как функционируют конкурентные рынки.

2. Чистая конкуренция представляет собой простейшую ситуацию, к которой применимы понятия «доход» и «издержки», введенные в предыдущих главах. Чистая конкуренция служит ясной многозначной отправной точкой для любого обсуждения вопросов ценообразования и определения объема производства.

3. Функционирование чистой конкурентной экономики дает нам образец, или стандарт, с которым можно сравнивать и по которому можно оценивать эффективность реальной экономики.

Спрос на продукт конкурентного продавца

Поскольку доля каждой конкурентной фирмы в общем объеме предложения незначительна, отдельная фирма неспособна ощутимо воздействовать на рыночную цену, которая устанавливается на основе взаимодействия совокупного спроса и совокупного предложения. Конкурентный производитель не имеет собственной ценовой политики, то

есть возможности регулировать цену. Он скорее может лишь приспосабливаться к рыночной цене, которую вынужден рассматривать как заданную величину, определяемую рынком. Конкурентный продавец выступает в роли принимающего цену, а не того, кто формирует цены.

Следовательно, кривая спроса на продукт отдельного конкурентного производителя совершенно эластична – рис. 25. Фирма не в состоянии добиться более высокой цены, ограничивая объем выпуска; не нуждается она и в более низкой цене для увеличения объема продаж.

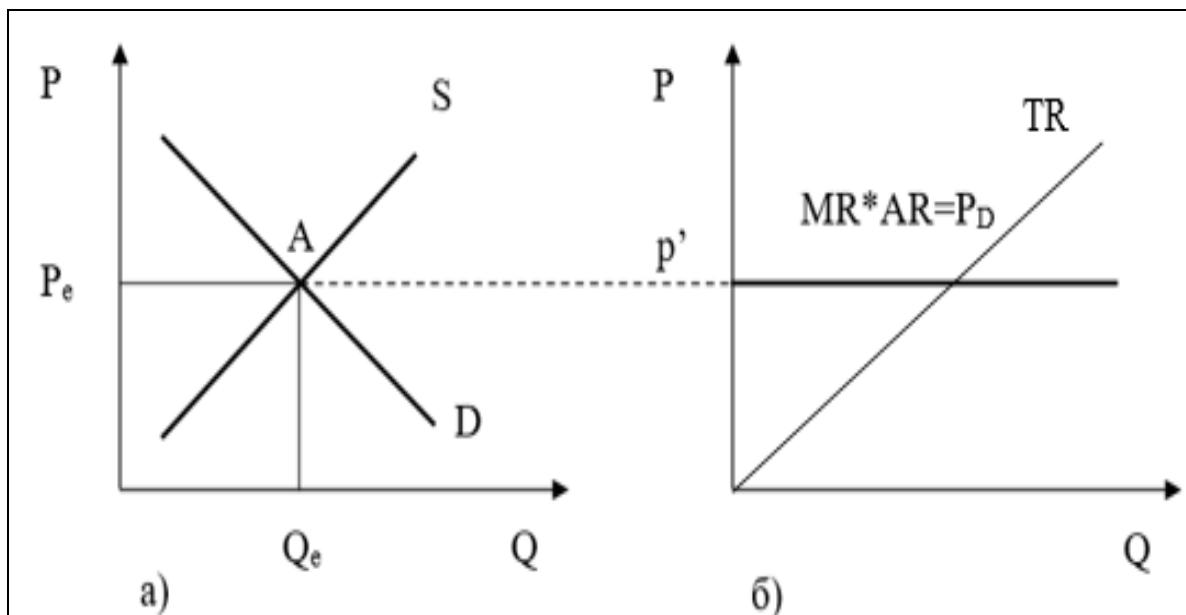


Рисунок 25 – Кривая спроса в условиях чистой конкуренции

В условиях совершенной конкуренции равновесная рыночная цена устанавливается путем взаимодействия рыночного спроса и рыночного предложения, как это представлено на рисунке 25а, и определяет горизонтальную кривую спроса и среднего дохода (AR) для каждой отдельной фирмы 25б.

Поскольку фирма в состоянии продавать дополнительные единицы продукта по неизменной цене, кривая ее предельного дохода (MR) в условиях чистой конкуренции совпадает с кривой ее совершенно эластичного спроса (D) – рис. 25б.

Кривая валового дохода фирмы (TR) имеет вид восходящей прямой – рис. 25б.

Максимизация прибыли в краткосрочной перспективе: два подхода

В краткосрочном периоде производственные мощности конкурентной фирмы фиксированы, и она может максимизировать свои прибыли (или минимизировать убытки), лишь изменяя количество используемых переменных ресурсов (материалов, труда и т.п.). Ее экономическая прибыль определяется как разность между валовым доходом и общими издержками.

Сталкиваясь с заданной рыночной ценой на свой продукт, конкурентный производитель тем самым сталкивается с необходимостью решать для себя три взаимосвязанных вопроса:

1. Следует ли вообще что-либо производить?
2. Если да, то в каком количестве?
3. Какую прибыль (или убыток) это принесет?

На первый взгляд, ответ на вопрос 1 кажется очевидным: «Производить следует, если это сулит прибыль». Но на практике дело обстоит куда сложнее.

В краткосрочном периоде общие издержки фирмы делятся на постоянные и переменные. Постоянные издержки должны быть полностью оплачены даже в том случае, когда фирма уже прекратила свое существование. И если фирма ничего не производит, то в краткосрочном периоде она несет убытки, равные ее постоянным издержкам. Это означает, что, хотя фирма, возможно, не в состоянии получить прибыль ни при каком объеме выпуска, она все же могла бы заниматься производством, если бы ей удалось нести меньшие убытки, чем те постоянные издержки, которые ей так или иначе пришлось бы возмещать в случае закрытия.

Таким образом, правильный ответ на вопрос: «Следует ли вообще что-либо производить?» — должен звучать так: **«В краткосрочном периоде фирме следует заниматься производством, если она способна:**

1) либо получать прибыль;

2) либо нести убыток ниже ее постоянных издержек».

Итак, допустим, фирма будет что-либо производить. Тогда уместно задать второй вопрос: «Сколько продукта должно быть произведено?» Ответ здесь совершенно очевиден: **«В краткосрочном периоде фирме следует производить такой объем продукции, при котором она максимизирует прибыли или минимизирует убытки».**

Существуют два подхода к определению объема производства, при котором конкурентная фирма добивается максимальных прибылей или минимальных убытков.

Первый заключается в *сравнении валового дохода и общих издержек*; второй - в *сравнении предельного дохода и предельных издержек*. Оба подхода применимы не только к чисто конкурентной фирме, но также и к фирмам, действующим в любой из трех других основных рыночных структур.

1. Принцип сопоставления валового дохода с общими издержками (валовый подход):

$$TR - TC = Pf \rightarrow \max \quad (16)$$

где,

TR – Выручка, руб.

TC – Совокупные издержки производства, руб.

Pf – Прибыль, руб.

Прибыли фирмы достигают максимального значения при таком объеме производства, когда валовой доход превышает общие издержки на максимальную величину, то есть $TR - TC = Pf \rightarrow \max$.

Фирма минимизирует свои убытки, производя такой объем продукции, при котором общие издержки превосходят валовой доход на наименьшую величину, то есть $TC - TR \rightarrow \min$.

Однако, если не существует такого объема производства, при котором валовой доход превышает совокупные переменные издержки

($TC > TR$), фирма сводит свои убытки к минимуму, в краткосрочном периоде прекращая свою деятельность (закрываясь).

2. *Принцип сопоставления предельного дохода с предельными издержками (маржинальный подход):*

Альтернативный подход, используемый для принятия решений о том, какой объем продукции конкурентная фирма должна предложить на рынке по любой возможной цене, состоит в определении и сравнении величин, которые каждая дополнительная единица продукта добавляет к валовому доходу и общим издержкам.

Предельный доход (MR , Marginal revenue) – изменение дохода, полученное производителем при увеличении объема проданной продукции на единицу – формула 17.

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} \quad (17)$$

где, MR – предельный доход.

ΔTR – изменение общего дохода (выручки).

ΔQ (в иных источниках ΔTR) – изменение совокупного продукта, объема производства.

Фирме следует сопоставлять предельный доход (MR) и предельные издержки (MC) производства каждой последующей единицы продукта. *Любую единицу продукта, предельный доход от которой превышает связанные с ней предельные издержки, следует производить ($MR > MC$), поскольку от продажи каждой такой единицы фирма получает больше дохода, чем добавляет к издержкам, производя эту единицу.* Следовательно, такая единица продукта увеличивает совокупные прибыли или сокращает убытки.

Точно так же, если предельные издержки производства единицы продукта превышают порождаемый ею предельный доход, фирме

следует отказаться от выпуска этой единицы ($MR < MC$). Она добавит больше к издержкам, чем к доходу; такая единица продукта не окупит себя.

Правило равенства дохода и предельных издержек

$$MR=MC.$$

На начальных стадиях производства, когда объем выпуска относительно невелик, предельный доход обычно (но не всегда) превышает предельные издержки. Следовательно, производить продукт в таких объемах выгодно. Но на последующих стадиях производства, когда объем выпуска относительно велик, растущие предельные издержки со временем превзойдут предельный доход. Очевидно, что для максимизации прибыли следует избегать производства продукта в таких объемах, которые попадают в этот интервал.

Разделяет эти два интервала в объемах производства особая точка, где предельный доход равен предельным издержкам $MR=MC$. Эта точка — ключ к определению объема производства: **фирма максимизирует прибыли или минимизирует убытки, когда ее производство соответствует точке, где предельный доход равен предельным издержкам.**

Мы называем этот основополагающий принцип максимизации прибыли правилом равенства предельного дохода и предельных издержек ($MR = MC$). В большинстве случаев не существует такого выраженного целым числом объема производства, при котором предельный доход и предельные издержки были бы в точности равны. В подобных обстоятельствах фирме следует производить последнюю целую единицу продукта, для которой предельный доход больше предельных издержек.

Три отличительные черты правила $MR=MC$:

1. Правило основано на предпосылке, что *фирма предпочтет производить, нежели закрыться*. Предельный доход должен быть равен средним переменным издержкам или превышать их, в противном случае

фирма сочтет более предпочтительным закрыться, чем производить объем продукции, при котором предельный доход равен предельным издержкам.

2. Правило равенства предельного дохода и предельных издержек является точным ориентиром максимизации прибыли всех фирм, независимо от того, являются ли они чисто конкурентными, монополистическими, монополистически конкурентными или олигополистическими. *Применение правила не ограничивается особым случаем чистой конкуренции.*

3. Применительно к чисто конкурентной фирме правило равенства предельного дохода и предельных издержек можно сформулировать в несколько иной форме. Цена продукта определяется рыночными силами предложения и спроса; и, хотя при данной цене конкурентная фирма может продавать сколь угодно много или сколь угодно мало, она не в состоянии манипулировать самой ценой. Пользуясь специальной терминологией, можно сказать, что кривая спроса на продукт конкурентного продавца или его продаж совершенно эластична к текущей рыночной цене. Вследствие этого цена продукта и предельный доход равны; то есть каждая проданная дополнительно единица продукта добавляет свою цену к валовому доходу. Таким образом, в условиях чистой конкуренции — и **только при чистой конкуренции** — на место предельного дохода в правиле равенства мы можем подставить цену, так что оно будет звучать следующим образом: **чтобы максимизировать прибыли или минимизировать убытки, конкурентной фирме следует придерживаться такого объема производства, при котором цена равна предельным издержкам** ($P=MC=MR$). Это правило равенства цены и предельных издержек ($P = MC$) представляет собой просто частный случай правила равенства предельного дохода и предельных издержек ($MR = MC$).

Рассмотрим ситуацию максимизации прибыли фирмой на рынке совершенной конкуренции – рис. 26.

Оптимальным объемом выпуска, при котором соблюдается равенство $MR=MC$, является Q' . Именно при нем кривая предельных издержек MC пересекает в точке А кривую спроса D , которая при совершенной конкуренции представляет кривую предельной выручки MR .

При выпуске равном Q' величина валовой выручки TR составит $P \cdot Q'$ (площадь соответствующего прямоугольника на нижнем графике и высоту, равную TR' , на верхнем).

Величина средних издержек при выпуске Q' составит ATC' . Соответственно, **общие затраты** будут равны $ATC' \cdot Q'$ (площадь прямоугольника со сторонами ATC' и Q' на нижнем графике и высоту, равную TC' , на верхнем). Разница между значениями TR' и TC' составит **максимально возможную величину прибыли** предприятия.

Точки пересечения TR и TC соответствуют Q_1 и Q_2 – точки безубыточности, в которых фирма получает только нормальную прибыль, а ее экономическая прибыль равна 0.

Следует обратить внимание на то, что прибыль максимизируется, когда углы наклона кривой валовой выручки (α) и валовых издержек (β) равны.

Получение экономической прибыли (экономического убытка) совершенно конкурентной фирмой означает, что экономическую прибыль (убыток) в равной степени получают все предприятия данной отрасли. Они производят абсолютно одинаковые товары, реализуют их по единой цене, используют одну и ту же технологию, что определяет выбор одинаковых размеров производства и равные издержки.

Следовательно, если одна фирма получает прибыль, точно такую же прибыль получают все производители. Наличие экономической прибыли в отрасли свидетельствует, что эта отрасль прибыльнее других. При отсутствии препятствий для входа в отрасль такая ситуация не может быть постоянной. В отрасль придут новые производители, что увеличит общее

рыночное предложения и снизит рыночные цены до уровня, обеспечивающего нулевую экономическую прибыль.

Если же в отрасли существует экономический убыток, капиталы уйдут из нее, сократив рыночное предложение. Результатом этого будет повышение рыночных цен до уровня, обеспечивающего нулевую экономическую прибыль.

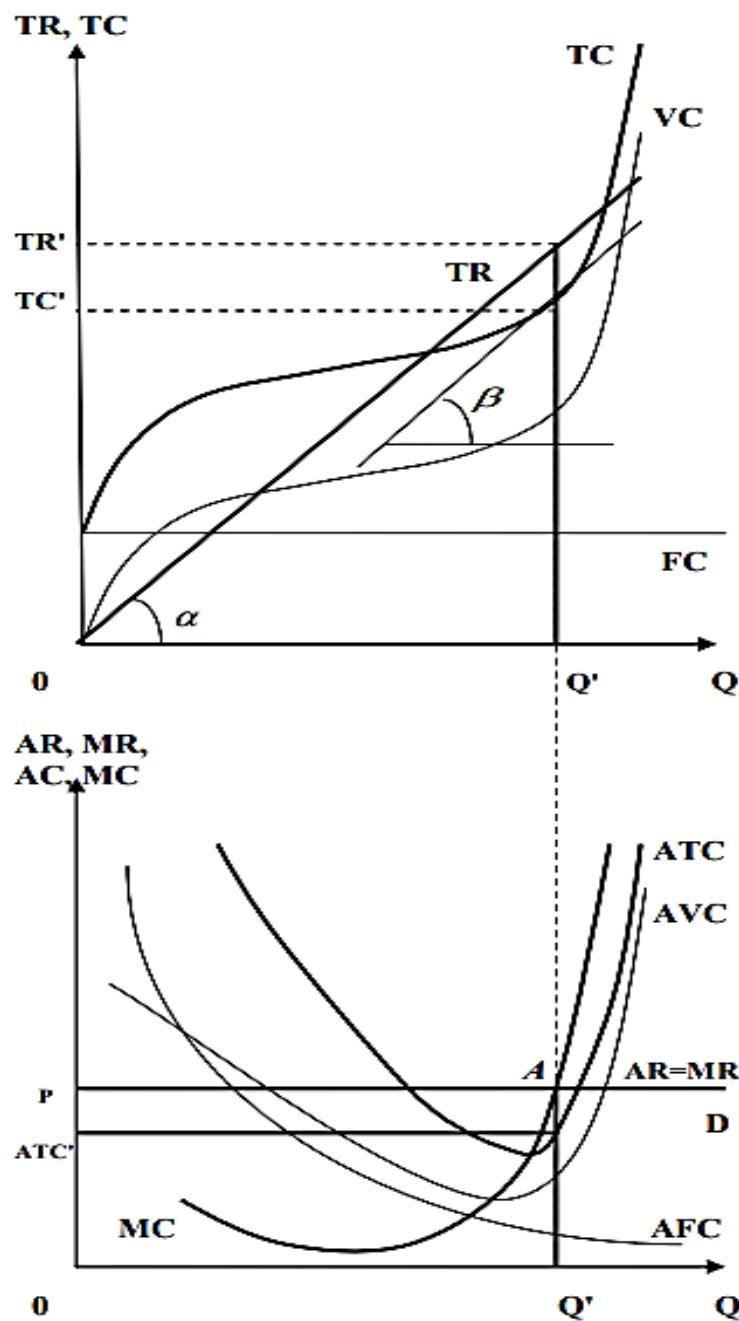


Рисунок 26 – Максимизации прибыли фирмой на рынке совершенной конкуренции

Напомним, что состояние нулевой экономической прибыли не означает отсутствия бухгалтерской прибыли. Оно лишь показывает, что фирмы данной отрасли обеспечивают бухгалтерскую прибыль, равную прибыли в других конкурентных отраслях. Таким образом, **состояние равновесия совершенно конкурентных фирм и всей конкурентной отрасли в долгосрочном периоде характеризуется получением предприятиями нулевой экономической прибыли.**

В этот момент у фирм нет стимула покинуть данную отрасль, а у предприятий других отраслей отсутствуют экономические мотивы войти в нее. Графики их валовых и средних доходов и затрат показывают, что при оптимальном размере выпуска Q' , соответствующем условию равенства предельной выручки и предельных издержек $MR=MC$, значение валовой выручки TR равно значению валовых издержек TC , а средняя выручка AR равна средним издержкам AC – рис. 27.

Чистая конкуренция и эффективность

Независимо от того, к числу каких отраслей относится чисто конкурентная отрасль — с постоянными, возрастающими или сокращающимися издержками, – окончательное положение долгосрочного равновесия каждой входящей в нее фирмы имеет одни и те же основные характеристики. Цена (и предельный доход) установится на уровне, где она равна минимальной величине средних общих издержек. Кривая предельных издержек пересекает кривую средних общих издержек в точке минимума последней, то есть в этой точке предельные и средние общие издержки равны между собой. Таким образом, в положении равновесия «все пребывает в равенстве»: $MR=MC=P=\min ATC$.

Положение долгосрочного равновесия конкурентной фирмы: $P = MC = \min ATC$.

Равенство цены и минимальных средних общих издержек показывает, что фирма использует наиболее эффективную из известных

технологий, назначает на свой продукт самую низкую цену P и производит наибольший объем продукции Q для тех издержек, которые она несет.

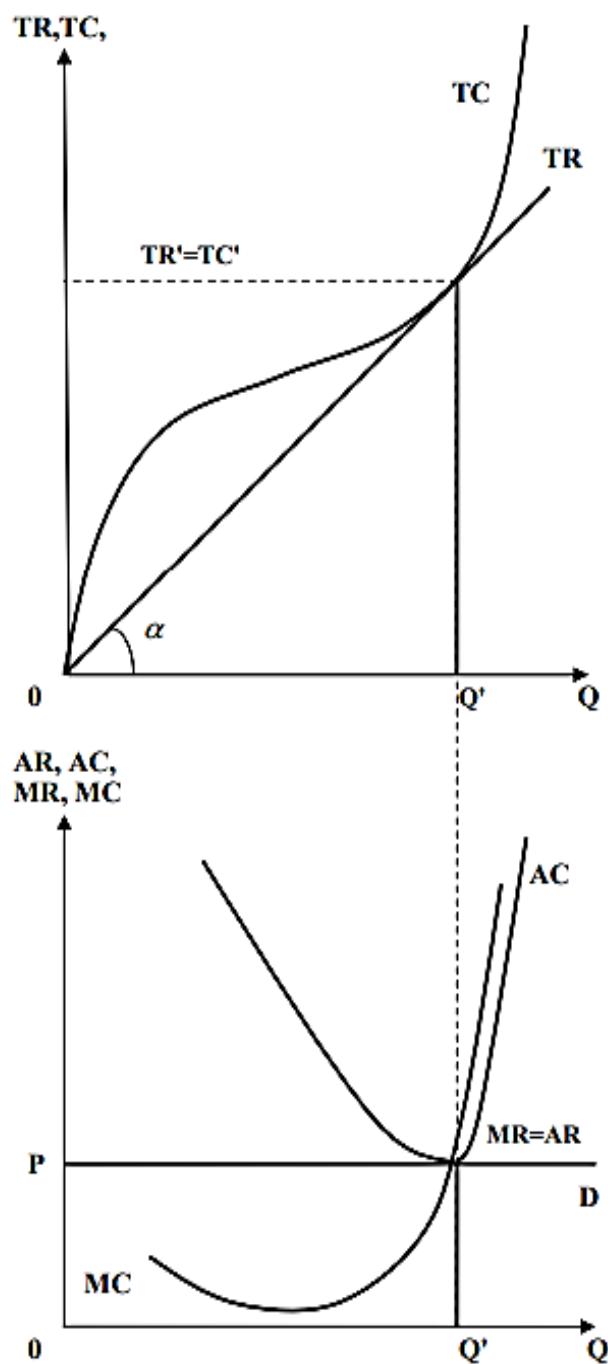


Рисунок 27 – Состояние равновесия совершенно конкурентных фирм и всей конкурентной отрасли в долгосрочном периоде

Равенство цены и предельных издержек указывает, что ресурсы распределены в соответствии с предпочтениями потребителей.

Это тройное равенство говорит о том, что, хотя в краткосрочном периоде конкурентная фирма может извлекать экономическую прибыль или нести убытки, в долгосрочном периоде, осуществляя производство в соответствии с правилом равенства предельного дохода (цены) и предельных издержек, она зарабатывает только нормальную прибыль.

Кроме того, из этого тройного равенства следуют некоторые выводы об эффективности чисто конкурентной экономики - выводы, имеющие важное общественное значение.

Экономисты придерживаются единого мнения, что при определенных оговорках чисто конкурентная экономика представляет собой наиболее эффективный способ использования ограниченных (редких) ресурсов общества. В экономике конкурентных цен ограниченный объем ресурсов, которым располагает общество, распределяется таким образом, чтобы максимально удовлетворить потребности потребителей.

1. Эффективное использование ограниченных ресурсов требует соблюдения двух условий: эффективности распределения ресурсов и эффективности производства.

Эффективность производства требует, чтобы каждый товар, входящий в этот оптимальный ассортимент продуктов, производился наименее дорогостоящим способом: $P = \min ATC$.

В долгосрочной перспективе конкуренция вынуждает фирмы производить такой объем продукта, который приходится на точку минимума средних общих издержек производства, и устанавливать такую цену, которая соответствует этим издержкам. Это, очевидно, наиболее предпочтительная ситуация для потребителей. Она означает, что фирмы должны использовать наилучшую из доступных (наименее затратную) технологию, иначе они не выживут. Другими словами, в производстве любого данного количества продукта используется минимум ресурсов.

Для достижения эффективности распределения ресурсов они должны быть распределены между фирмами и отраслями таким образом, чтобы обеспечить производство определенного ассортимента продуктов, которые более всего нужны обществу (потребителям). Эффективность распределения ресурсов достигается, когда невозможно как-либо изменить структуру совокупного продукта, чтобы при этом получать чистую выгоду для общества: $P = MC$.

Но конкурентное производство любого набора товаров не обязательно означает эффективное распределение ресурсов. Производство должно не только быть технологически эффективно, но и создавать «подходящие товары», то есть товары, в которых потребители больше всего нуждаются. Конкурентная рыночная система содействует такому распределению ресурсов, чтобы состав совокупного продукта наилучшим образом соответствовал предпочтениям потребителей.

Недостаточное распределение ресурсов: цена больше предельных издержек ($P > MC$). В условиях конкуренции производство любого продукта осуществляется до того уровня, пока не достигает точки, где цена равна предельным издержкам. Стремящийся к прибыли конкурентный производитель извлекает максимально возможную прибыль, только соблюдая равенство цены и предельных издержек.

Производство, объем которого не достигает точки этого равенства, для самостоятельной фирмы означает получение прибыли ниже максимальной, а для общества — недостаточное распределение ресурсов на этот продукт. Цена, превышающая предельные издержки, свидетельствует о том, что общество оценивает дополнительные единицы X выше, чем альтернативные продукты, которые можно было бы произвести из соответствующих ресурсов.

Чрезмерное распределение ресурсов: цена меньше предельных издержек ($P < MC$). По схожим причинам производство продукта X не должно превосходить уровень, при котором цена равна предельным

издержкам. Производство сверх этого объема для производителя означало бы получение прибыли ниже максимальной, а для общества — чрезмерное распределение ресурсов на продукт X. Производить продукт X в количестве, соответствующем какой-либо точке, где предельные издержки превосходят цену продукта, или предельную выгоду от него, - значит использовать на него ресурсы в ущерб альтернативным продуктам, которые общество ценит выше, чем дополнительные единицы X.

В условиях чистой конкуренции производитель, побуждаемый прибылью, будет производить каждый продукт вплоть до того объема, который соответствует точке, где цена (предельная выгода) и предельные издержки равны. Это означает, что в условиях конкуренции ресурсы распределяются эффективно. Каждый товар производится до точки, в которой издержки последней единицы равны издержкам альтернативных товаров, которыми пожертвовали, осуществляя его производство.

2. Динамические приспособления. Еще одно свойство рынков с чистой конкуренцией состоит в способности восстанавливать эффективность использования ресурсов, когда ее нарушают динамические изменения в экономике.

Прибыльность позволяет отрасли переманить ресурсы из тех областей, где они в настоящее время не столь остро нужны. Высокоэффективное распределение ресурсов, которому содействует экономика с чистой конкуренцией, достигается потому, что фирмы и поставщики ресурсов свободно стремятся к достижению личной выгоды.

В конкурентной рыночной системе действует «невидимая рука». В конкурентной экономике фирмы используют ресурсы до тех пор, пока дополнительные или предельные издержки производства не оказываются равными цене продукта. Это не только максимизирует прибыли самостоятельных производителей, но и одновременно создает такую структуру распределения ресурсов, которая максимизирует удовлетворение потребителей. *Конкурентная рыночная система приводит*

частные интересы продавцов в полное соответствие с интересами общества в том, что касается эффективного использования ограниченных (редких) ресурсов.

Маржинальный анализ краткосрочного равновесия конкурентной фирмы

Кривая предложения фирмы совершенного конкурента в краткосрочном периоде совпадает с участком кривой предельных издержек фирмы, располагающимся выше точки пересечения кривой предельных издержек фирмы с кривой средних переменных издержек – рисунки 28-30.

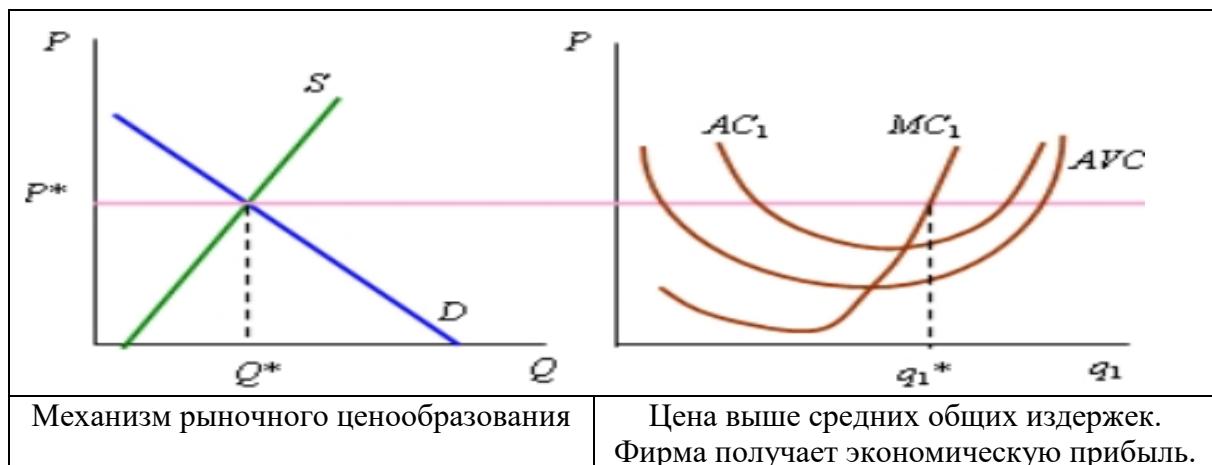


Рисунок 28 – Маржинальный анализ краткосрочного равновесия конкурентной фирмы $P > ATC$

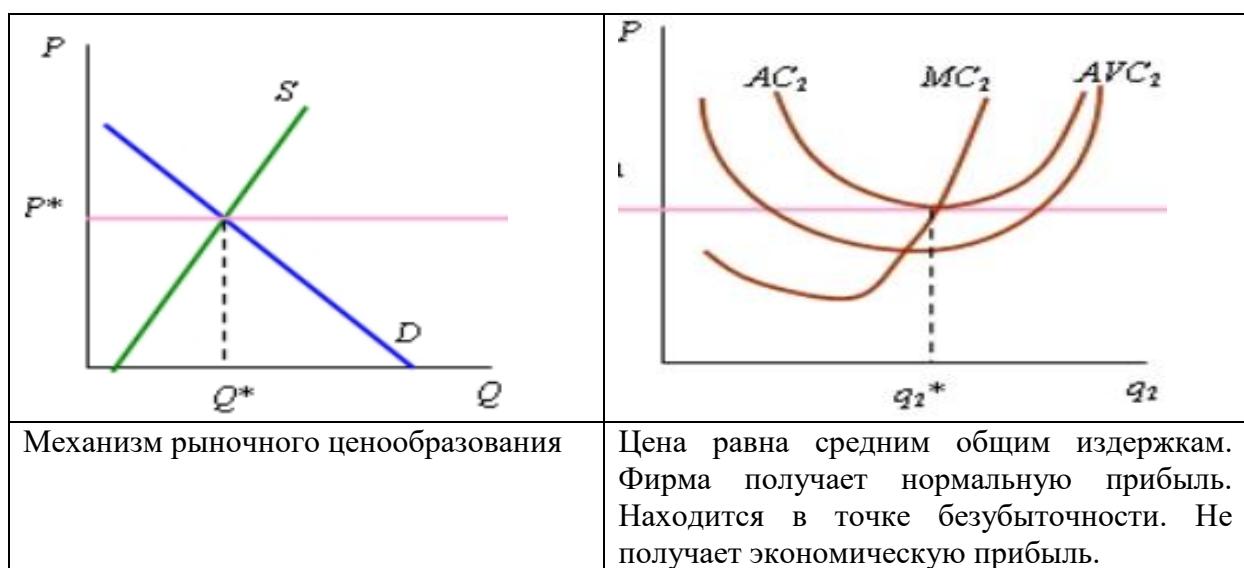


Рисунок 29 – Маржинальный анализ краткосрочного равновесия конкурентной фирмы $P = ATC$

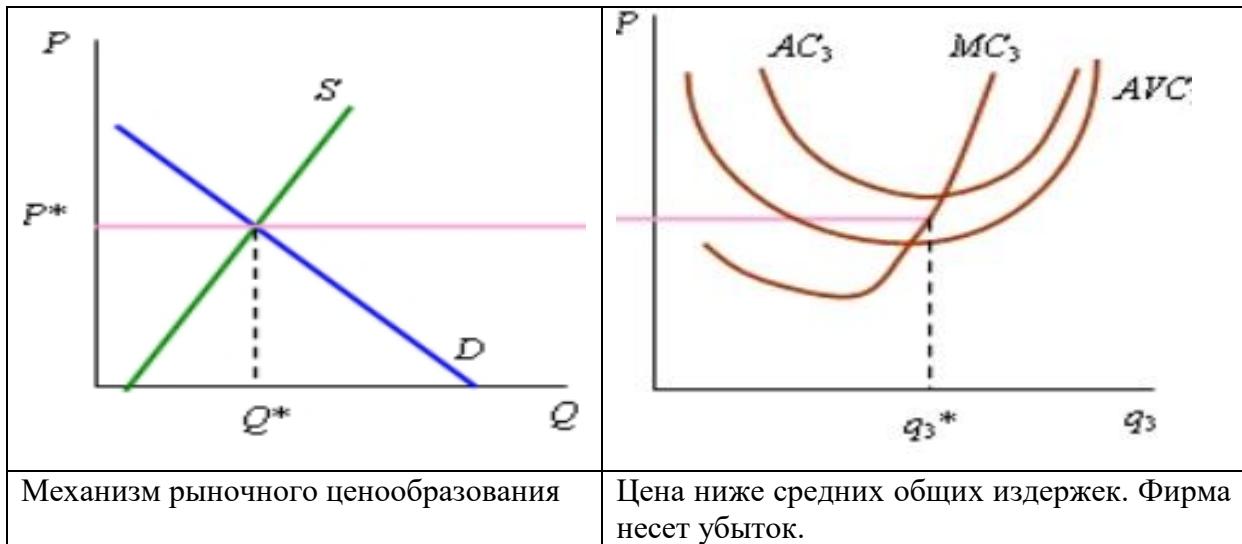


Рисунок 30 – Маржинальный анализ краткосрочного равновесия конкурентной фирмы $P < ATC$

2.4.3. Монополия

Чистая монополия представляет собой такую рыночную структуру, когда одна фирма является единственным производителем продукта, у которого нет близких заменителей.

Характеристика монополии как рыночной структуры:

1. *Единственный продавец*. Чистый, или абсолютный, монополист – это отрасль, состоящая из одной фирмы, которая является единственным производителем данного продукта или единственным поставщиком услуги; следовательно, в данном случае слова «фирма» и «отрасль» — синонимы.

2. *Нет близких заменителей*. Продукт монополии уникален в том смысле, что не существует хороших или близких заменителей. С точки зрения покупателя, это означает, что нет приемлемых альтернатив. Покупатель вынужден приобретать продукт у монополиста или обходиться без него.

3. *«Диктующий цену»*. Отдельная фирма, действующая в условиях чистой конкуренции, не оказывает влияния на цену продукта, а «соглашается с ценой». Это связано с незначительностью ее доли

совокупного предложения. Чистый монополист, напротив, «диктует цену», поскольку он контролирует общий объем предложения данного продукта. При нисходящей кривой спроса на свой продукт монополист может изменить его цену, манипулируя количеством предложенного продукта.

4. *Заблокированное вхождение.* Чистый монополист не имеет конкурентов по определению. Но в чем же причина отсутствия конкурентов? Оказывается, возникновение монополии обусловлено существованием барьеров для вхождения в отрасль. Причем барьеры могут быть экономическими, техническими, юридическими и т.д. Определенные препятствия позволяют монополии удерживать конкурентов от вхождения в отрасль, другими словами, в условиях чистой монополии вхождение в отрасль заблокировано.

5. *Реклама.* В зависимости от типа предлагаемого продукта или услуги монополист может рекламировать их, а может и отказаться от рекламы. Например, чистый монополист, продающий такой предмет роскоши, как бриллианты, мог бы разместить рекламу во многих изданиях, чтобы увеличить спрос. В результате некоторые люди, вместо того чтобы поехать в отпуск, купили бы разрекламированные бриллианты. Коммунальные предприятия, напротив, не видят смысла в широкой рекламе своих услуг и продуктов, поскольку люди, которым нужна вода, газ, электричество или телефонная сеть, знают, к кому обращаться.

Виды монополий

1. **Закрытая монополия** – характеризуется относительно полной защищенностью от конкуренции, например, юридическими ограничениями, патентной защитой и т.д.

2. **Открытая монополия** – фирма-монополист является единственным производителем, продавцом определенного товара или услуги, однако такая организация не защищена от конкуренции.

3. Естественная монополия – отрасль, в которой фирмамонополист производит незаменимый товар и услугу (например, обеспечение населения электричеством, отоплением и т.д.).

Барьеры для входления в отрасль

Монополистический рынок характеризуется наличием определенных барьеров входа и выхода с рынка, которые могут во многом определять выбор монополиста в пользу осуществления своей деятельности в той или иной организационной форме.

Иванченко Л.А. дает следующее определение понятию «барьеры»: «...это факторы и обстоятельства правового, организационного, технологического и экономического характера, препятствующие вступлению новых фирм на данный товарный рынок и их конкуренции на равных с уже действующими на нем хозяйствующими субъектами».

Существуют три основные группы барьеров, в зависимости от которых выделяют вышеперечисленные виды монополий:

1) группа административных барьеров предопределяет для монополиста организацию своей деятельности в форме закрытой монополии;

2) группа экономических барьеров – предопределяет для монополиста организацию своей деятельности в форме открытой монополии;

3) группа естественных барьеров – предопределяет для монополиста организацию своей деятельности в форме естественной монополии.

Ввиду этого, целесообразно рассмотреть классификацию барьеров по данным основным группам:

1. К административной группе барьеров относят всевозможные нормативно-правовые акты, которые становятся основой для функционирования закрытых монополий. Такие барьеры определяют возникновение закрытых монополий, защищенных от конкуренции нормативно-правовыми актами, патентами и лицензиями.

Данная группа барьеров становится причиной монополизации тех видов деятельности, которые могут приносить достаточно большие и относительно стабильные доходы бюджету государства. Среди таких барьеров можно выделить:

- 1) наличие у монополиста патента на выпуск определенной продукции либо применении особой технологии в процессе производства;
- 2) лицензирование, установление квот и высоких импортных пошлин государством на товары;
- 3) создание директивных запретов на занятие некоторыми видами деятельности;
- 4) предоставление отдельных льгот некоторым хозяйствующим субъектам;
- 5) наличие условий конкурсного отбора поставщиков товаров или услуг для удовлетворения спроса со стороны государства или муниципальных образований;
- 6) общегосударственные экологические ограничения;
- 7) стандарты и нормативы качества производимых товаров и оказываемых услуг;
- 8) наличие требований на государственном уровне в удовлетворении определенного спроса, поддержании мобилизационных мощностей, сохранении рабочих мест и инфраструктуры.

2. **Экономические барьеры** еще определяют, как стратегические, то есть такие элементы стратегии фирмы, при которых она становится монопольной ввиду новизны производимого товара или услуги. В этом случае организация-монополия не имеет юридической защиты от конкуренции и часто характеризуется малым периодом существования.

К барьерам, влияющим на возникновение таких открытых монополий относят:

- 1) установление таких цен на продукцию, которые ограничивают вход для потенциальных конкурентов;

- 2) дополнительные инвестиции в оборудование, рекламу, НИОКР;
- 3) дифференциация продукции;
- 4) заключение договоров с поставщиками и потребителями на долгосрочную перспективу;
- 5) репутация фирмы, как «жесткого» конкурента позволяет действующим предприятиям осуществлять рыночную власть;
- 6) контроль ресурсной базы.

Нередко использование таких барьеров в качестве преимущества обеспечивают фирме монопольное положение на рынке до того времени, пока не появится продукция или услуга, полностью или частично заменяющие товар действующего монополиста.

3. Группа естественных барьеров характеризуется такими ограничениями, в следствие которых возникает значительная экономия от масштаба (рисунок 30) производства по сравнению с размером рынка. В данном случае возникновение монополий происходит ввиду объективных причин.

К этой группе барьеров, в частности, относят:

- 1) отсутствие или ограниченный доступ к значительным финансовым ресурсам, высокие издержки функционирования и привлечения финансов у потенциальных субъектов хозяйствования определенного рынка по сравнению с действующими;
- 2) необходимость значительных капитальных вложений с длительными сроками окупаемости;
- 3) высокие издержки доступа к важным ресурсам, факторам производства;
- 4) наличие у действующих фирм-монополий преимуществ перед потенциальными производителями и продавцами по затратам на единицу продукции, спросу на товар или услугу, долгосрочных договоров с покупателями;
- 5) транспортные ограничения и высокие транспортные расходы;

6) горизонтальное и вертикальное взаимодействие компаний, создание формальных, а также неформальный объединений, сделки слияний и поглощений.

Эффект масштаба

Современная технология в некоторых отраслях такова, что эффективное малозатратное производство может быть достигнуто, только если производители являются чрезвычайно крупными как в абсолютном выражении, так и относительно доли рынка. Там, где эффект масштаба производства очень значителен, кривая средних издержек фирмы будет понижаться на протяжении большого отрезка в сторону горизонтальной оси объема производства – рис. 31.

При данном рыночном спросе достижение низких затрат на единицу продукции и, следовательно, низкой цены единицы продукции для потребителей зависит от существования небольшого числа фирм или, в крайнем случае, только одной фирмы.

Если в долговременном периоде средние совокупные издержки сокращаются, добиться производства с наименьшими издержками можно лишь тогда, когда производитель всего один, именно это определяет естественную монополию.

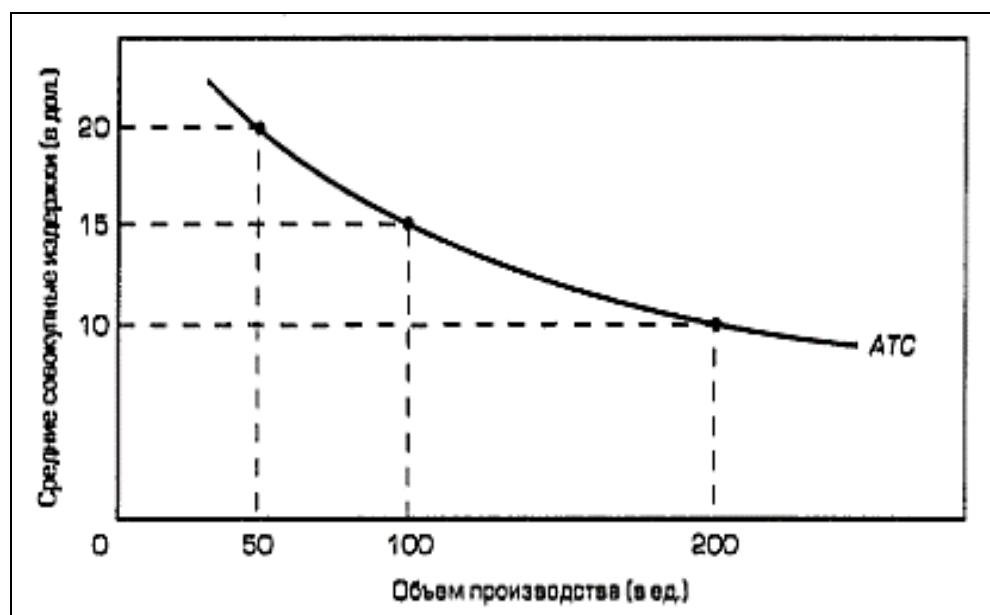


Рисунок 31 – Эффект масштаба в условиях монополии

Если чистая монополия существует изначально, легко увидеть, почему эффект масштаба будет функционировать в качестве барьера, защищающего эту фирму от конкуренции.

Вновь создающиеся фирмы, старающиеся попасть в эту отрасль в качестве мелких производителей, будут иметь очень мало шансов на выживание и развитие. *Новые фирмы – мелкие производители – не смогут производить с такой же экономией издержек, как и монополист, и поэтому не смогут добиться прибыли, необходимой для выживания и роста.*

Другой вариант – «начать, уже достигнув внушительного размера», то есть войти в отрасль крупномасштабным производителем. Однако новому, даже крупному предприятию, очень трудно найти денежные средства для приобретения большого объема капитального оборудования, необходимого для обеспечения эффекта масштаба во всем диапазоне производства. Финансовые барьеры для упомянутого выше варианта в большинстве случаев настолько велики, что как бы кладут запрет на этот вариант. Масштаб производства объясняет, почему желание войти в такую отрасль, как автомобилестроение, производство алюминия и стали, проявляется чрезвычайно редко.

Все изложенные обстоятельства определяют естественную монополию, которая имеет место в том случае, когда масштаб производства настолько велик, что товар или услуга могут быть произведены одной фирмой при более низких средних совокупных издержках, чем если бы их производили две фирмы или более.

Следовательно, более низкие издержки на единицу продукции у монополии позволяют ей назначать и более низкую цену, чем если бы отрасль была более конкурентоспособной. **Но этого может не произойти.** Чистая монополия может назначать намного более высокие цены, чем издержки на единицу продукции, и получать значительную экономическую прибыль. У чистой монополии преимущество в

издержках может материализоваться в виде прибыли для компании, а не в виде более низких цен для потребителя. По этой причине правительство обычно регулирует деятельность естественных монополий, оговаривая цену, которую они могут назначить.

Монопольный спрос

Спрос на продукцию монополиста совпадает с отраслевым спросом. Кривая отраслевого спроса не является абсолютно эластичной и имеет отрицательный наклон. Поэтому и кривая спроса на продукцию монополиста имеет отрицательный наклон.

При снижении цены на продукцию монополист (не занимающийся ценовой дискриминацией) вынужден снижать цену не только на последующую единицу продукции, но на все продаваемые единицы продукции.

Так, понизив цену с 700 до 600 рублей и получив возможность продать три единицы продукции дополнительный доход составит не просто 600 руб., а: 600 рублей – (снижение дохода от 2 единицы 700 рублей – 600 рублей)- (снижение дохода от 3 единицы 700 рублей – 600 рублей) = 600 рублей – 100 рублей – 100 рублей = 400 рублей.

И действительно, на графике значение предельного дохода в точке Q3 составляет 400 рублей – рис. 32.

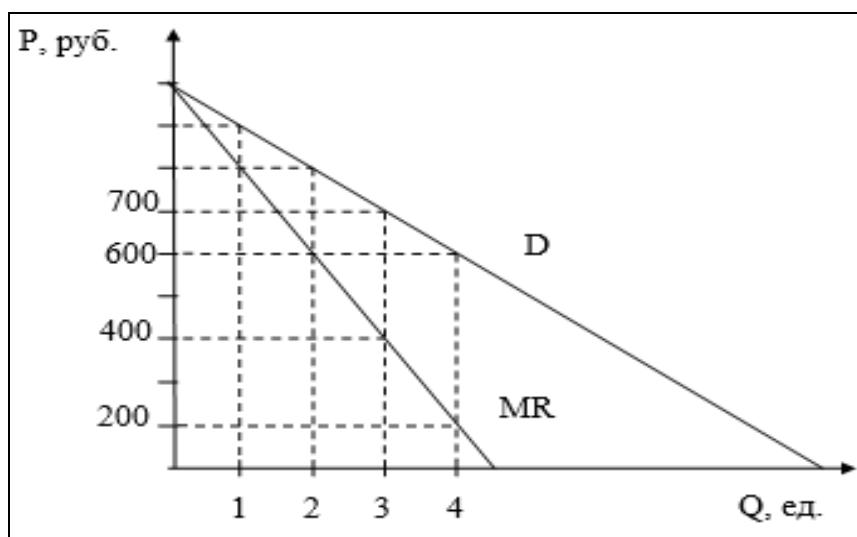


Рисунок 32 – Монопольный спрос

Получается, кривая предельного дохода монополиста имеет отрицательный наклон и располагается ниже кривой его спроса.

«Диктующий цену»

На всех несовершенных конкурентных рынках, имеющих нисходящую кривую спроса, и при чистой монополии, и при олигополии, и при монополистической конкуренции, фирмы проводят ценовую политику. Их возможность влиять на совокупное предложение приводит к тому, что при принятии решений об объеме производства эти фирмы определяют цену продукта.

Особенно это присуще чистой монополии, при которой одна фирма контролирует совокупный продукт. При нисходящей кривой спроса, когда каждый объем производства связан с некоторой особенной ценой, монополист неизбежно определяет цену, решая, какой объем продукции произвести. **Монополист одновременно выбирает и цену, и объем производства.**

Но это не означает, что монополист «свободен» от рыночных сил в установлении цены и объема производства или что покупатель находится полностью во власти монополиста.

В частности, нисходящая кривая монополистического спроса означает, что **высокие цены связаны с низкими объемами продаж и, наоборот, низкие цены - с большими объемами производства.** Поскольку кривая спроса монополиста зафиксирована, он не может повысить цену без потери продаж или увеличить продажи без назначения более низкой цены.

Максимизация прибыли монополиста

Для нахождения **объемов продукции, дающих максимальную прибыль**, находим точку пересечения MR и MC (**точка N**) – рисунок 33.

Перпендикуляр, опущенный из точки N на ось абсцисс, укажет нам **количество продукции, которое необходимо произвести для получения максимальной прибыли – Q.** Продолжение данного перпендикуляра

вверх дает точку пересечения L с линией спроса d (D). Данная точка помогает определить, **по какой цене возможно продать продукцию в количестве Q** – проекция точки на ось ординат показывает цену P.

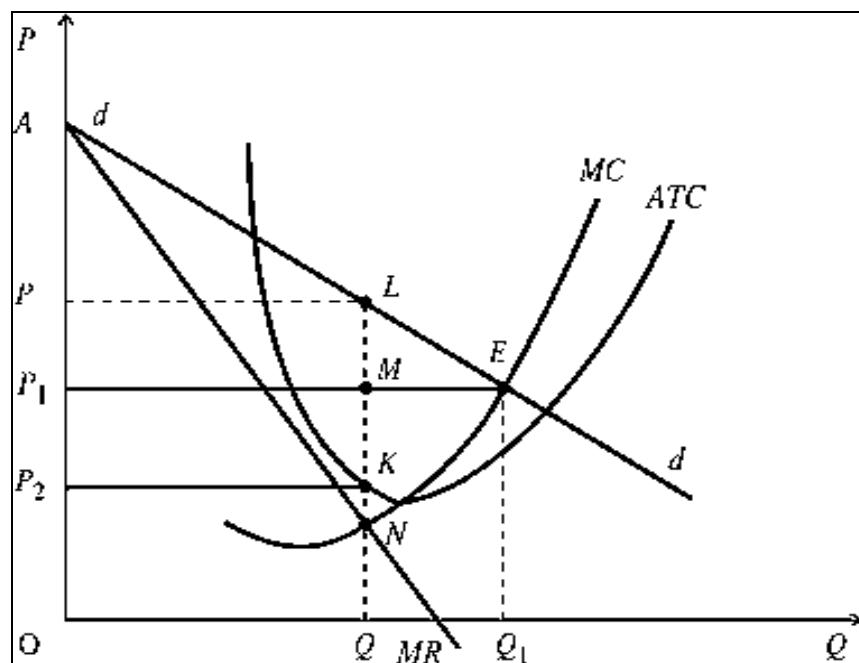


Рисунок 33 – Максимизация прибыли монополиста

Площадь прямоугольника PLQ0 – это **общая выручка (TR)**, получаемая фирмой-монополистом. В составе выручки скрываются общие затраты и прибыль фирмы.

Общие затраты зависят от средних затрат на единицу продукции и количества произведенной продукции ($TC = ATC \cdot Q$). **Точка пересечения (т.К)** перпендикуляра QL с кривой общих средних затрат определяет величину ATC. Таким образом, P_2 – это **средние затраты на единицу продукции, умноженные на Q**, дают величину **общих затрат** (то есть TC - это площадь прямоугольника P_2KQ0).

Если мы из общей выручки (TR) вычтем общие затраты (TC), то получим **величину общей прибыли TP_r** , которая измеряется **площадью прямоугольника PLKP2**.

Известно, что монополистическое положение фирмы на рынке дает ряд преимуществ производителю, ущемляя при этом интересы потребителя.

При совершенной конкуренции объем выпуска Q_1 определялся бы точкой пересечения кривой предельных затрат MC с линией спроса d , а рыночная цена составила бы P_1 (рисунок 33). Отсюда следует, что **при монополии объем продукции будет меньше, чем при свободной конкуренции ($Q < Q_1$), а цена - выше ($P > P_1$)**.

Теперь оценим величину ущерба, наносимого обществу монополией – на рисунке 33 этот ущерб будет определяться площадью фигуры **NLE**. Причем площадь **MLE** составит потери покупателя, так как он сможет по цене P купить лишь Q единиц товара (вместо Q_1 по цене P_1), а площадь **MNE** показывает сокращение доходов самого производителя.

Минимизация убытков монополиста

Следует отметить, что при неблагоприятных рыночных условиях монополия может оказаться не в состоянии получать прибыль в пределах краткосрочного периода. В этом случае целью монополиста становится минимизация убытков.

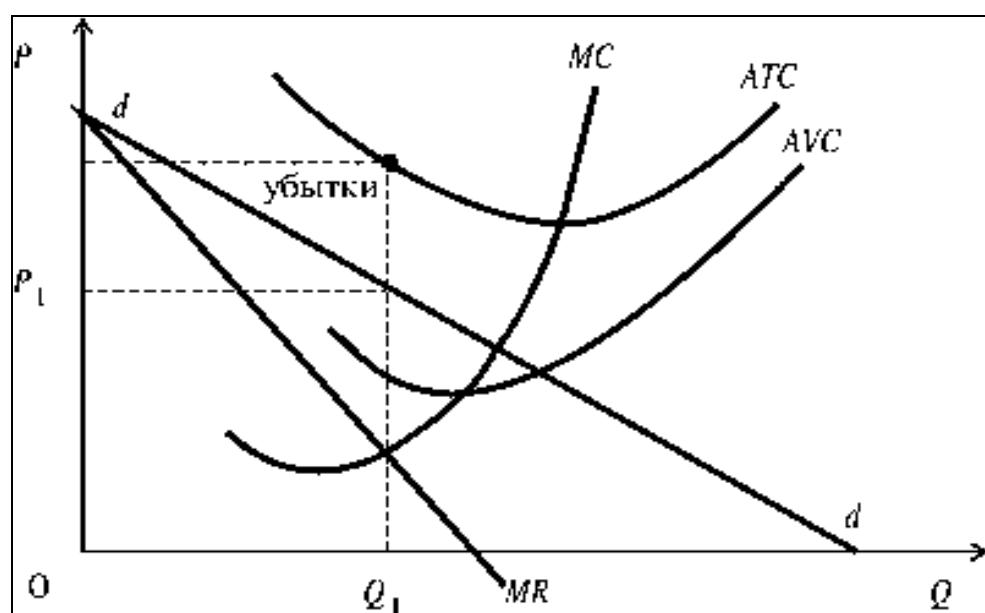


Рисунок 34 – Минимизация убытков монополиста

На рисунке 34 кривая спроса находится ниже кривой средних общих затрат.

Чтобы минимизировать свои убытки, монополия должна ограничить свой выпуск объемом, соответствующим точке пересечения кривых предельного дохода и предельных затрат (Q_1), исходя из равенства $MR=MC$.

Так же как и фирма в условиях совершенной конкуренции, монополист будет продолжать выпуск продукта до тех пор, пока его цена будет выше средних переменных затрат. В случае, если кривая спроса D сместится влево настолько, что кривая средних переменных затрат AVC окажется над ней и фирма не сможет компенсировать даже средних переменных затрат, тогда единственным вариантом минимизации своих убытков останется **полное прекращение выпуска**.

Такая ситуация может носить временный характер, и фирма может дождаться лучших времен и выйти из трудного положения. Если же падение спроса не прекратиться, монополия вынуждена будет уйти из отрасли с последующей полной распродажей своих активов.

Ценовая дискриминация в условиях монополии

Термин «дискриминация» образован от латинского *discriminatio*, что означает различие, различение. Под ценовой дискриминацией понимают практику установления разных цен на один и тот же товар при условии, что различия в ценах не связаны с затратами.

Условия, необходимые для проведения ценовой дискриминации:

Во-первых, у продавца должна быть возможность контролировать цены.

Во-вторых, у покупателей не должно быть возможности покупать там, где продают дешевле.

В-третьих, издержки проведения в жизнь дискриминационной политики не должны превышать выгод от такой деятельности.

Дискриминация первой степени – или совершенная дискриминация проявляется в том, что на каждую единицу произведенного однородного товара устанавливается своя цена, – максимальная, которую может и готов заплатить покупатель. Эта ценовая политика применяется *в условиях индивидуального производства, когда изготовление и реализация какого-то товара, например, новой техники, осуществляется по заказам конкретных потребителей.*

Графически совершенную дискриминацию можно представить следующим образом (рисунок 35). Оптимальный объем выпуска для монополии находится в точке L при пересечении кривых MC и MR (объем Q_1 цена P_1).

Если монополия начинает осуществлять ценовую дискриминацию 1-й степени, то она будет производить и продавать изделия 1, 2, 3... по индивидуальной (максимальной) цене спроса конкретного покупателя.

Теперь с ростом продаж потери от снижения цены на все единицы товара у монополиста отсутствуют. **Кривая предельного дохода MR перестает отличаться от кривой спроса d** (иначе говоря, она смешается вправо и совпадает с кривой спроса: $d = MR$).

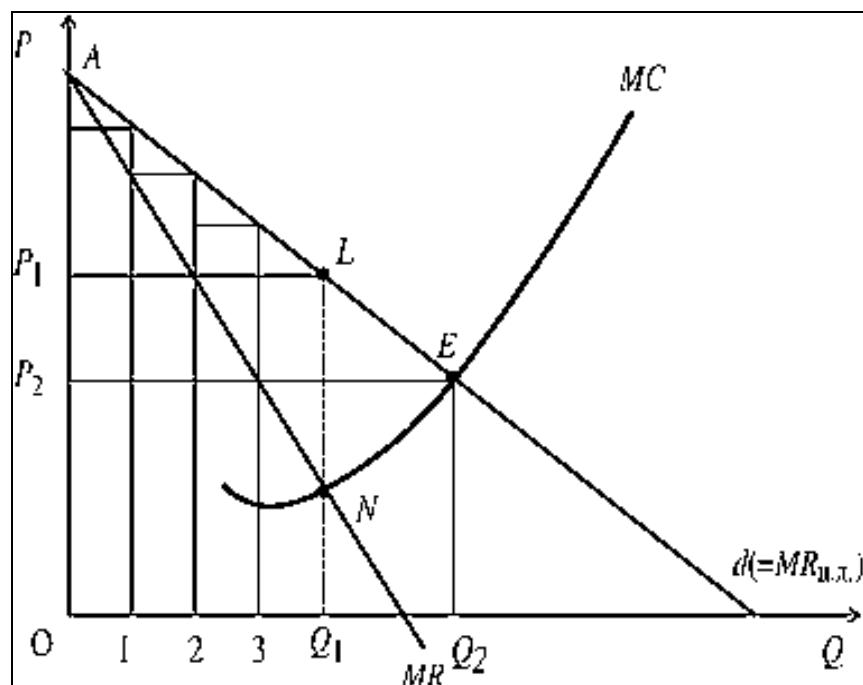


Рисунок 35 – Дискриминация первой степени

При этом ценовая дискриминация не влияет на уровень затрат фирмы. До тех пор, пока максимальная цена (MR), которую очередной покупатель готов заплатить, будет превышать предельные затраты, монополист может расширять выпуск или объем обслуживания, увеличивая общую прибыль.

Максимум общей прибыли монополиста, осуществляющего ценовую дискриминацию, будет получен при равенстве $MR = MC$ и при объеме выпуска Q_2 .

Ценовая дискриминация второй степени – выпускаемая монополией продукция или оказываемые услуги группируются в партии, на которые устанавливаются различные цены. Обычно она связана с изменением в объемах потребления.

Этот вид ценовой дискриминации на практике осуществляется *в форме скидок и надбавок на цены товаров и услуг*. Например, квартирная плата за нормативную площадь платится по одной ставке, за излишки жилой площади - по завышенной; или двух (и более) ставочных тарифы при оплате электроэнергии, газа, воды, телефонных услуг. Сложные шкалы скидок и дисконтов применяются при закупках различных по объему партий товара.

Рисунок 36 показывает, по каким ценам (P_1 , P_2 и P_3) монополия реализует партии товаров Q_1 , Q_2 , Q_3 . Проводя дискриминацию 2-й степени, она может расширить свое производство до объема Q_k при цене P_k , как в условиях свободной конкуренции.

Но из всего дохода, равного площади треугольника P_kAE , фирма в этом случае присваивает себе только его часть, которая на графике показана штриховкой.

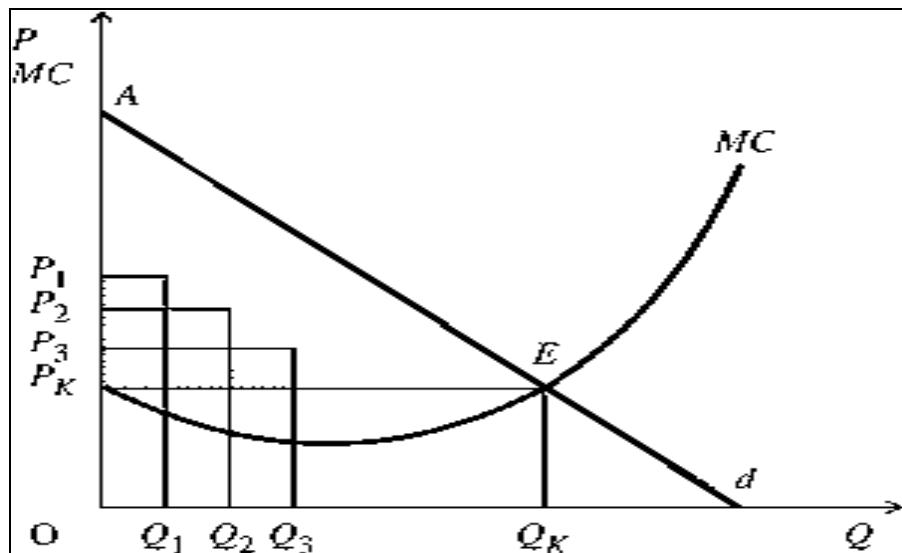


Рисунок 36 – Ценовая дискриминация второй степени

Ценовая дискриминация третьей степени предполагает разделение самих покупателей на отдельные группы или рынки, где устанавливается своя цена реализации.

При проведении данной ценовой политики особенно важно, чтобы исключалось свободное перемещение купленных товаров или услуг между рынками и спрос на каждом из них не зависел от цен, устанавливаемых на другом рынке.

Довольно типичным примером в данном случае является предоставление частных услуг врачами, адвокатами, учителями и другими. В частности, практикующий врач берет с состоятельных пациентов, как правило, более высокую плату, чем с малоимущих. При этом он может не опасаться, что клиент, заплативший за эту услугу дешевле, тут же перепродаст ее по более дорогой цене.

Ценовая дискриминация 3-й степени используется и в тех случаях, когда рынки разделены между собой географически или посредством тарифных барьеров. В обоих случаях перепродажа товаров сопряжена с большими затратами, что и является препятствием для их перемещения.

На рисунке 37 изображена ценовая дискриминация 3-й степени на двух рынках.

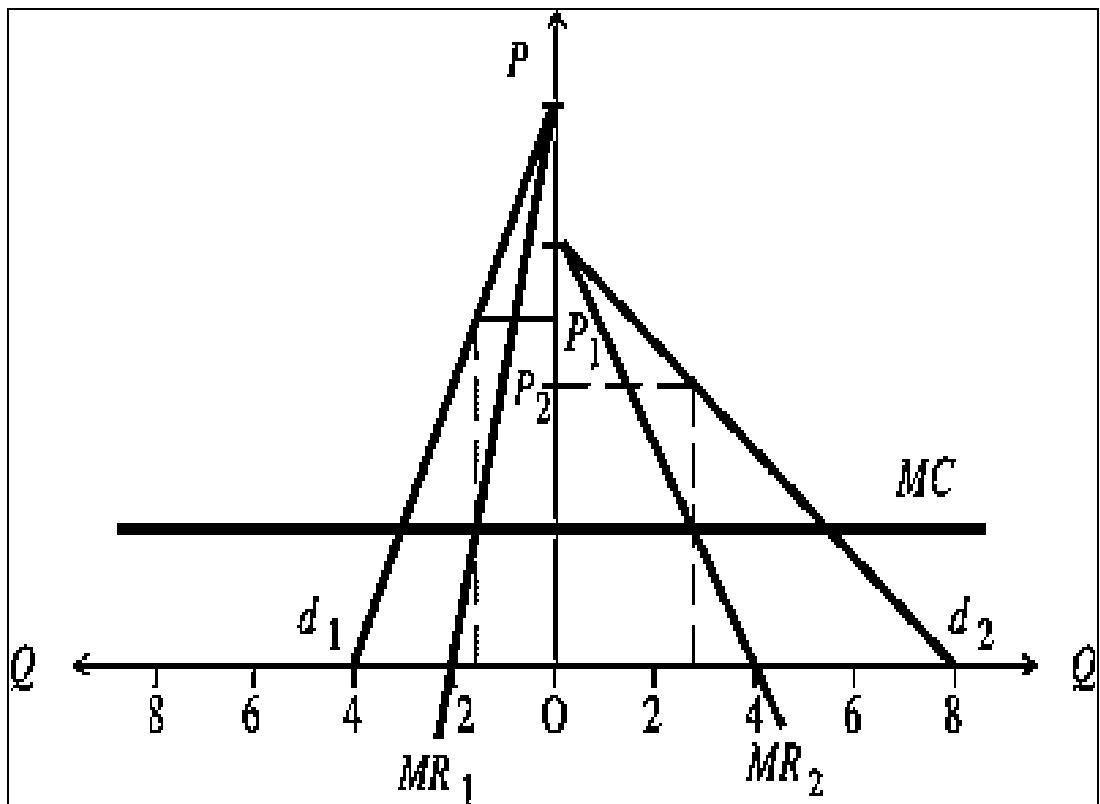


Рисунок 37 – Ценовая дискриминация третьей степени

У обоих графиков общая вертикальная ось. Предельные затраты (MC) постоянны. На каждом рынке монополист, максимизируя прибыль при равенстве $MR = MC$, назначает более высокую цену там, где спрос на его продукцию или услугу менее эластичен (P_1).

2.4.4. Монополистическая конкуренция

Чистая конкуренция и чистая монополия являются исключениями, а не правилом в экономике. Большинство рыночных структур имеют черты и того, и другого. Монополистическая конкуренция предполагает смешение монополии и конкуренции. Точнее, монополистическая конкуренция включает в себя очень значительный объем конкуренции, смешанной с некоторой долей монопольной власти.

Характерные черты монополистической конкуренции.

1. Относительно большое число продавцов.

Для монополистической конкуренции не требуется наличия сотен или тысяч фирм, достаточно сравнительно небольшого их числа, скажем, 25, 35, 60 или 70.

Из наличия такого числа фирм вытекает несколько важных признаков монополистической конкуренции.

1.1. Малая доля рынка. Каждая фирма обладает относительно небольшой долей всего рынка и поэтому имеет очень ограниченный контроль над рыночными ценами.

1.2. Невозможность сговора. Наличие сравнительно большого числа фирм гарантирует, что тайный сговор, согласованные действия с целью ограничения объема производства и искусственного повышения цен почти невозможны.

1.3. Независимость действий. Когда в отрасли действует много фирм, между ними нет жесткой взаимной зависимости; каждая фирма определяет свою политику, не учитывая возможную реакцию со стороны конкурентов. Такой способ действий приемлем в условиях рынка с множеством конкурентов.

В конце концов увеличение продаж на 10 или 15%, которое фирма сможет осуществить путем уменьшения цены, столь слабо повлияет на ее 20, 40 или 60 конкурентов, что объем их продаж практически не изменится. Реакцию конкурентов можно не учитывать, потому что влияние действий одной фирмы на каждого из ее многочисленных конкурентов настолько мало, что у них не будет причин для реагирования на действия этой фирмы.

2. Дифференциация продукта

В противоположность чистой конкуренции, одним из основных признаков монополистической конкуренции является дифференциация продукта. Фирмы в условиях чистой конкуренции производят стандартизованную, или однородную, продукцию; в условиях монополистической конкуренции они выпускают разновидности данного

продукта. При этом дифференциация продукта может принимать различные формы.

Из-за дифференциации продукции экономическое соперничество, как правило, принимает форму неценовой конкуренции — конкуренции в отношении качества продукции, услуг, местоположения и доступности, а также рекламы.

Аспекты неценовой конкуренции.

1. Качество продукта. Продукты могут различаться по физическим или качественным параметрам. Реальные различия, включающие функциональные особенности, материалы, дизайн и качество работы, являются крайне важными сторонами дифференциации продукта. Персональные компьютеры, например, могут различаться с точки зрения мощности, программного обеспечения, качества графического исполнения и степени их «ориентированности на потребителя». Существует, к примеру, множество учебников по основам экономики, которые отличаются по содержанию, структуре, способу изложения и доступности, имеют разные методические советы, графики, рисунки и т.д. Любой город достаточно большого размера имеет ряд розничных магазинов, торгующих мужской и женской одеждой, которая значительно отличается от аналогичной одежды из магазинов другого города по стилю, материалам и качеству работы. Подобным же образом одна из сетей закусочных, торгующих гамбургерами, придает важное значение качеству булочек, которые отличаются пряным ароматом, в то время как ее конкурент уделяет особое внимание качеству котлет.

2. Услуги. Услуги и условия, связанные с продажей продукта, являются важными аспектами дифференциации продукта. Например, один бакалейный магазин может придавать особое значение качеству обслуживания покупателей: его работники не только упакуют товары, но и отнесут их к автомобилю покупателя. Конкурирующий с ним большой розничный магазин может не делать этого, но продавать товары по более

низким ценам. Или чистка одежды за одни сутки часто для потребителей предпочтительнее аналогичной по качеству чистки за три дня. Обходительность и услужливость служащих магазина, репутация фирмы в сферах обслуживания покупателей или обмена продуктов, возможность получения товаров в кредит являются аспектами дифференциации продукта, связанными с услугами.

Так, успешность пиццерий основана именно на высоком качестве обслуживания.

3. *Размещение*. Продукты также могут быть дифференцированы с точки зрения размещения и доступности. Небольшие бакалеи или продовольственные магазины самообслуживания успешно конкурируют с крупными супермаркетами, несмотря на то что последние имеют намного более широкий ассортимент продукции и назначают более низкие цены.

Владельцы маленьких магазинов располагают их на наиболее оживленных улицах, в густонаселенных кварталах, нередко они работают 24 часа в сутки.

Так, расположение бензозаправочной станции на крупных автомагистралях позволяет продавать бензин по цене более высокой, чем на бензоколонке, расположенной в черте города в двух-трех милях от таких автомагистралей.

4. *Реклама и упаковка*. Дифференциация продукции может также обуславливаться предполагаемыми различиями, создаваемыми с помощью рекламы, использования торговых марок и упаковки. Хотя существует много лекарств типа аспирина, активное продвижение товара и реклама могут убедить потребителей в том, что аспирин фирмы Bayer или Anacin лучше и заслуживают более высокой цены, чем другие лекарства этого типа. Имя знаменитости, ассоциирующееся с джинсами или духами, может улучшать мнение о них покупателей. Многие потребители считают, что зубная паста в специальных контейнерах предпочтительнее пасты в стандартных тюбиках. Для привлечения дополнительных клиентов

используется не портящая окружающую среду упаковка или экологически чистые напитки и жидкое мыло.

Одной из важных характеристик дифференциации продукта является ограниченный контроль над ценами со стороны производителей и продавцов в условиях монополистической конкуренции из-за относительно большого числа фирм, действующих в конкретном секторе рынка. При монополистической конкуренции потребители выбирают продукцию определенных продавцов и в известных пределах платят более высокую цену за нее, чтобы реализовать свои предпочтения. На таком рынке продавцы и покупатели не связаны стихийно, как на рынке чистой конкуренции.

3. Легкость входления в отрасль.

Войти в отрасли с монополистической конкуренцией относительно легко. То, что производители в таких отраслях обычно являются небольшими по размеру фирмами как в абсолютном, так и в относительном выражении, предполагает незначительный эффект масштаба и наличие небольшого капитала. Однако в отличие от условий чистой конкуренции, в данном случае могут существовать некоторые дополнительные финансовые барьеры, порожденные потребностью получения продукта, отличающегося от продукта конкурентов, и обязательством рекламировать этот продукт. Кроме того, действующие фирмы могут владеть патентами на продукцию и авторскими правами на фабричные клейма и торговые знаки, что увеличивает трудности и издержки их копирования.

Спрос на рынке монополистической конкуренции

Во-первых, линия спроса **D** на продукцию производителя будет иметь **отрицательный наклон**, поскольку на рынке продаются товары-заменители, что дает возможность получать монопольную прибыль в краткосрочном периоде. Так как своего равновесия фирма достигает при условии $MC = MR$, то **максимальную прибыль она будет получать при**

объеме выпуска Q_1 и цене P_1 в сумме, соответствующей площади прямоугольника P_1KLM (рисунок 38а).

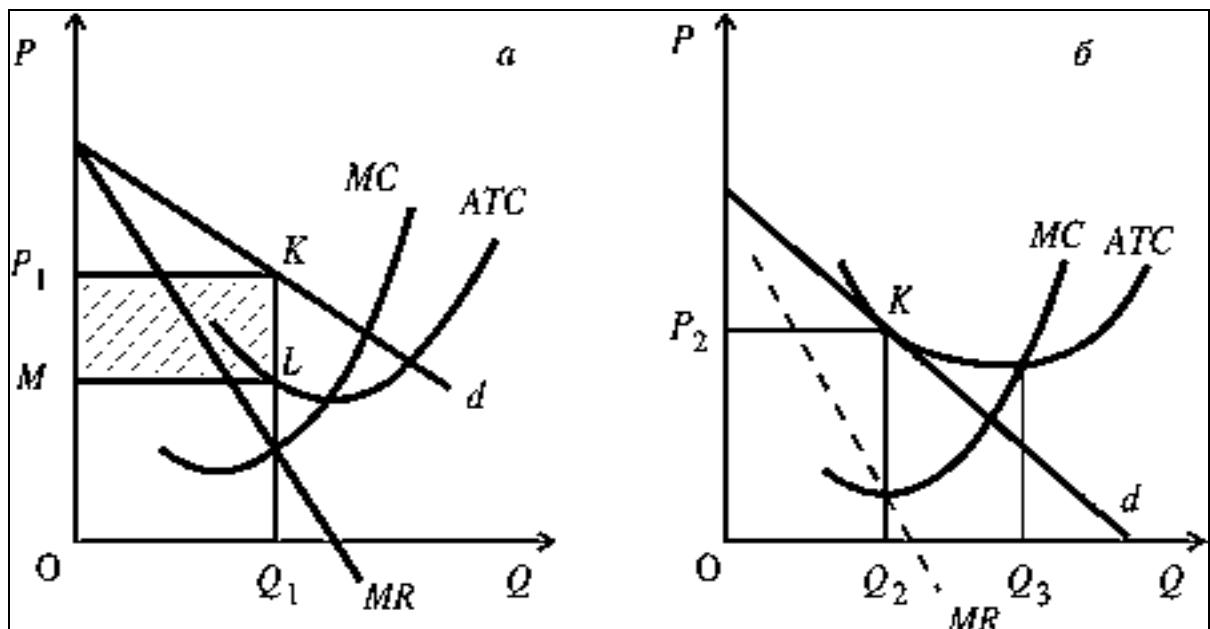


Рисунок 38 а,б – Спрос на рынке монополистической конкуренции

Во-вторых, при монополистической конкуренции отсутствуют какие-либо ограничения на вход в отрасль других производителей и выход из нее, в результате чего **в долгосрочном периоде экономическая прибыль всех фирм отрасли становится равной нулю**.

Процесс уравнения прибыли показан на рисунке 38б. **Появление новых фирм в отрасли, привлеченных сверхприбылями, приведет к сокращению рыночного спроса на продукцию отдельной фирмы, потому что совокупный спрос покупателей станет теперь распределяться на все большее количество производителей.** Данное обстоятельство сместит влево кривую спроса этой фирмы (кривая d), и соответствующий сдвиг претерпит линия предельного дохода MR .

Новое положение равновесия фирмы возникает в точке касания кривой спроса и кривой средних общих затрат ATC (в точке К). В этих условиях экономическая прибыль фирмы снижается до нуля (при объеме выпуска Q_2 и цене P_2), и тогда вход в отрасль новых фирм прекращается.

В-третьих, каждая фирма, находясь в ситуации монополистической конкуренции, проводит собственную ценовую политику, не учитывая ответную реакцию конкурентов. Отсюда следует, что в рамках данной рыночной структуры выпускается меньший объем производства, чем при совершенной конкуренции, но с более высокими затратами на единицу продукции. На рисунке 38б видно, что **точка К находится левее минимума средних общих затрат АТС**, где бы фирма получала максимальную прибыль. То есть действующий фирмой в условиях свободной конкуренции, она обязательно увеличила бы свой выпуск до объема Q_3 по более низкой цене.

Таким образом, снижение объема продаж и повышение затрат на единицу продукции – все это своеобразная плата за большее разнообразие производимых товаров.

2.4.5. Олигополия

Олигополия – это такая рыночная структура, при которой на рынке доминируют несколько фирм, производящих однородную или дифференциированную продукцию.

Характеристика рыночной структуры:

1. Несколько производителей. Это рыночная модель, при которой на рынке доминируют несколько крупных фирм, производящих однородную или дифференциированную продукцию. Слово «несколько» означает, что фирмы зависят друг от друга в том смысле, что они должны учитывать возможную реакцию соперников на принимаемые решения о цене, рекламе и развитии продукции.

Рыночная модель олигополии охватывает большую область, простирающуюся в диапазоне между чистой монополией, с одной стороны, и монополистической конкуренцией, с другой. Как правило, когда мы слышим слова «Большая тройка», «Большая четверка» или

«Большая шестерка», очевидно, что указанная отрасль является олигополистической.

К известным олигопольным рынкам мирового масштаба можно отнести производство крупных пассажирских самолетов, где доминируют две компании — Boeing и Airbus; производство процессоров для персональных компьютеров (Intel и AMD); медиа (13 крупнейших корпораций); аудиторский бизнес (PWC, KPMG, Deloitte Touche Tohmatsu и Ernst & Young); рейтинговые агентства (Standard & Poor's, Moody's и Fitch Ratings), экспортные поставки сырьевых товаров (менее десяти трейдеров) и др. Олигополии существуют на национальных рынках и на местном уровне.

Ситуация со степенью концентрации (олигопольности) одного и того же рынка может меняться при изменении масштаба ее рассмотрения. Например, рынок крупных продовольственных магазинов в России имеет признаки олигополии (он фактически поделен между X5 Retail Group, «Магнитом», «Ашаном» и «Метро»), но весь он в совокупности — лишь примерно пятая часть всего розничного продовольственного рынка страны, т. е. эти компании не доминируют на продовольственном рынке в целом. В то же время в отдельных городах и регионах их доля значительно выше. Поэтому, говоря об олигополии, стоит максимально точно определять, какой именно рынок имеется в виду.

2. Однородная или дифференцированная продукция. Олигополии могут быть однородными или дифференцированными, то есть олигополистическая отрасль может производить стандартизованную или дифференциированную продукцию.

Многие промышленные продукты - сталь, цинк, медь, алюминий, свинец, цемент, технический спирт и т.д. - являются стандартизованной продукцией в физическом смысле и производятся в условиях олигополии. Многие отрасли, производящие потребительские товары: автомобили, покрышки, моющие средства, открытки, кукурузные и овсяные хлопья для

завтрака, сигареты и множество бытовых электрических приборов, - являются дифференцированными олигополиями.

3. Возможности входа в отрасль (на рынок) варьируют в широких пределах, от полностью блокированного до совершенно свободного.

4. Участники олигополистического рынка очень часто в своих действиях зависимы друг от друга.

Отличительным признаком олигополии является наличие в отрасли по крайней мере одной крупной фирмы, любое действие которой, как правило, вызывает ответную реакцию конкурента.

Поэтому каждый олигополист, определяя линию своего экономического поведения, должен учитывать не только реакцию потребителей, но и конкурентов.

Необходимость тщательного учета действий конкурирующих фирм на олигополистическом рынке при определении цены и объема выпуска называется **олигополистической взаимосвязью**.

Олигополистическая взаимосвязь может принимать различные формы: от удержания цен на одном уровне до ценовых войн.

Стратегии поведения олигополии

Стратегии поведения олигополий делятся на две группы. Первая группа предусматривает **согласование действий фирмами с конкурентами** (кооперативная стратегия), вторая — **отсутствие согласованности** (некооперативная стратегия).

Существует 4 модели олигополии.

Модель лидерства по ценам (объему)

Как правило, среди совокупности фирм выделяется одна, которая становится лидером на рынке. Это связано, например, с продолжительностью существования (авторитетом), наличие более профессионального персонала, наличие научных подразделений и новейших технологий, более высокая доля их на рынке. Лидер первым

совершает изменения в отношении цены или объема производства. При этом остальные фирмы повторяют действия лидера. В результате наблюдается согласованность общих действий. Лидер должен быть наиболее информирован о динамике спроса на продукцию в отрасли, а также о возможностях конкурентов.

Модель картеля

Наилучшей стратегией для олигополии является сговор с конкурентами по поводу цен производства, объемов продукции. Сговор даёт возможность усилить власть каждой из фирм и использовать возможности получения экономической прибыли в таком размере, в котором её получала бы монополия, если бы рынок был монопольным.

Картель - это группа фирм, действующих совместно и согласующих решения по поводу объемов выпуска продукции и цен так, как если бы они были единой монополией. Итогом образования картеля являются цена и объем производства, характерные для чистой монополии.

То есть фирмы, слившиеся в картель, максимизируют свою долю прибыли на основе сокращения выпуска продукции до уровня равенства $MC = MR$.

Модель Бертрана (модель ценовой войны)

Ценовая война – это цикл последовательных уменьшений цены конкурентами на олигополистическом рынке. Причем войны хороши для потребителей, но плохи для прибыли продавцов. Втягивание в ценовую войну строится на предположении продавца, что соперник не будет реагировать на его понижение цены. Сокращая цену ниже цены своего конкурента и пытаясь увеличить ежемесячные продажи, каждый производитель думает, что сможет захватить весь рынок и тем самым увеличить свою прибыль. Каждый пытается сделать свой товар более привлекательным для потребителя, назначая немного меньшую цену, чем соперники. Соперники же отвечают еще большим снижением цены.

Ценовая война приводит к тому, что фирмы последовательно «подрезают» цены друг у друга до тех пор, пока уже не могут извлечь из этого никакой выгоды. Война цен продолжается до тех пор, пока цена не падает до уровня средних затрат, а экономическая прибыль - до нуля. Тогда наступает равновесие и продавцы назначают одну и ту же цену $P = AC = MC$, а общий рыночный выпуск становится таким же, как при совершенной конкуренции.

Модель Курно

Олигополия Курно – экономическая модель рыночной конкуренции. Названа в честь сформулировавшего ее французского экономиста А.Курно (1801-1877).

Основные положения модели:

1. На рынке действует фиксированное число фирм, производящих однородный товар;
2. Вход на рынок новых фирм и выход из него отсутствуют;
3. Фирмы обладают рыночной властью;
4. Фирмы конкурируют, одновременно выбирая объемы производимых товаров;
5. Фирмы максимизируют свою прибыль и действуют без кооперации.

Проанализируем модель Курно на конкретном примере.

Пусть функция спроса в дуополии имеет вид: $Q = 16 - P$

где, Q - объем спроса в единицу времени, тыс. шт.,

P - цена одного изделия в руб.

Преобразуем функцию спроса, выразив P через Q .

Тогда $P = 16 - Q = 16 - (q_1 + q_2)$,

где q_1 и q_2 - объемы производства обеих фирм.

Допустим, что затраты по выпуску одного изделия фиксированы и равны 4 руб.

Следовательно, $TC_1 = 4q_1$, $TC_2 = 4q_2$, а $MC_1 = MC_2 = 4$ руб.

Модель Курно предполагает рыночную ситуацию, при которой каждая из фирм на определенном временном интервале является единственным производителем данного товара, то есть чистым монополистом. Поэтому представим, что сначала первый дуополист вступает на рынок со своей продукцией. Покажем условия максимизации прибыли фирмой графически – рисунок 39.

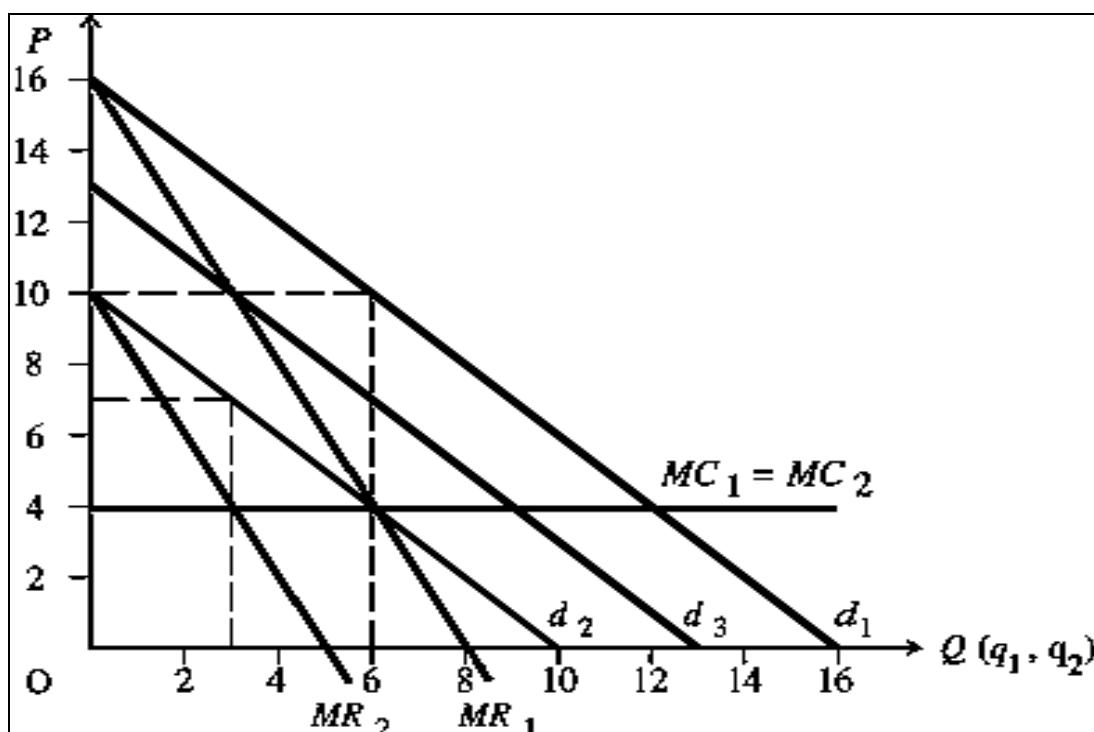


Рисунок 39 – Модель Курно

Линия спроса первой фирмы d_1 , а предельного дохода MR_1 . На рисунке 39 видно, что первый дуополист, максимизируя прибыль при равенстве $MR_1 = MC_1$, установит объем выпуска $q_1 = 6$ тыс. ед. и запросит цену $P = 10$ руб. Затем на рынке появится вторая фирма, которая будет рассматривать объем выпуска первой ($q_1 = 6$ тыс. ед.) как исходный. График показывает, что второй дуополист максимизирует прибыль ($MR_2 = MC_2$) при объеме $q_2 = 3$ тыс. ед. и цене $P = 7$ руб. Ее спрос обозначен как d_2 .

Напомним, что: $Q = 16 - P$, и $q_1 + q_2 = 16 - P$

$$P = 16 - Q = 16 - (q_1 + q_2),$$

При рассмотрении второй фирмой объем выпуска первой ($q_1 = 6$ тыс. ед.) как исходный, функция спроса второй фирмы будет выглядеть:

$$q_2 = Q - q_1 = (16 - P) - 6 = 10 - P.$$

Причем и первая фирма будет продавать свою продукцию по цене $P = 7$ руб.

В следующий период лидером на рынке вновь окажется первая фирма, которая при условии $q_2 = 3$ тыс. ед. определит свою функцию спроса на товар как:

$$q_1 = Q - q_2 = (16 - P) - 3 = 13 - P. \text{ На рисунке 39 ее линия спроса } d_3.$$

По истечению времени обе фирмы постепенно придут в данных условиях в равновесное положение (рисунок 40) при объеме выпуска $q_1 = q_2 = 4$ тыс. ед. и цене $P = 8$ руб.

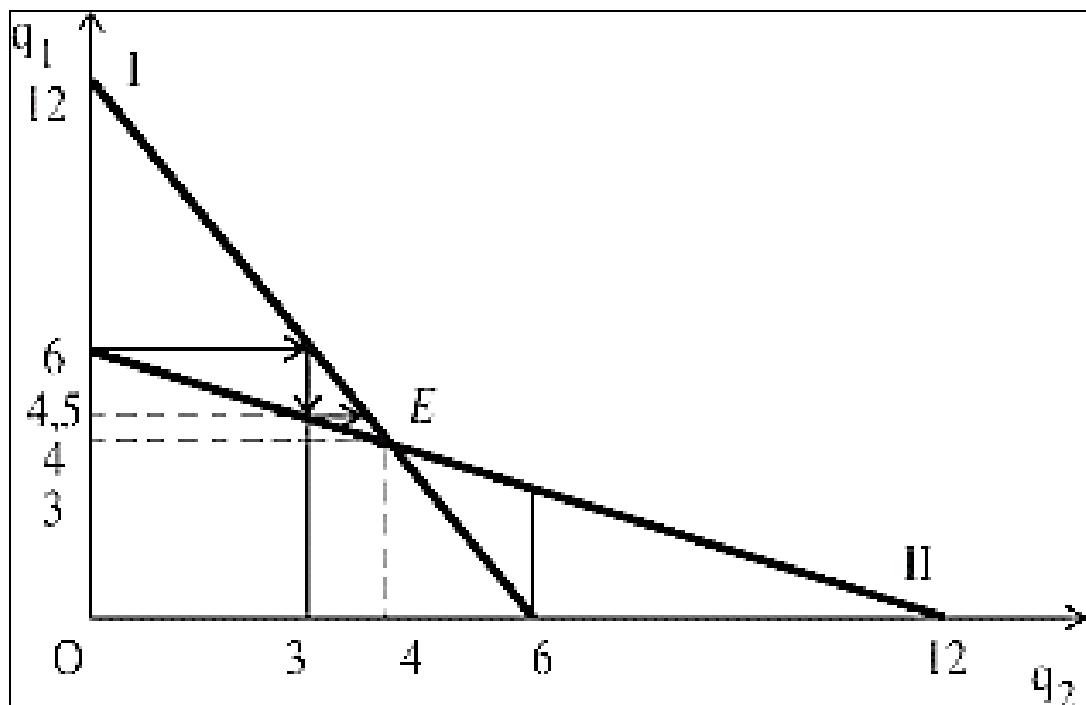


Рисунок 40 – Равновесие Курно

При этом следует подчеркнуть, что если число производителей в олигополии увеличится, то может возникнуть ситуация, характерная для рынка совершенной конкуренции ($MC = MR = P$).

В теории Курно привлекательны два момента. Во-первых, она приводит к стабильному равновесию. Во-вторых, так как эта теория распространяется на рынки не только с двумя фирмами, модель Курно доказывает, что равновесная цена постепенно движется от монопольной

цены к цене, равной предельным затратам, то есть конкурентной цене. Существенный недостаток данной модели кроется в исходной посылке: что конкуренты фирмы не отреагируют на изменение ее цены или объема выпуска. Каждодневная жизнь подтверждает ошибочность такой предпосылки.

Век спустя, в 1939 году, модель Курно была улучшена теорией «изгибающейся» или «ломаной кривой спроса», сформулированной, примерно, в одно и то же время английскими экономистами Р. Л. Холлом и К. И. Хитчем и американским экономистом П. М. Суизи. Эта теория была более приближена к реальной действительности, так как строилась на предположении, что конкуренты фирмы поддержат любое снижение ее цены, но не станут следовать за повышением.

ТЕМА 2.5. ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

2.5.1. Кардиналистская и ординалистская школы

Потребительское поведение - это процесс формирования спроса покупателей, осуществляющих выбор товаров с учетом цен и личного бюджета, то есть собственных денежных доходов.

Руководящим принципом потребительского поведения людей является **максимизация полезности**.

Полезность – в экономической теории - абстрактная категория, характеризующая меру удовольствия, пользы или удовлетворенности, которые получают люди от потребления благ

Потребитель распределяет свои покупки в соответствии с собственными предпочтениями и стремится приобрести на ограниченный доход такой набор благ, который позволил бы ему в максимальной степени удовлетворить потребности. Это достижимо лишь при соблюдении правила максимизации полезности, при котором предельные полезности приобретаемых товаров в расчете на одну денежную единицу оказываются одинаковыми.

На принятие решения о покупке какого-либо товара влияют следующие основные факторы:

- 1) полезность товара $U = f(A, B, C, D)$ – степень удовлетворения, получаемого субъектом от потребления товара;
- 2) цена товара (P);
- 3) доход покупателя (I).

Кардиналистская (количественная) теория полезности предполагала измерение субъективной полезности, или удовлетворения, которую потребитель получает от потребления благ, в зависимости от их потребляемого количества.

При росте потребления общая полезность растет, а предельная полезность (прирост полезности от потребления дополнительной единицы) падает.

Кардиналистскую теорию предельной полезности предложили представители австрийской школы маржинализма. Австрийская школа получила свое название от происхождения ее основателей и ранних приверженцев, включая Карла Менгера, Эйгена фон Бем-Баверка, Людвига фон Мизеса и Фридриха фон Визера. В основе этой теории лежало предположение о возможности соизмерения полезности различных благ. Этую теорию разделял и Альфред Маршалл.

Общая полезность (TU – англ. total utility) некоторого вида благ есть сумма полезностей всех имеющихся у потребителя единиц этого блага.

Предельная полезность (MU – англ. marginal utility) – прирост полезности, извлекаемой потребителем из дополнительной единицы конкретной продукции.

Общую полезность можно определить:

$$TUn = U_1 + U_2 + \dots + U_n,$$

Где,

U_n – полезность последней единицы блага,

n – номер конечного блага в его общем количестве.

Предельную полезность можно определить:

$$MUn = TUn - TUn_{-1},$$

Где,

MUn – приращение полезности,

TUn – общая полезность при потреблении n -го количества блага,

TUn_{-1} – общая полезность при потреблении предыдущего количества блага.

Изменения общей и предельной полезности видно на рисунке 41.

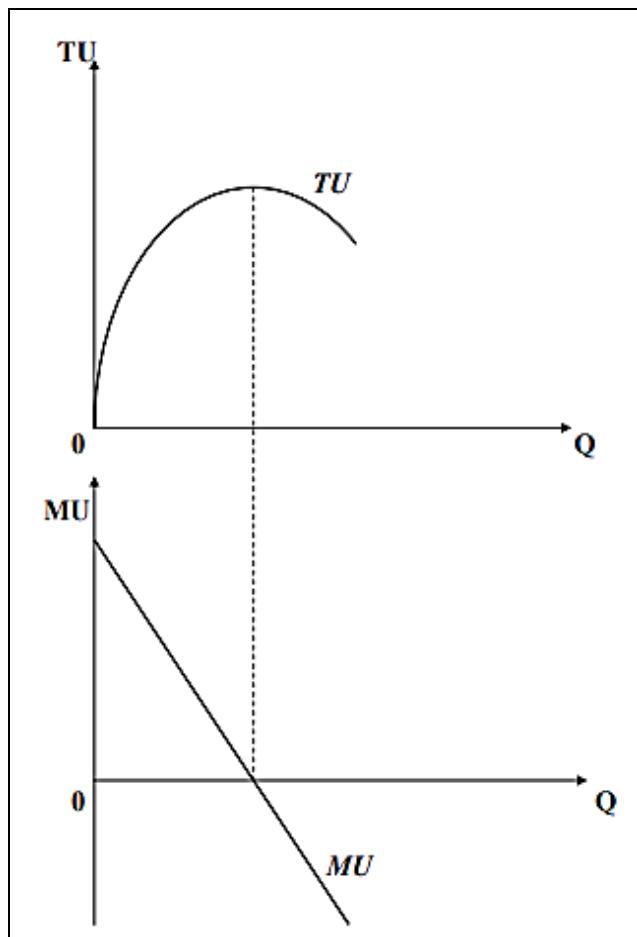


Рисунок 41 – Изменения общей и предельной полезности

Кардиналистами предполагалось, что можно измерить точную величину полезности, которую потребитель извлекает из потребления блага. Используя количественную теорию полезности, можно охарактеризовать не только общую, но и предельную полезность как дополнительное увеличение уровня благосостояния, получаемого при потреблении дополнительного количества благ данного вида и неизменных количествах потребляемых благ всех остальных видов.

Большинство благ обладают свойством убывающей предельной полезности, согласно которому чем больше потребление некоторого блага, тем меньше приращение полезности, получаемой от единичного приращения потребления данного блага. При росте количества потребляемого товара предельная полезность каждой дополнительной единицы уменьшается – это **закон убывающей предельной полезности**.

Закон убывающей предельной полезности нередко называют **первым законом Госсена** (Герман Гейнрих Госсен (1810-1858) - немецкий экономист XIX века), который заключает в себе два положения:

- 1) убывание полезности последующих единиц блага в одном непрерывном акте потребления, так что в пределе обеспечивается полное насыщение данным благом;
- 2) убывание полезности каждой единицы блага по сравнению с ее полезностью при первоначальном потреблении.

Второй закон Госсена формулирует условия оптимума потребителя: при заданных ценах и бюджете он максимизирует полезность, когда отношение предельной полезности и цены одинаково по всем потребляемым им благам.

Из закона следует, что рост цены блага при неизменности цен на все прочие блага и том же доходе вызывает снижение соотношения предельной полезности его потребления и цены, то есть более низкий спрос.

Кардиналисты считали, что полезность можно измерить в условных единицах – **ютилах**.

Позднее было доказано, что создать точный количественной измеритель полезности невозможно, и возникла ординалистская (порядковая) теория полезности, включившая в себя положения кардиналистской теории как частный случай.

Согласно **ординалистской теории (Вильфредо Парето)**, ценность блага зависит не только от его количества, но и от соотношения с другими благами. Главной задачей покупателя становится выбор из доступных ему по доходу наборов благ набора с наибольшей общей полезностью, то есть оптимизация состава потребительской корзины.

Полезность самих потребительских корзин нельзя измерить количественно, их можно ранжировать только качественно, в определенном порядке (ординалистски).

Ординалистский подход к оценке предпочтений потребителя основывается на следующих предположениях:

- 1) рациональности (транзитивности). Если набор А лучше набора В, а набор В лучше набора С, то набор А предпочтительнее набора С;
- 2) предпочтения потребителя сформированы и в момент принятия решений не меняются;
- 3) блага имеют датировку, один и тот же набор в разное время имеет разную полезность;
- 4) количество блага можно менять непрерывно, то есть они однородны, и их можно измерить;
- 5) непосредственная обмениваемость благ: любые блага можно обменивать, если их стоимости (P^*Q) равны;
- 6) в основе поведения потребителя лежат следующие установки:
 - 1) потребители практически всегда предпочитают большее количество товара меньшему;
 - 2) полезность каждого отдельного товара в ряду однородных товаров различна (как правило – убывает). Предельный (маржинальный) анализ, определяющий полезность товара по последнему товару в их ограниченном ряду.

В реальности эти предположения могут не соблюдаться.

2.5.2. Кривые безразличия

Анализ потребительских предпочтений осуществляется при помощи функций полезности, выражающих связь между уровнем полезности и соотношением потребляемых товаров и услуг: $U = f(A; B; C; D)$.

Если в потребительской корзине условно взять ограниченное количество благ, например – два, то удобным инструментом анализа становятся кривые безразличия.

Кривая безразличия – графическое изображение совокупности наборов благ, обеспечивающих для потребителя одинаковый уровень удовлетворения потребностей.

Предположим, что рыночная корзина – комбинация приобретения и потребления благ за определенный период – включает в себя одежду (C) и продовольствие (F). Возможны различные их сочетания в точках A, B, C, D, E – рис. 42.

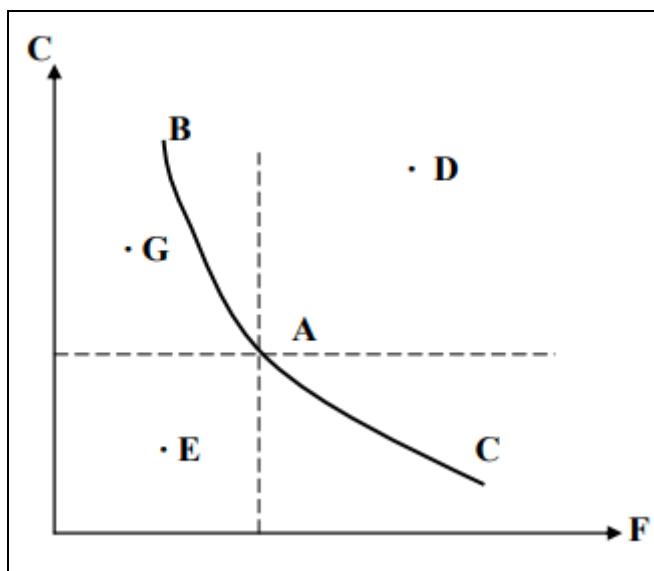


Рисунок 42 – Построение кривой безразличия

Каждая точка в системе координат означает определенное сочетание этих товаров. Дополнительную информацию дает кривая безразличия. Предположим, что она проходит через точки B, A, C.

Это значит, что наборы товаров, обозначаемые точками на данной кривой, имеют для потребителя равную привлекательность, ему безразлично, какой из этих наборов выбрать: A, B или C. Набор D более предпочтителен, следовательно, он находится на другой, более высокой кривой безразличия, а наборы E и G лежат на кривой (или кривых) безразличия, которые находятся ниже кривой ABC и поэтому менее предпочтительны, чем любые сочетания благ на кривой ABC.

Для описания предпочтений потребителя по всем возможным наборам благ используется карта кривых безразличия, которая включает все их бесконечное количество, поэтому изобразить можно только ее фрагмент – рис. 43.

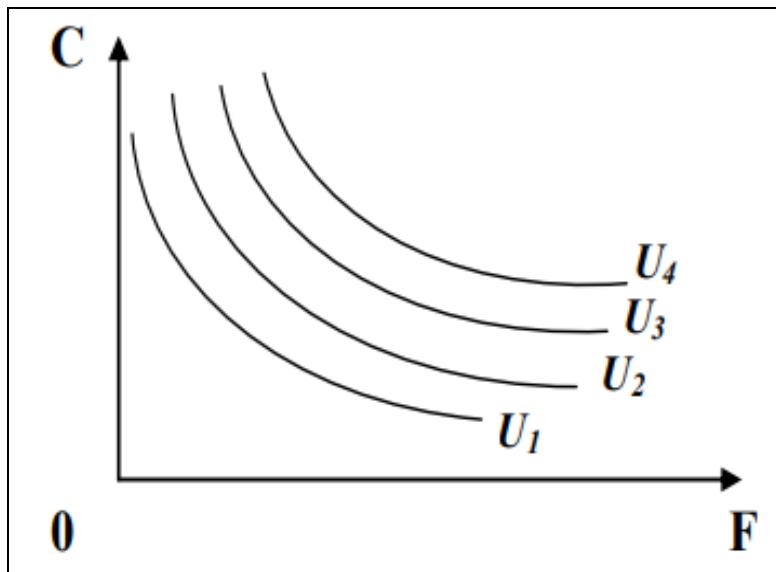


Рисунок 43 – Карта кривых безразличия

Карта кривых безразличия – способ графического изображения функции полезности для некоторого конкретного потребителя по всем возможным наборам благ.

$U = f(QC; QF)$ – функция полезности.

U_1, U_2, U_3, U_4 – кривые безразличия, отражающие функцию полезности для некоторого конкретного потребителя четырех групп сочетаний товаров с равной полезностью.

Свойства кривых безразличия:

- 1) кривая безразличия, расположенная выше другой кривой, характеризует более высокий уровень полезности;
- 2) кривые безразличия для обычных благ всегда имеют отрицательный наклон;
- 3) как правило, имеют вогнутую форму, обусловленную уменьшающимися предельными нормами замещения;

- 4) кривые безразличия никогда не пересекаются;
 5) наборы благ на кривых, более удаленных от начала координат, более предпочтительны, чем набор благ, расположенные на менее удаленных от координат кривых.

Кривые безразличия могут иметь разные виды – рис.44.

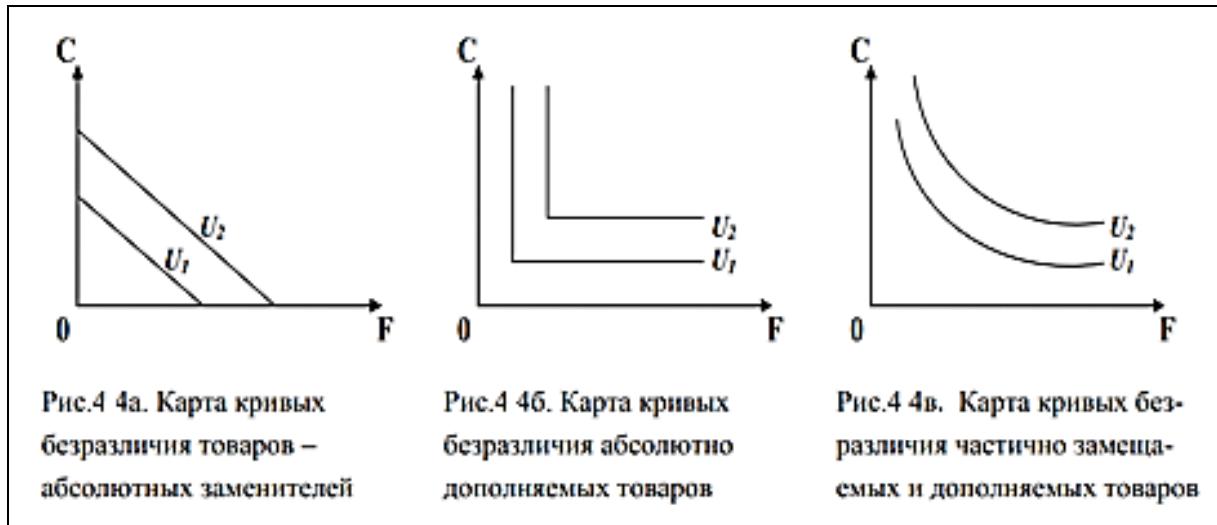
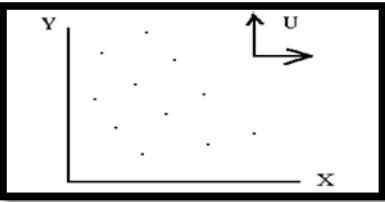
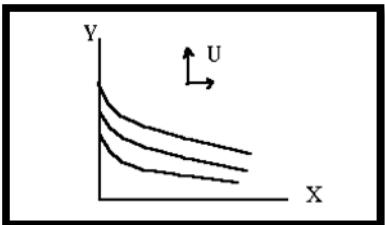
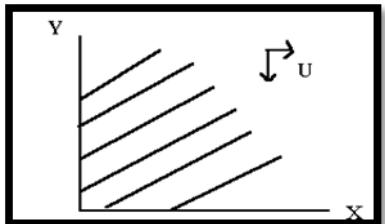
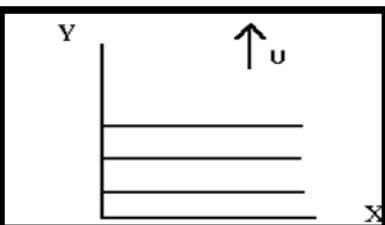
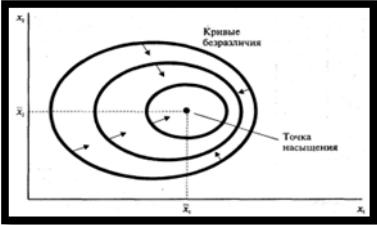
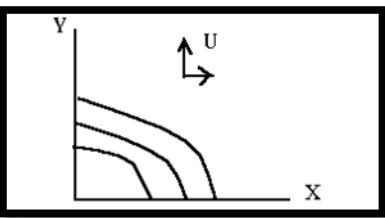


Рисунок 44 – Виды кривых безразличия

Таблица 6 – Основные типы предпочтений потребителей

Карта кривых безразличия	Тип товарного набора	Примеры
	Товарный набор со стандартными предпочтениями	хлеб и вода; стол и диван; автомобиль и холодильник
	Взаимозаменяемые товары (совершенные субституты)	колбаса и сосиски; маркер и карандаш; велосипед и мотоцикл
	Взаимодополняемые товары (совершенные комплементы)	стул и стол; автомобиль и бензин, фотоаппарат и фотопленка, плеер и 2 батарейки

Карта кривых безразличия	Тип товарного набора	Примеры
	Набор с дискретным (неделимым) товаром	посещение театрального спектакля и киносеанса
	Квазилинейные предпочтения. Товарный набор разбивается на две составляющие: линейную и нелинейную. Линейная часть представляет собой товар, который потребляется в относительно больших количествах по сравнению с нелинейным товаром, потребление которого практически не изменяется (изменяется сравнительно незначительно) при росте потребления второго товара.	бумага и ручка
	Благо и антиблаго. С точки зрения своих субъективных предпочтений индивид может считать вредным или неприятным для себя потребление, даже в малых количествах, какого – либо товара, называемого антиблагом. Предельная норма замены в данном случае положительна, так как чтобы свести на нет уменьшение полезности от потребления антиблага нужно потребить больше обычного блага.	холодильники и фреоновый газ
	Строгое предпочтение (набор с нейтральным благом). Количество одного из благ (в данном случае X) никак не влияет на полезность от товарного набора.	подарочный косметический набор, в котором потребитель пользуется только одним предметом

Карта кривых безразличия	Тип товарного набора	Примеры
 График кривых безразличия в координатной системе с осями x_1 и x_2 . На графике изображены две концентрические кривые безразличия, обозначенные как "Кривые безразличия". Внутри внешней кривой отмечена точка, называемая "Точка насыщения".	Предпочтения с точкой насыщения (точкой блаженства) Точка насыщения – это точка, в которой для потребителя существует некий самый наилучший набор, и чем "ближе" потребитель находится к этому наилучшему набору, тем выше его благосостояние с позиций его предпочтений.	алкоголь, сладости
 График, иллюстрирующий несовместимые товары. Ось X горизонтальна, ось Y вертикальна. На графике изображены кривые безразличия, изогнутые вправо, и бюджетная линия, направленная вправо-вверх, обозначенная стрелкой U.	Несовместимые товары	Мороженое и кислая капуста, спортивный костюм и деловая обувь

2.5.3. Потребительский выбор и равновесие потребителя

Кривые безразличия отражают предпочтения потребителя, то есть его потребности. Помимо этого, при анализе потребительского выбора следует принимать во внимание его возможности, то есть бюджетное ограничение. Бюджетное ограничение характеризует реальную покупательную способность потребителя (I) с учетом величины и соотношения цен покупаемых товаров.

Графически бюджетное ограничение выражается в виде бюджетной линии – рис. 45.

Бюджетная линия – отрезок прямой, все точки на которой показывают комбинации благ, которые потребитель в состоянии приобрести при данных ценах при полном расходовании его дохода.

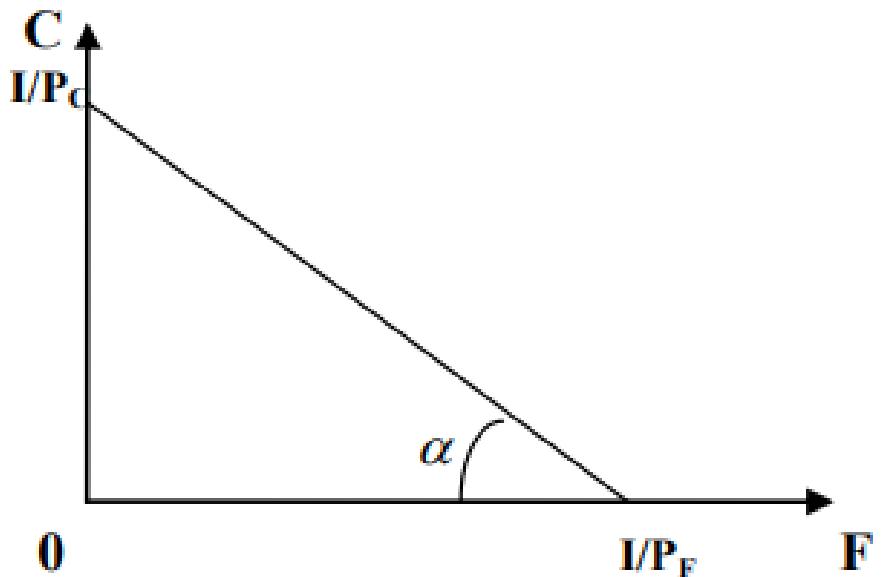


Рисунок 45 – Бюджетная линия

Изменение дохода вызывает сдвиг бюджетной линии вправо–вверх при росте дохода I и влево–вниз при его снижении. Изменение цены одного из благ потребительской корзины меняет соотношение цен товаров, а, следовательно, и угол наклона бюджетной линии.

Потребитель стремится приобрести на свой ограниченный доход такой набор благ, который позволил бы ему в максимальной степени удовлетворить потребности.

Равновесие потребителя – точка, в которой потребитель максимизирует свою общую полезность или удовлетворение от расходования фиксированного дохода. Равновесие потребителя достигается в точке, в которой бюджетная линия касается наивысшей кривой безразличия.

Оптимальный набор благ должен соответствовать двум требованиям:

1. Находится в пределах линии бюджетных ограничений (на ней, а не под ней, иначе в модели появляется третье благо – дающие удовлетворение сбережения). Этим требованиям соответствует точка касания бюджетной линии и самой высокой кривой безразличия, с ней пересекающейся – рис.46.

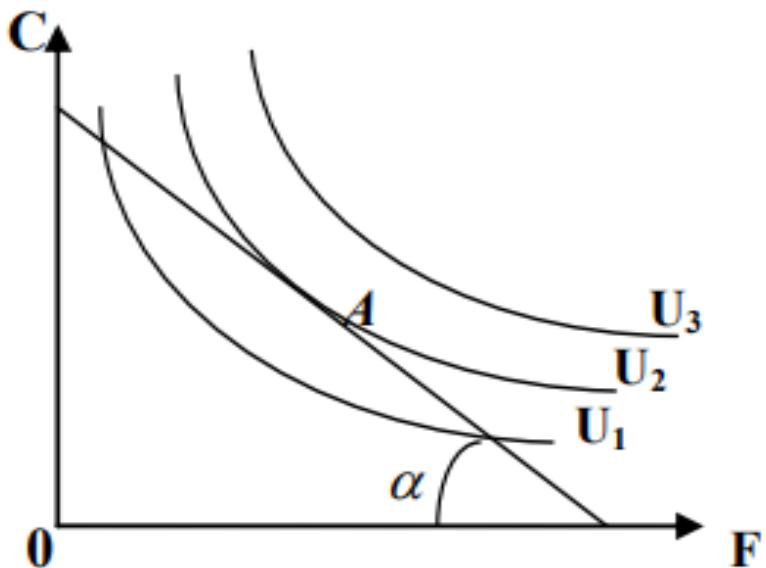


Рисунок 46 – Рациональный потребительский выбор

Стремясь к максимальному удовлетворению своих потребностей, потребитель приходит к положению потребительского равновесия – точке А – точке касания кривой U_2 линии бюджетного ограничения. Она соответствует набору товаров, представляющему рациональный потребительский выбор, стимула менять этот набор на другой нет.

2. В точке равновесия предельные полезности товаров в расчете на одну денежную единицу должны быть равны.

Предельная полезность товара F , выраженная в товаре C , измеряется количеством товара C , от которого потребитель готов отказаться ради одной единицы товара F . Предельная полезность товара C , выраженная в товаре F – это количество товара F , от которого потребитель готов отказаться ради дополнительной единицы товара C .

2.5.4. Эффект дохода и эффект замещения

Предположим, что потребительская корзина формируется из товаров X и Y . При росте дохода бюджетные возможности покупателя будут расти, и точка потребительского выбора переместится на более высокие кривые безразличия. Как правило, при этом возрастает потребление обоих товаров

потребительской корзины. Потребление одного из товаров может сократиться в том редком случае, если это худший (низкокачественный) товар, который может быть замещен другим товаром, входящим в состав потребительской корзины.

Необходимо учитывать два относительно самостоятельных эффекта, влияющих на выбор потребителя при изменении цен:

Эффект дохода – при снижении цены одного из благ потребительской корзины покупатель может предъявить возросший спрос на него при прежней величине дохода, а при повышении цены на товар вынужден будет снизить спрос на данный товар при прежнем доходе. Как правило, при повышении цены товара потребитель в силу эффекта дохода приобретает больше относительно дешевых товаров-заменителей и меньше – дорогих.

Эффект замещения – при изменении соотношения цен товаров потребитель замещает относительно подешевевшим товаром другие блага, которые относительно подорожали. При этом цена одного из товаров потребительской корзины может оставаться неизменной: если дорожает первый товар, второй относительно дешевеет, если первый товар абсолютно дешевеет, второй относительно дорожает.

Общий эффект, определяющий решение потребителя при изменении цены одного из товаров потребительской корзины – сумма эффектов дохода и эффекта замещения

Эффект дохода и эффект замещения впервые исследовали Джон Хикс и Евгений Слуцкий, которые по-разному оценивали их величину в общем эффекте.

По Хиксу реальный доход можно считать неизменным, если при новом соотношении цен потребитель располагает доходом, который обеспечивает достижение прежнего уровня общей полезности. Рациональный потребительский выбор при этом должен остаться на прежней кривой безразличия.

Снижение цены на товар имеет двойственные последствия на принятие решений потребителем:

1) растет действительная покупательная способность: освободившиеся деньги покупатель может расходовать на дополнительные покупки, что равнозначно росту дохода. Это может повлиять на покупки определенных товаров – увеличить их (лучший товар), или сократить (худший);

2) увеличивается потребление товара, цена которого стала относительно ниже по сравнению с ценой других товаров, чем была раньше. В результате этого потребление подешевевшего товара за редчайшим исключением увеличивается, а потребление другого товара может увеличиться, уменьшиться или оставаться прежним.

В трактовке Слуцкого неизменность реального дохода означает возможность при новом соотношении цен приобрести набор благ, соответствующий рациональному выбору при прежнем соотношении цен, который покупатель может приобрести на доход I.

ГЛАВА 3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАКРОЭКОНОМИКИ

ТЕМА 3.1. ВВЕДЕНИЕ В МАКРОЭКОНОМИКУ

3.1.1. Ключевые вопросы макроэкономики

Впервые термин «макроэкономика» был употреблен Рагнаром Фришем 14 августа 1934 года. Основателем современной макроэкономической теории считается Джон Мейнард Кейнс, после того, как в 1936 году он выпустил свою книгу «Общая теория занятости, процента и денег» (англ. The General Theory of Employment, Interest, and Money).

Макроэкономика (от др.-греч. μακρός — «длинный», «большой», οἶκος — «дом» и νόμος — «закон») — раздел экономической теории, изучающий функционирование экономики в целом, экономическую систему как единое целое, совокупность экономических явлений;

В рамках курса принимаем за основу следующее определение: **макроэкономика** — отрасль экономической науки, изучающая функционирование экономики в целом с точки зрения обеспечения условий устойчивого экономического роста, полной занятости ресурсов и минимизации уровня инфляции.

Приведенное определение подчеркивает, во-первых, отличие предмета макроэкономики от микроэкономики, во-вторых, очерчивает круг основных проблем, которые изучает эта наука. Остановимся подробнее на различиях микро- и макроэкономики.

Микроэкономика, как известно, изучает поведение отдельных экономических субъектов на индивидуальных рынках. Результатом микроанализа является утверждение о том, что рыночный механизм, представляющий собой взаимодействие спроса и предложения на основе конкуренции, обеспечивает эффективное использование ресурсов. Микроэкономика дает ответы на вопросы: как определяется цена товара,

каков объем производства данного товара, как (и какие) ресурсы направляются на производство товара, кто получит товар?

Главное отличие макроэкономики состоит в том, что если микроэкономика изучает особенности равновесия на отдельных рынках, то **макроэкономика изучает экономику как целое, то есть это наука об агрегированном поведении в экономике.** Это означает, прежде всего, что макроэкономика исследует все рынки благ как один рынок, как будто вся экономика состоит из одной фирмы (производителя) и одного домохозяйства (потребителя). Все рынки рабочей силы рассматриваются как один рынок. То же самое относится и к рынкам капитала, финансовым рынкам.

Конечно, агрегирование искажает и упрощает действительность, зато дает возможность изучать закономерности экономики как единого целого. В результате агрегирования народное хозяйство предстает как взаимодействие четырех макроэкономических субъектов: сектор домашних хозяйств; предпринимательский сектор; государственный сектор; сектор «остальной мир».

Агрегированию подвергается и характер поведения: в макроэкономике мы имеем дело не со «спросом», а с «совокупным спросом»; не с «предложением», а с «совокупным предложением».

Макроэкономика использует специфические показатели – агрегаты. **Агрегаты** (или совокупности) характеризуют общий объём производства, общий уровень цен, совокупную рабочую силу. Вместе с тем, следует подчеркнуть, что агрегирование не сводится к простому суммированию: свойства целого не сводятся к сумме свойств его частей.

Многие из изучаемых макроэкономических переменных характеризуют количества чего-либо: денег, товаров и т.п. Различают **две категории количественных переменных:** одни относятся к категории запаса, другие – к категории потока.

Если переменная характеризует количество чего-либо, измеренное в данный момент времени, то она относится к категории запаса. (Например, данные о количестве безработных на какую-либо дату).

Если переменная характеризует количество чего-либо в единицу (период) времени, то она относится к категории потока. (Например, данные о потерявших работу или о нашедших работу в течение какого-либо периода).

Между запасами и потоками существует взаимозависимость:

1. в запасе представлен результат накопления потока;
2. поток представляет собой процесс изменения запаса.

Важность изучения макроэкономики

Макроэкономическая ситуация воздействует на жизнь и благосостояние каждого человека, на экономическую деятельность каждой фирмы, на государственную политику и на благополучие всего общества.

Значение макроэкономики состоит в том, что она:

1) выявляет закономерности макроэкономических процессов и явлений, т.е. причинно-следственные связи в экономике, помогает понять и объяснить макроэкономические взаимозависимости;

2) служит основой для разработки принципов и инструментов экономической политики, которая может предотвратить или смягчить макроэкономические проблемы;

3) позволяет составлять прогнозы экономического развития и предвидеть будущие экономические проблемы.

Поэтому знание макроэкономики важно для «экономического здоровья» каждой нации; для каждого экономического агента, как основа принятия экономических решений; для оценки предложений, выдвигаемых политическими деятелями, которые могут иметь серьезные последствия для национальной и мировой экономик.

Кроме того, понимание макроэкономической теории позволяет свести множество различных частных показателей экономической жизни к

нескольким наиболее важным, поддающимся сознательному регулированию.

Основные макроэкономические проблемы

Макроэкономика начала оформляться в самостоятельный раздел экономической теории намного позже микроэкономики – в 30-е годы XX столетия. Это обусловлено тем, что экономисты-неоклассики, разработавшие основы современной экономической теории, не видели существенных различий между функционированием экономики на микроуровне и на уровне экономики в целом. Вывод об эффективном использовании ресурсов, которое обеспечивается функционированием рыночного механизма на микроуровне, они автоматически распространяли на экономику в целом. В результате они даже не ставили вопроса о существовании таких экономических проблем, которые выявляются только при анализе на макроэкономическом уровне.

В приведенном выше определении названы три важнейшие проблемы, составляющие предмет исследования макроэкономики: занятость (безработица), инфляция, и экономический рост. Многие экономисты считают, что круг проблем макроэкономического анализа существенно шире (некоторые доводят их число до тридцати) – рисунок 1.

Действительно, спецификой макроэкономики является то, что ее объект постоянно трансформируется. Кроме того, одной из специфических черт является непосредственная связь макроэкономики с экономической политикой (поэтому в макроэкономике особенно тесно переплетается позитивный и нормативный анализ). И, наконец, в настоящее время, в эпоху глобализации национальные экономики все теснее переплетаются друг с другом. Поэтому представляется правомерным выделение следующих проблем в качестве предмета макроэкономики – рис. 1.

Однако при всем отличии макроэкономики от микроэкономики следует подчеркнуть, что это разделы единой науки с единым предметом – экономическое поведение людей. Единство этих двух разделов отражается

и на сходстве подхода к анализу: как микро- так и макроэкономика используют равновесный подход в анализе экономических процессов.



Рисунок 1 – Проблемы как предмет макроэкономики

Именно с появлением макроэкономики как самостоятельного раздела экономической теории, равновесный подход стал все чаще подвергаться критике. Идеи о том, что капиталистическая экономика в принципе неравновесна, можно обнаружить в книге Дж. М. Кейнса. В настоящее время известный финансист, общественный деятель, пишущий о макроэкономических проблемах, Джордж Сорос высказывает убежденность в том, что именно использование равновесного анализа тормозит развитие экономической теории.

Основными макроэкономическими показателями, которые характеризуют поведение экономики в целом и служат индикаторами для оценки экономической ситуации, являются: величина реального совокупного выпуска (валовой внутренний продукт — ВВП, измеренный в постоянных ценах), уровень безработицы (доля численности безработных

в общей численности рабочей силы, выраженная в процентах), уровень инфляции (температура общего уровня цен, выраженный в процентах), ставка процента (цена заемных средств, или альтернативные издержки использования или хранения денег), индекс фондового рынка (индекс котировок ценных бумаг), валютный курс (цена денежной единицы одной страны, выраженная в определенном количестве денежных единиц другой страны).

3.1.2. Этапы развития, методология и цели макроэкономики

В переводе с греческого слово «микро» означает «маленький», слово «макро» — «большой», а слово «экономика» — «ведение хозяйства». Впервые термин «макроэкономика» применил в 1933 г. в своей статье **норвежский экономист-математик Рагнар Фриш** (Нобелевская премия 1969 г.) который ввел понятия «микроэкономической» и «макроэкономической динамики».

В 1941 г. Пит де Вольф выделил в экономической теории микроэкономику и макроэкономику. Первые попытки научно проанализировать проблемы, затрагивающие экономику в целом, были предприняты еще в середине XVIII в. В 1752 г. шотландский философ Дэвид Юм опубликовал работу «О торговом балансе», в которой исследовал связь между денежной массой, торговым балансом и уровнем цен, заложив тем самым основы количественной теории денег, которая впоследствии широко использовалась представителями классической школы для объяснения макроэкономических процессов.

Положения классического подхода развивали Адам Смит («Исследование о природе и причинах богатства народов», 1776), Давид Рикардо («Начала политической экономии и налогового обложения», 1817), Жан-Батист Сэй («Трактат политической экономии, или Простое изложение способа формирования, распределения и потребления богатства», 1803), Леон Вальрас («Элементы чистой экономической

теории», 1874), Уильям Стэнли Джевонс («Теория политической экономии», 1871), Альфред Маршалл («Принципы экономической теории», 1890), Джон Бэйтс Кларк («Распределение богатства», 1899), Артур Пигу («Экономическая теория благосостояния», 1920).

Основные положения классического подхода

В экономике существуют два независимых сектора: реальный и денежный. Изменения в денежном секторе не влияют на реальный сектор, а лишь приводят к отклонению номинальных переменных от реальных переменных. Это означает, что все цены относительные и действует принцип «нейтральности денег» (neutrality of money).

Два сектора существуют как бы параллельно, поэтому поведение номинальных и реальных переменных не совпадает, что получило название принципа «классической дихотомии» (classical dichotomy). В классической модели денежный рынок отсутствует, а реальный сектор состоит из трех рынков: труда, заемных средств (или рынка капитала) и товаров.

На всех рынках в реальном секторе действует совершенная конкуренция (perfect competition), что соответствовало экономической ситуации конца XVIII в. и всего XIX в. Поэтому экономические агенты не могут влиять на рыночные цены и являются ценополучателями (price-takers).

В условиях совершенной конкуренции все цены (номинальные переменные) — гибкие (flexible), они приспосабливаются к изменениям соотношения между спросом и предложением и обеспечивают автоматическое восстановление нарушенного равновесия на всех рынках. Это относится к цене труда (заработной плате), к цене заемных средств (ставке процента) и к ценам товаров. В экономике действует обоснованный А. Смитом **принцип «невидимой руки»** (invisible hand) — принцип самоуравновешивания рынков (market clearing).

Никакая внешняя сила поэтому не должна вмешиваться в процесс регулирования, а тем более в функционирование экономики. Так обосновывался принцип **государственного невмешательства в управление экономикой**, который получил название «*laissez faire, laissez passer*».

Основная проблема экономики — ограниченность ресурсов, следовательно, они должны распределяться эффективно и использоваться полностью. Поэтому совокупный выпуск всегда находится на потенциальном (или естественном) уровне, который соответствует уровню выпуска при полной занятости (full-employment level) экономических ресурсов.

Ограниченность ресурсов выдвигает на первый план проблему производства. Поэтому **классическая модель — это модель, изучающая поведение экономики со стороны совокупного предложения** (модель supply-side). А совокупный спрос всегда соответствует совокупному предложению. В экономике действует так называемый **закон Сэя**, который гласит, что «**предложение порождает адекватный спрос**», поскольку каждый экономический агент одновременно является и продавцом, и покупателем, и его расходы всегда равны доходам.

Проблема ограниченности ресурсов решается медленно. Технологический прогресс и увеличение производственных возможностей экономики — процесс длительный. Взаимное уравновешивание рынков и адаптация цен к изменению соотношения между спросом и предложением также происходят в течение долгого периода времени. Поэтому **классическая модель описывает поведение экономики в долгосрочном периоде** (модель long-run).

Вплоть до XX в. макроэкономика не существовала как самостоятельная дисциплина. Три события имели фундаментальное значение для развития макроэкономики.

Во-первых, в период Первой мировой войны начались сбор и систематизация агрегированных данных, что обеспечило эмпирическую базу для макроэкономических исследований. В 1920-е годы в США группой экономистов Национального бюро экономических исследований (National Bureau of Economic Research, NBER) под руководством Саймона Кузнецца (Simon Kuznets, Нобелевская премия 1971 г.) и Ричарда Стоуна (Richard Stone, Нобелевская премия 1984 г.) была создана система национальных счетов.

Во-вторых, в 1920-е годы американский экономист Уэсли Клер Митчелл (Wesley Clair Mitchel) обосновал тот факт, что бизнес-цикл (цикл деловой активности) является повторяющимся экономическим явлением.

И в-третьих, в 1929–1933 гг. произошла экономическая катастрофа мирового масштаба (Великий крах), получившая в США название Великой депрессии (Great Depression), которая противоречила постулатам экономистов-классиков о саморегулирующейся экономике.

Основателем макроэкономики как самостоятельного раздела экономической теории является выдающийся английский экономист лорд Джон Мэннард Кейнс (John Maynard Keynes), который, проанализировав события Великой депрессии, опубликовал в 1936 г. книгу «Общая теория занятости, процента и денег», где показал, что макроэкономика имеет собственный предмет и некоторые специфические методы анализа. Вклад Кейнса в экономическую теорию был настолько велик, что его идеи получили название «Кейнсианская революция».

Основные положения подхода Кейнса

Реальный сектор и денежный сектор тесно взаимосвязаны. Принцип «нейтральности денег» заменяется принципом «деньги имеют значение» (money matters). Это означает, что деньги оказывают влияние на реальные переменные. Денежный рынок становится макроэкономическим рынком, сегментом финансового рынка, поэтому равновесная ставка процента

устанавливается не на рынке заемных средств (рынке капитала или долгосрочных активов), а на денежном рынке.

На рынках действует **несовершенная конкуренция**, поэтому цены (номинальные переменные) жесткие (*rigid*), или, по терминологии Кейнса, липкие (негибкие — *sticky*): они «залипают» на определенном уровне и не изменяются в течение некоторого периода времени. Жесткость цен ведет к тому, что равновесие на рынках устанавливается, но не на уровне полной занятости экономических ресурсов.

В условиях неполной занятости ресурсов **основной экономической проблемой становится совокупный спрос**, а не совокупное предложение, так как фирмы готовы произвести столько товаров, сколько у них купят. Поэтому **Кейнсианская модель — это модель, изучающая поведение экономики со стороны совокупного спроса** (модель *demand side*).

Расходы частного сектора (домохозяйств и фирм) не в состоянии обеспечить величину совокупного спроса, требуемого для достижения потенциального уровня совокупного выпуска, поэтому **необходимо государственное вмешательство и государственное регулирование экономики**.

Стабилизационная политика правительства, являющаяся, прежде всего, политикой по регулированию совокупного спроса, воздействует на экономику в краткосрочном периоде и, кроме того, жесткость цен существует относительно недолго, поэтому Кейнсианская модель представляет собой модель, описывающую **поведение экономики в краткосрочном периоде** (модель *short-run*).

Центральная идея теории Кейнса состояла в том, что рыночная экономика не гарантирует экономическую стабильность, и поэтому для противодействия экономическим кризисам и высокой безработице **необходимо проведение правительством стабилизационной политики**.

В течение 25 лет после Второй мировой войны — периода, когда в большинстве стран наблюдался быстрый рост экономики, — все больше

укреплялась вера в то, что государство способно предотвращать экономические спады, активно используя фискальную и монетарную политику для воздействия на совокупный спрос.

Однако в 1970-е годы экономики развитых стран оказались в **ситуации стагфляции** (stagflation) — сочетания инфляции и стагнации, т.е. низких или даже отрицательных темпов роста экономики и высокой безработицы в совокупности с высокой инфляцией. Из анализа этой ситуации был сделан вывод, что главным источником нестабильности является сама политика стабилизации.

В результате на смену «Кейнсианской революции» пришла «неоклассическая контрреволюция».

Основные направления, альтернативные кейнсианству

Монетаризм (monetarism), основоположником которого был американский экономист Милтон Фридман¹⁰ (Milton Friedman, Нобелевская премия 1976 г.).

Главная идея монетаризма заключается в том, что **рыночная экономика является саморегулирующейся и сама способна возвращаться к уровню полной занятости**. Экономические колебания представляют собой результат изменений денежной массы монетарными властями, поэтому для обеспечения стабильности в экономике центральный банк должен поддерживать неизменный темп роста предложения денег – придерживаться «монетарного правила».

Новая классическая макроэкономика (new classical macroeconomics), центральной идеей которой является **концепция рациональных ожиданий**, состоящая в том, что если ожидания экономических агентов рациональны, то экономика всегда находится на уровне полной занятости, поэтому экономическая политика правительства неэффективна. Представителями этого направления являются американские экономисты: Роберт Лукас (Robert Lucas, Нобелевская

премия 1995 г.), Томас Саржент (Thomas Sargent, Нобелевская премия 2011 г.), Нейл Уоллес (Neil Wallace).

Теория реального делового цикла (real business cycle theory), основоположниками которой являются американские экономисты Финн Кидланд (Finn Kydland, Нобелевская премия 2004 г.) и Эдвард Прескотт (Edward Prescott, Нобелевская премия 2004 г.), предположившие, что **источником экономических колебаний выступает не экономическая политика, а технологические шоки.**

Теория экономики предложения(supply-sideeconomics), предложенная вначале 1980-х годов американским экономистом Артуром Лаффером (Arthur Laffer) для преодоления стагфляции в США и используемая в настоящее время для объяснения возможного воздействия фискальной политики на долгосрочный экономический рост.

Макроэкономика как наука постоянно развивается. Изменения касаются и сути изучаемых вопросов, и содержания предлагаемых ответов. Эти изменения происходят под влиянием двух групп факторов: во-первых, появляются новые теории и подходы для объяснения экономических процессов; и во-вторых, мировая экономика сама постоянно развивается, выдвигая новые вопросы и требуя новых ответов.

Наиболее ярким примером является интернационализация мирохозяйственных связей, обусловившая то, что в 1980–1990-е годы важным направлением исследований стал анализ экономических процессов в условиях открытости экономик.

Методология макроэкономики

Макроэкономика изучает экономические процессы с помощью как общих, так и специфических методов.

К общенаучным методам в макроэкономике можно отнести: метод научной абстракции, метод анализа и синтеза, метод единства исторического и логического, системно-функциональный анализ,

экономико-математическое моделирование и сочетание нормативного и позитивного подходов.

Самым ярким специфическим методом макроэкономики является макроэкономическое агрегирование, под которым понимается объединение явлений и процессов в единое целое.

Агрегированные величины характеризуют рыночную конъюнктуру и её изменения. К этим величинам относятся ВВП, ВНП, уровень инфляции, безработицы и др. Макроэкономическое агрегирование распространяется на такие экономические субъекты, как домашние хозяйства, фирмы, государство и его иностранные партнёры и на рынки: товаров, услуг, ценных бумаг, денег, труда, реального капитала, валютные и др.

Также широко используются макроэкономические модели, которые выступают абстрактным выражением экономической реальности, но при этом каждая из них не может быть всеобъемлющей, поэтому они классифицированы по различным критериям.

В процессе функционирования макроэкономика стремится достичь следующих целей:

1. Стабильный рост национального объёма производства. Рост объёма производства в стране обеспечивает население и предприятия необходимыми товарами и услугами. Именно этот показатель характеризует уровень развития экономической системы, а количество продукции, приходящееся на душу населения, свидетельствует об экономическом благосостоянии нации.

2. Стабильный уровень цен. Имеется в виду, что цены устанавливаются на основе свободной рыночной конкуренции (соотношения спроса и предложения) и не поднимаются слишком быстрыми темпами.

3. Высокий уровень занятости. Всякий, кто желает иметь специальность и получить работу по избранной специальности, находит её, зарабатывая в соответствии с тем продуктом, который он создаёт. Это

исключает, естественно, обязательное закрепление работника за каким-либо предприятием.

4. Поддержание равновесного внешнеторгового баланса.
Предполагается относительное равновесие между экспортом и импортом, стабильный обменный курс национальной валюты.

ТЕМА 3.2. МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРУГООБОРОТ

3.2.1. Макроэкономические агенты

Агрегирование означает объединение отдельных элементов в одно целое — агрегат, или совокупность.

Все переменные, изучаемые в макроэкономике, являются агрегированными переменными (совокупный выпуск, национальный доход, совокупный спрос, совокупное предложение, общий уровень цен, совокупные инвестиционные расходы, уровень безработицы и др.).

В макроэкономике агрегируются также экономические агенты, экономические рынки и экономическое поведение. **Предмет макроэкономического анализа** можно сформулировать как изучение закономерностей поведения макроэкономических агентов на макроэкономических рынках и их взаимосвязей.

Агрегирование, основанное на выявлении типичных черт экономического поведения, позволяет выделить четыре макроэкономических агента (четыре сектора экономики): домохозяйства, фирмы, государственный сектор, иностранный сектор.

Домохозяйства (или сектор домохозяйств) (households) — это совокупный, рационально действующий макроэкономический агент, цель экономической деятельности которого состоит в максимизации полезности — рис. 2.



Рисунок 2 – Характеристика макроэкономического агента –
домохозяйство

Общими чертами, характеризующими экономическое поведение всех различных домохозяйств в экономике и позволяющими объединить их в один сектор, является то, что **домохозяйства выступают**:

1) *собственниками экономических ресурсов* — труда, земли, капитала и предпринимательских способностей (обеспечивают предложение факторов производства);

2) *получателями национального дохода*: продавая услуги экономических ресурсов, домохозяйства получают факторные доходы (заработную плату — за услуги труда; ренту — за услуги земли и недвижимости; процент — за услуги капитала и прибыль — за предпринимательские способности);

3) *основными покупателями товаров и услуг* (предъявляют спрос на совокупный продукт): получая факторные доходы, домохозяйства большую их часть тратят на потребление — покупку потребительских товаров;

4) *основными сберегателями и поэтому кредиторами*: какrationально действующие экономические агенты домохозяйства тратят на потребление не весь свой доход, часть дохода они сберегают, обеспечивая предложение кредитных заемных средств в экономике.

Фирмы (сектор фирм или сектор бизнеса) (business firms) — это совокупный, rationально действующий макроэкономический агент, целью экономической деятельности которого выступает максимизация прибыли — рис.3.

Фирмы являются:

1) *основными производителями товаров и услуг в экономике* (обеспечивают предложение совокупного продукта);

2) *покупателями экономических ресурсов*, с помощью которых осуществляется процесс производства (предъявляют спрос на экономические ресурсы);



Рисунок 3 – Характеристика макроэкономического агента – фирма

3) *покупателями части совокупного выпуска* — инвестиционных товаров (в первую очередь оборудования и промышленных зданий), которые необходимы фирмам для возмещения износа капитала и обеспечения прироста запаса капитала с целью расширения производства;

4) *основными заемщиками в экономике*: поскольку выручку от продаж фирмы выплачивают домохозяйствам в виде факторных доходов, то для финансирования своих инвестиционных расходов фирмы используют, как правило, заемные средства (предъявляют спрос на заемные средства).

Домохозяйства и фирмы образуют **частный сектор** (private sector) экономики.

Государственный сектор (правительство) (government) — это рационально действующий макроэкономический агент, представленный совокупностью государственных учреждений и организаций, обладающих политическим и юридическим правом воздействовать на ход экономических процессов и регулировать экономику.

Основная задача государственного сектора в рыночной экономике состоит в устранении провалов рынка и максимизации общественного благосостояния.

Государственный сектор выступает:

- 1) производителем общественных благ;
- 2) покупателем части совокупного выпуска (товаров — как потребительских, так и инвестиционных — и услуг), что необходимо для обеспечения функционирования государственного сектора;
- 3) перераспределителем национального дохода (через сбор налогов и выплату трансфертов и субсидий);
- 4) кредитором или заемщиком на финансовом рынке в зависимости от состояния государственного бюджета;
- 5) регулятором и организатором функционирования рыночной экономики: во-первых, устанавливая и поддерживая институциональные основы эффективного развития экономики (законодательная база, система безопасности, налоговая система, антимонопольное законодательство и др.), т.е. разрабатывая «правила игры»; и во-вторых, проводя макроэкономическую политику, направленную на решение возникающих проблем и улучшение экономической ситуации.

Частный и государственный секторы образуют **закрытую экономику** (closed economy) (или смешанную закрытую экономику, mixed closed economy) — экономику, не взаимодействующую с экономиками других стран.

Иностранный сектор (foreign sector) — это совокупный рационально действующий макроэкономический агент, объединяющий все остальные страны мира, с которыми национальная экономика взаимодействует через три канала:

- 1) международную торговлю — покупку и продажу товаров и услуг (экспорт и импорт товаров и услуг);
- 2) международные потоки капитала — покупку и продажу активов, прежде всего финансовых — ценных бумаг (приток и отток капитала);

3) международные потоки факторов производства — перемещение экономических ресурсов между странами (в первую очередь рабочей силы).

Экономика, которая взаимодействует с другими экономиками (с остальным миром), называется **открытой экономикой** (open economy).

3.2.2. Макроэкономические рынки

Агрегирование рынков производится с целью выявления закономерностей функционирования каждого из них, а именно:

1) исследования особенностей формирования спроса и предложения и условий их равновесия на каждом из рынков;

2) определения равновесной цены и равновесного количества на основе соотношения спроса и предложения;

3) анализа последствий изменения равновесия на каждом из рынков.

Агрегирование рынков позволяет выделить следующие макроэкономические рынки: рынок товаров и услуг, финансовый рынок (рынок финансовых активов), рынок заемных средств, рынок экономических ресурсов и валютный рынок.

Рынок товаров и услуг (goods market или product market) предполагает абстрагирование (отвлечение) от всего разнообразия производимых экономикой товаров и услуг и выделение наиболее важных закономерностей функционирования этого рынка — формирования спроса и предложения товаров и услуг.

Спрос на товары и услуги (**совокупный спрос** — aggregate demand, AD) предъявляют все макроэкономические агенты, а предложение товаров и услуг (**совокупное предложение** — aggregate supply, AS) обеспечивают фирмы.

Соотношение спроса и предложения позволяет определить **равновесный общий уровень цен на товары и услуги** (price level, P) и

равновесный уровень совокупного реального выпуска (real output, или yield, Y).

Финансовый рынок (financial market) — это рынок, на котором предъявляется спрос и обеспечивается предложение финансовых активов. Он включает: *денежный рынок* — рынок денежных финансовых активов и *рынок ценных бумаг* — рынок неденежных финансовых активов.

На денежном рынке (money market) не происходят процессы купли и продажи: покупать деньги за деньги бессмысленно. Однако исследование закономерностей функционирования денежного рынка, формирования спроса на деньги и предложения денег очень важно для макроэкономического анализа.

Спрос на деньги (money demand, MD) предъявляют все внутренние макроэкономические агенты (домохозяйства, фирмы и правительство), а *предложение денег* (money supply, MS) обеспечивает центральный банк, обладающий монопольным правом выпуска (эмиссии) денег в обращение.

Изучение денежного рынка, условий его равновесия позволяет определить *равновесную номинальную ставку процента* (interest rate, i), выступающую ценой использования денег (ценой кредита) или альтернативными издержками хранения денег, и *равновесную величину денежной массы* (money stock, M), а также рассмотреть последствия изменения равновесия на денежном рынке и его влияния на рынок товаров и услуг.

Основными посредниками на денежном рынке являются банки, которые принимают денежные вклады и выдают кредиты.

На рынке ценных бумаг продаются и покупаются акции и облигации.

Акция (share, stock, или equity, E) — это бессрочная ценная бумага, т.е. не имеющая срока погашения и существующая столько лет, сколько существует выпустившая ее фирма. Акция делает ее покупателя совладельцем этой фирмы и обеспечивает ему право участия в управлении

фирмой и право на получение дохода — дивиденда, величина которого зависит от размеров прибыли фирмы.

Облигация (bond, B) — это срочная ценная бумага, т.е. выпущенная на определенный срок (например, на один год, на пять лет и т.п.), покупатель которой является кредитором эмитента облигаций. Облигация не дает ее владельцу право на управление фирмой, однако обеспечивает получение фиксированного (независимо от величины прибыли) дохода — процента, а в момент наступления срока погашения — возвращение номинальной стоимости облигации.

Покупателями ценных бумаг (экономическими агентами, предъявляющими спрос на них), прежде всего, являются домохозяйства, которые тратят свои сбережения с целью получения дохода (дивиденда по акциям и процента по облигациям).

Продавцами (экономическими агентами, обеспечивающими предложение — эмитентами) акций выступают фирмы, а облигаций — фирмы и правительство.

Фирмы выпускают акции и облигации с целью получения средств для финансирования своих инвестиционных расходов и расширения производства, а правительство выпускает государственные облигации для финансирования увеличения своих расходов (если доходов государственного бюджета оказывается недостаточно) и дефицита государственного бюджета.

В макроэкономических моделях, как правило, под **рынком неденежных финансовых активов** понимается рынок облигаций (bonds market), поскольку облигации более надежны, менее рискованы и приносят фиксированный (процентный) доход своему владельцу.

Соотношение между спросом на облигации (demand for bonds, BD) и предложением облигаций (supply of bonds, BS) позволяет определить *равновесную цену облигаций* (price of bonds, PB) и *равновесное количество облигаций* (quantity of bonds, B).

Рынок заемных средств (loanable funds market) — это рынок, который связывает заемщиков, предъявляющих спрос на финансовые средства, и кредиторов (сберегателей), обеспечивающих предложение финансовых средств.

Спрос на заемные средства (demand for loanable funds, FD) предъявляют фирмы, которым эти средства необходимы для финансирования увеличения инвестиционных расходов, и правительство с целью получения средств для финансирования увеличения расходов бюджета.

Предложение заемных средств (supply of loanable funds, FS) представляет собой сумму сбережений всех макроэкономических агентов: домохозяйств, фирм, государственного сектора (правительства) и иностранного сектора.

Равновесие рынка заемных средств, при котором величина предложения заемных средств равна величине спроса на заемные средства ($FS = FD$), позволяет определить *равновесную цену заемных средств* — реальную ставку процента (real interest rate, r) и *равновесное количество заемных средств* (quantity of loanable funds, F).

Рынок экономических ресурсов (resource market) в макроэкономических моделях представлен *рынком труда* (labour market), поскольку закономерности его функционирования (формирование спроса на труд и предложения труда) позволяют объяснить макроэкономические процессы, особенно в краткосрочном периоде.

Изучение рынка труда предлагает отвлечение (абстрагирование) от всех различий видов труда, уровней квалификации и профессиональной подготовки.

Спрос на труд (labour demand, LD) предъявляют фирмы, а *предложение труда* (labour supply, LS) обеспечивают домохозяйства.

Равновесие рынка труда позволяет определить равновесную «цену труда» — уровень реальной заработной платы (real wage, WP) и равновесное количество труда в экономике (quantity of labour, L).

Анализ неравновесия на рынке труда дает возможность выявить причины и формы безработицы.

Валютный рынок (foreign exchange market) — это рынок, на котором происходит обмен друг на друга в определенных соотношениях национальных денежных единиц (валют) разных стран (например, рублей на доллары, долларов на иены, фунтов стерлингов на евро и т.п.).

Спрос на национальную валюту (demand for national currency, D) предъявляют иностранцы, желающие купить товары и услуги и/или активы (например, финансовые — ценные бумаги) данной страны, а *предложение национальной валюты* (supply of national currency, S) обеспечивают внутренние макроэкономические агенты, желающие купить иностранные товары и услуги и/или иностранные активы. В результате обмена одной валюты на другую (соотношения спроса и предложения) формируется ее цена — *номинальный валютный курс* (exchange rate, e).

3.2.3. Двухсекторная модель экономики

Выявление наиболее типичных черт поведения экономических агентов (агрегирование агентов) и наиболее существенных закономерностей функционирования экономических рынков (агрегирование рынков) позволяет агрегировать макроэкономические взаимосвязи, то есть исследовать закономерности поведения макроэкономических агентов на макроэкономических рынках. Это делается с помощью построения **схемы кругооборота продукта, расходов и доходов** (или модели круговых потоков – model of circular flows).

Простая двухсекторная модель экономики состоит из двух макроэкономических агентов — домохозяйств и фирм — и двух

макроэкономических рынков — рынка товаров и услуг и рынка экономических ресурсов.

Диаграмма кругооборота в этой модели представлена на рисунке 4, в которой материальные потоки (товаров и услуг, экономических ресурсов) показаны пунктирными линиями, а денежные потоки (плата за товары и услуги, плата за услуги факторов производства) — сплошными линиями.

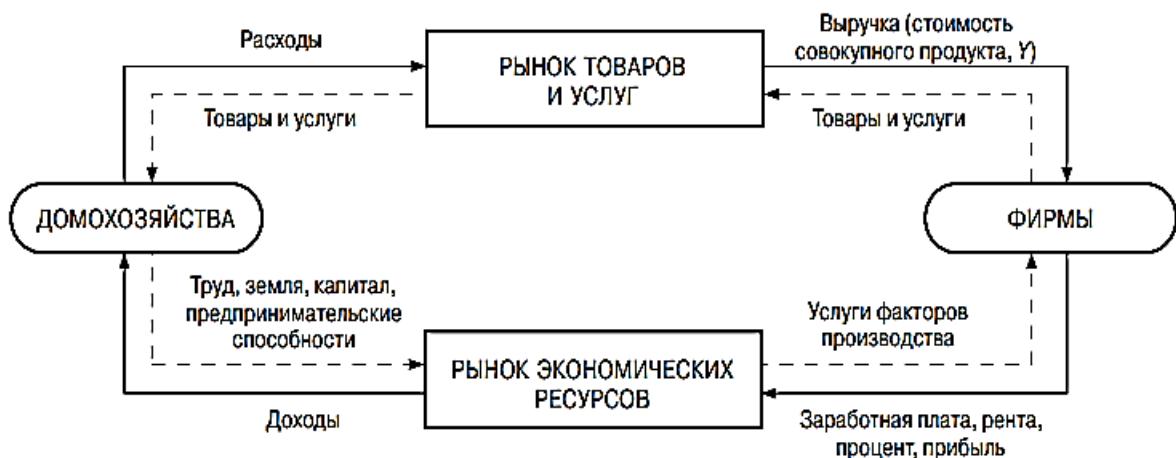


Рисунок 4 – Диаграмма кругооборота в простой (двухсекторной) модели экономики

Домохозяйства приобретают товары и услуги (совокупный продукт), которые производят фирмы, и плата за которые для домохозяйств представляет собой расходы на покупку товаров и услуг, для фирм — выручку от продаж, а для экономики — стоимость совокупного продукта (совокупного выпуска).

Для производства товаров и услуг фирмам необходимы экономические ресурсы (труд, земля, капитал и предпринимательские способности), собственниками которых выступают домохозяйства. Плата за использование экономических ресурсов является для домохозяйств факторными доходами, включающими заработную плату за услуги фактора труд, ренту за услуги фактора земля, процент за услуги фактора капитал и прибыль за фактор предпринимательские способности и в сумме составляющими совокупный (национальный) доход Y . Для фирм эти

выплаты (за исключением прибыли) представляют собой *издержки производства*.

Из диаграммы кругооборота для двухсекторной модели экономики (рисунок 4) следует, что:

1) **совокупный доход Y (yield)** тождественно равен **совокупным расходам E (aggregate expenditures)**: весь доход расходуется, а все расходы превращаются в чей-то доход;

2) **совокупные расходы E тождественно равны стоимости совокупного продукта (совокупного выпуска) Y** : совокупный спрос равен совокупному предложению;

3) **стоимость совокупного продукта (совокупного выпуска) Y тождественно равна величине совокупного дохода Y** (заметим, что в двухсекторной модели совокупный доход равен национальному доходу).

Обратим внимание, что **совокупный выпуск и совокупный доход** обозначаются одной и той же буквой Y .

Движение совокупного дохода, совокупных расходов и совокупного продукта образуют круг — получаем кругооборот (круговые потоки).

Рассмотрим пример.

Предположим, что в двухсекторной экономике домохозяйства получают следующие доходы от фирм: заработную плату 1200 руб.; процентные платежи 60 руб.; ренту 20 руб.; прибыль 170 руб.

Потребительские расходы домохозяйств C равны 1350 руб. и инвестиционные расходы фирм равны 100 руб.

Фирмы производят 145 ед. продукции и продают ее домохозяйствам по 10 руб. за единицу.

Стоимость совокупного выпуска в этой экономике равна 1450 руб. и может быть подсчитана тремя способами:

1) как стоимость совокупного продукта путем умножения цены единицы продукции на количество единиц продукции: $Y = 10 \text{ руб.} \times 145 = 1450 \text{ руб.}$;

2) как сумма совокупных (потребительских и инвестиционных) расходов: $Y = C + I = 1350 \text{ руб.} + 100 \text{ руб.} = 1450 \text{ руб.};$

3) как величина совокупного дохода — сумма факторных доходов, заработанных домохозяйствами: $Y = \text{заработка плата} + \text{процентные платежи} + \text{рента} + \text{прибыль} = 1200 \text{ руб.} + 60 \text{ руб.} + 20 \text{ руб.} + 170 \text{ руб.} = 1450 \text{ руб.}$

Во всех трех случаях получаем одинаковый результат.

Домохозяйства действуют рационально, поэтому тратят на **потребление — покупку потребительских товаров и услуг (consumption spending, C)** — не весь свой доход, полученный от продажи услуг экономических ресурсов. Часть дохода они сберегают, потому что **сбережения (saving, S)** могут принести дополнительный доход.

Фирмы же испытывают потребность в дополнительных средствах для расширения производства, так как в соответствии с предпосылками модели всю выручку от продаж они выплачивают домохозяйствам в виде факторных доходов. Это предопределяет *необходимость появления финансового рынка*, на котором сбережения домохозяйств превращаются в **заемные средства (loanable funds, F)** для фирм. Такое превращение происходит двумя способами:

либо домохозяйства предоставляют свои сбережения финансовым посредникам денежного рынка (прежде всего, коммерческим банкам), у которых фирмы берут кредиты;

либо домохозяйства тратят свои сбережения на покупку ценных бумаг (акций и облигаций), выпускаемых фирмами, напрямую обеспечивая их необходимыми денежными средствами.

Отсюда следует, что **формула сбережений домохозяйств** имеет вид:

$$S = DM + DE + DB,$$

где DM — увеличение суммы денежных средств (money assets) на банковских счетах;

DE и DB — суммы, израсходованные домохозяйствами на покупку соответственно акций (equities) и облигаций (bonds).

Сбережения домохозяйств используются фирмами для покупки инвестиционных (или капитальных) товаров (оборудования, промышленных зданий, сооружений), требующихся для поддержания и расширения производства. Расходы, сделанные фирмами на покупку инвестиционных товаров, называются **инвестиционными расходами (investment spending, I)**.

Таким образом, финансовый рынок связывает сбережения и инвестиции (кредиторов и заемщиков).

Диаграмма кругооборота в двухсекторной модели экономики с финансовым рынком, на которой показаны только денежные потоки, представлена на рисунке 5.

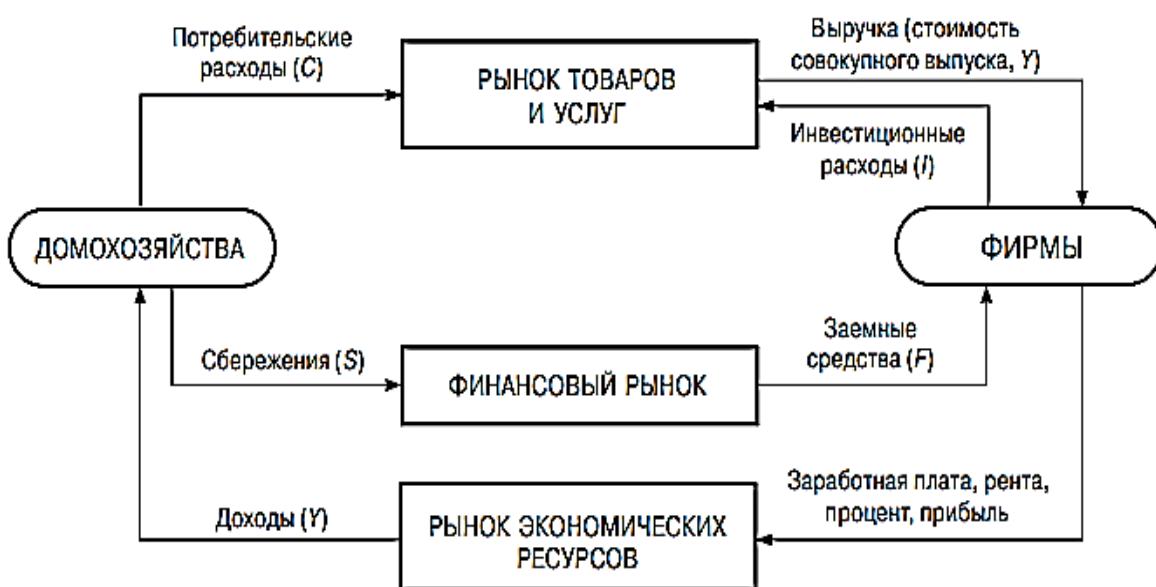


Рисунок 5 – Диаграмма кругооборота в двухсекторной модели экономики с финансовым рынком

В этой модели тождество между совокупными расходами (E) и совокупным выпуском (Y) и тождество между совокупным доходом и стоимостью совокупного продукта сохраняются: $E \equiv Y$.

Совокупные расходы (E) в двухсекторной модели экономики включают два компонента: потребительские расходы домохозяйств C ; инвестиционные расходы фирм I :

$$E = C + I$$

Совокупный доход (Y) используется на: *потребление* (покупку потребительских товаров) C ; *сбережения* S :

$$Y = C + S.$$

Так как $E \equiv Y$, то $C + I \equiv C + S$.

Следовательно, в двухсекторной модели **инвестиции тождественно равны частным сбережениям** (*private saving*): $I \equiv S$.

Однако инвестиции и сбережения играют разную роль в экономике.

Инвестиции представляют собой инъекции (injections), а сбережения — изъятия, или утечки (leakages).

Инъекции — это потоки денежных средств, направленные на приобретение совокупного продукта, созданного внутри страны (за исключением потребительских расходов) — все, что увеличивает поток совокупных расходов и, следовательно, совокупных доходов. Рост инвестиционных расходов увеличивает совокупные расходы (совокупный спрос), стимулируя фирмы увеличивать производство, привлекая дополнительные ресурсы, что ведет к росту факторных доходов и увеличению совокупного выпуска (совокупного продукта).

Изъятия — это потоки денежных средств, изымаемых из потока совокупных расходов — все, что сокращает совокупные расходы (совокупный спрос) и, следовательно, совокупный выпуск и совокупные доходы. Рост сбережений уменьшает совокупные расходы, что может привести к сокращению совокупного выпуска. В экономике инъекции тождественно равны изъятиям, а совокупные инвестиции — совокупным сбережениям.

Рассмотрим пример.

Предположим, что в двухсекторной экономике домохозяйства получают следующие доходы от фирм: заработную плату 1200 руб.; процентные платежи 60 руб.; ренту 20 руб.; прибыль 170 руб. Потребительские расходы домохозяйств С равны 1350 руб. и инвестиционные расходы фирм равны 100 руб. Фирмы производят 145 ед. продукции и продают ее домохозяйствам по 10 руб. за единицу. Стоимость совокупного выпуска в этой экономике равна 1450 руб. и может быть подсчитана тремя способами:

1) как стоимость совокупного продукта путем умножения цены единицы продукции на количество единиц продукции: $Y = 10 \text{ руб.} \cdot 145 = 1450 \text{ руб.};$

2) как сумма совокупных (потребительских и инвестиционных) расходов: $Y = C + I = 1350 \text{ руб.} + 100 \text{ руб.} = 1450 \text{ руб.};$

3) как величина совокупного дохода — сумма факторных доходов, заработанных домохозяйствами: $Y = \text{заработка плата} + \text{процентные платежи} + \text{рента} + \text{прибыль} = 1200 \text{ руб.} + 60 \text{ руб.} + 20 \text{ руб.} + 170 \text{ руб.} = 1450 \text{ руб.}$

Инвестиционные расходы равны 100 руб., и сбережения домохозяйств, которые представляют собой разницу между доходом домохозяйств и их расходами на покупку потребительских товаров ($S = Y - C = 1450 \text{ руб.} - 1350 \text{ руб.}$), также равны 100 руб.

Следовательно, в двухсекторной модели инвестиционные расходы равны величине сбережений частного сектора: $I = S$

3.2.4. Трехсекторная модель экономики

Включение в анализ государственного сектора (правительства) превращает двухсекторную модель экономики в трехсекторную (модель смешанной закрытой экономики) (рисунок 6) и означает появление новых видов макроэкономических взаимосвязей.

Государственный сектор (правительство):

1) делает закупки товаров и услуг (government purchases, G), необходимые для содержания государственного сектора экономики, обеспечения производства общественных благ, выполнения функций по регулированию экономики и управлению страной. Государственные закупки включают: покупку товаров, необходимых для правительства и армии, и оплату услуг (выплату жалованья) государственных служащих и военнослужащих (стрелка от государственного сектора к рынку товаров и услуг);

2) обязывает всех платить налоги (taxes, T_x), являющиеся основным источником доходов государственного бюджета и средством перераспределения национального дохода.

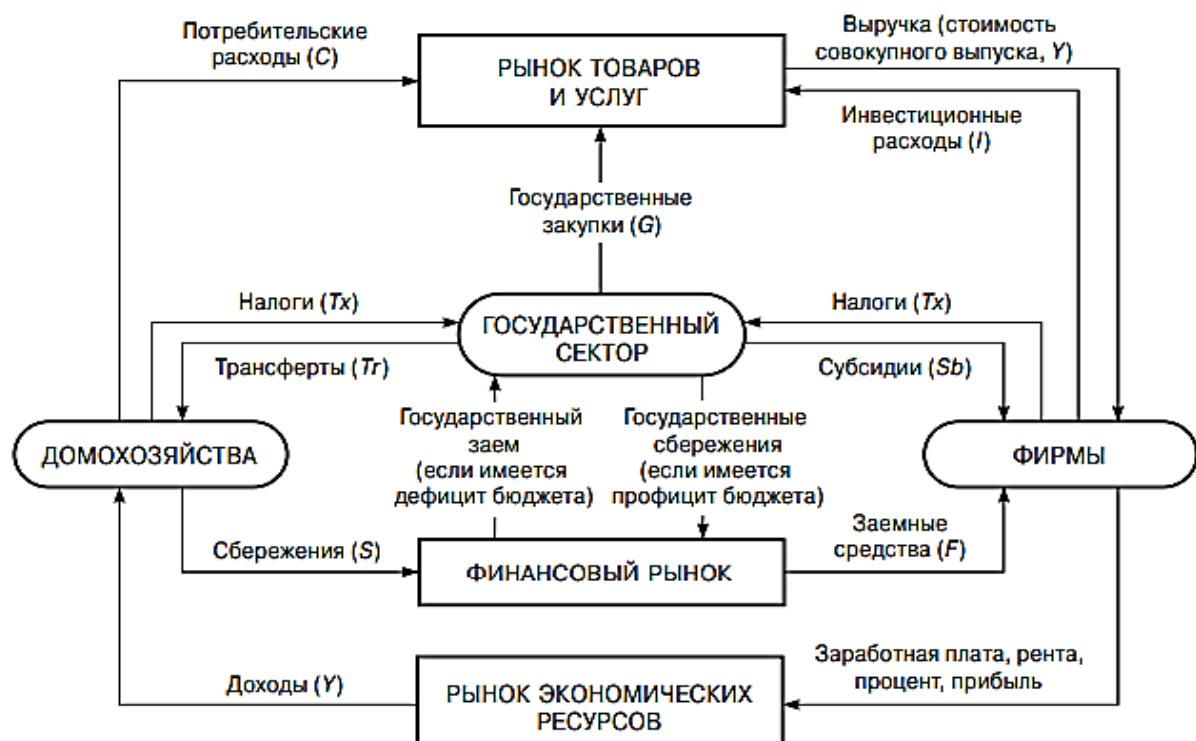


Рисунок 6 – Диаграмма кругооборота в трехсекторной модели экономики (с государственным сектором)

Различают налоги прямые и косвенные. Прямые налоги налагаются на доходы и собственность. Косвенные налоги включаются в цены товаров и услуг (например, налог на добавленную стоимость (НДС), налог с продаж, акцизные налоги и т.п.). Домохозяйства платят прямые налоги

(стрелка от домохозяйств к правительству), а фирмы — прямые и косвенные налоги (стрелка от фирм к правительству) (рисунок 6);

3) выплачивает **трансферты** (*transfer payments, Tr*) домохозяйствам, такие как пенсии, стипендии, пособия по безработице, пособия по бедности, пособия по нетрудоспособности и др. (стрелка от правительства к домохозяйствам), и **субсидии** (*subsidies, Sb*) фирмам (стрелка от правительства к фирмам). Трансферты и субсидии — это платежи, которые домохозяйства и фирмы получают от правительства не в обмен на товары и услуги.

Государственные закупки товаров и услуг, трансферты и субсидии представляют собой *расходы правительства*, а *налоги* — основной *источник правительственных доходов*, обеспечивающих возможность оплаты расходов.

Для упрощения анализа в макроэкономических моделях субсидии обычно отдельно не рассматриваются. Это связано с тем, что в развитых странах субсидии напрямую выплачиваются, как правило, только сельскохозяйственным производителям (например, фермерам в США) и только в периоды серьезных спадов, а фирмы получают помощь от правительства в косвенной форме — путем предоставления льгот по налогообложению (например, через инвестиционный налоговый кредит).

Соотношение (баланс) расходов и доходов правительства называется **государственным бюджетом** (*government budget, GB*):

если доходы правительства превышают расходы ($Tx > G + Tr$), то имеется **профицит бюджета** (*budget surplus, BS*);

если доходы и расходы правительства равны ($Tx = G + Tr$), то **бюджет сбалансирован** (*balanced budget, BB*);

если расходы правительства превышают доходы ($Tx < G + Tr$), то имеется **дефицит бюджета** (*budget deficit, BD*).

Чтобы профинансировать дефицит бюджета, правительство берет заем на финансовом рынке, выпуская государственные облигации и

продавая их населению, т.е. *выступает заемщиком* (стрелка от финансового рынка к государственному сектору на рисунке 6).

Население покупает государственные облигации, используя на их покупку часть своих сбережений, поскольку получает по облигациям процентный доход. Сумма процентных выплат по государственным облигациям называется обслуживанием государственного долга и представляет собой часть расходов государственного бюджета.

При наличии *профицита бюджета* правительство выступает *сберегателем*. В этом случае оно может покупать ценные бумаги частных фирм (стрелка от государственного сектора к финансовому рынку на рисунок 6).

Превышение доходов бюджета над расходами называется **государственными сбережениями (government saving, SG)**:

$$SG = Tx - (G + Tr), \text{ или } SG = T - G,$$

где T — чистые налоги (net taxes), равные разнице между налогами и трансфертами ($T = Tx - Tr$).

Таким образом, в зависимости от состояния государственного бюджета правительство может выступать на финансовом рынке либо заемщиком (при дефиците бюджета), либо кредитором (при профиците бюджета), что на диаграмме кругооборота отображается взаимосвязью правительства с финансовым рынком (соответственно стрелками от финансового рынка или к финансовому рынку).

Для трехсекторной модели экономики справедливы все выводы, сделанные для двухсекторной модели.

Однако **совокупные расходы** состоят теперь из трех компонентов: *потребительских C, инвестиционных I и государственных закупок товаров и услуг G*:

$$E = C + I + G,$$

Совокупный доход используется на потребление (покупку потребительских товаров и услуг) C , частные сбережения S и выплату чистых налогов T :

$$Y = C + S + (Tx - Tr), \text{ или } Y = C + S + T.$$

Получаем дополнительные инъекции в поток совокупных расходов — государственные закупки G и трансферты Tr — и дополнительное изъятие из потока совокупных расходов — налоги Tx :

$$E \equiv Y \Rightarrow C + I + G \equiv C + S + (Tx - Tr) \Rightarrow I + G + Tr \equiv S + Tx.$$

Как правило, в макроэкономических моделях **тождество инъекций и изъятий в трехсекторной модели экономики** записывается как:

$$I + G \equiv S + T.$$

С добавлением государственного сектора совокупный доход, созданный домохозяйствами (собственниками экономических ресурсов) и являющийся суммой факторных доходов — национальный доход Y , — начинает отличаться от дохода, который они могут использовать на потребление (покупку потребительских товаров) и сбережения — располагаемого дохода Y_D (disposable income).

Отличие состоит в величине налогов, которые домохозяйства платят правительству, и трансфертов, которые правительство платит домохозяйствам, т.е. в величине чистых налогов:

$$Y_D = Y - Tx + Tr, \text{ или}$$

$$Y_D = Y - T.$$

Располагаемый доход домохозяйства используют на потребление и сбережения: $Y_D = C + S$, из чего следует, что частные сбережения S могут быть подсчитаны как разница между располагаемым доходом и расходами на потребление:

$$S = Y_D - C, \text{ или}$$

$$S = Y - Tx + Tr - C = Y - T - C.$$

В трехсекторной модели экономики частные сбережения не являются единственным видом сбережений.

Они могут дополняться государственными сбережениями S_G , если правительство имеет профицит государственного бюджета ($S_G = T - G$).

А это означает, что в трехсекторной модели экономики инвестиционные расходы должны быть равны не частным сбережениям, а **национальным сбережениям (national saving, S_{NAT})**, представляющим собой сумму частных сбережений S и государственных сбережений S_G :

$$I = S_{NAT} = S + S_G = = (Y - Tx + Tr - C) + (Tx - G - Tr) = = Y - C - G.$$

Рассмотрим пример.

Предположим, что в закрытой экономике заработка равна 850 руб., процентные платежи — 60 руб., рента — 25 руб., прибыль — 105 руб.

Потребительские расходы C составляют 900 руб., инвестиционные расходы I — 200 руб., государственные закупки G — 250 руб., прямые налоги Tx — 125 руб., косвенные налоги Tx — 135 руб. и трансферты Tr — 15 руб.

Определим основные макроэкономические показатели в этой экономике.

Стоимость совокупного выпуска Y равна 1350 руб. и подсчитывается как сумма потребительских расходов, инвестиционных расходов и государственных закупок ($Y = C + I + G = = 900$ руб. + 200 руб. + 250 руб.).

Национальный доход НД равен сумме факторных доходов и составляет 1040 руб. (НД=национальный доход = заработка плата + процентные платежи + рента + прибыль = = 850 руб. + 60 руб. + 25 руб. + 105 руб.).

Правительство имеет дефицит государственного бюджета, равный 5 руб. ($GB = Tx - G - Tr = (125$ руб. + 135 руб.) — 250 руб. — 15 руб.), что означает отрицательные государственные сбережения $S_G = -5$ руб.

Величина сбережений домохозяйств равна 205 руб. Из формулы $Y = C + S + (Tx - Tr)$, выражаем $S = Y - Tx + Tr - C = 1350$ руб. — (125 руб. + 135 руб.) + 15 руб. — 900 руб. = 205 руб.

Сумма инъекций равна сумме изъятий:

$$\text{инъекции} = I + G + Tr = 200 \text{ руб.} + 250 \text{ руб.} + 15 \text{ руб.} = 465 \text{ руб.}$$

$$\text{изъятия} = S + Tx = 205 \text{ руб.} + (125 \text{ руб.} + 135 \text{ руб.}) = 465 \text{ руб.}$$

Располагаемый доход равен 1105 руб.

$$Y_D = Y - Tx + Tr = 1350 \text{ руб.} - (125 \text{ руб.} + 135 \text{ руб.}) + 15 \text{ руб} = 1105 \text{ руб.}$$

Он используется домохозяйствами на покупку потребительских товаров ($C = 900$ руб.) и сбережения ($S = 205$ руб.).

Инвестиционные расходы ($I = 200$ руб.) равны величине национальных сбережений ($S_{NAT} = S + SG = 205 \text{ руб.} - 5 \text{ руб.} = 200 \text{ руб.}$).

Таким образом, в этой экономике сбережения частного сектора служат не только единственным источником финансирования инвестиционных расходов, но также используются правительством для финансирования дефицита государственного бюджета, равного 5 руб. Правительство продает на эту сумму государственные облигации домохозяйствам, занимая необходимые ему средства у населения, и поэтому выступает заемщиком на финансовом рынке.

3.2.5. Четырехсекторная модель экономики

Включение в анализ иностранного сектора дает четырехсекторную модель экономики (модель открытой экономики) и означает необходимость учета взаимоотношений национальной экономики с экономиками других стран, поэтому в диаграмме кругооборота появляются новые потоки – рисунок 7.

Прежде всего взаимодействие между странами осуществляется через экспорт и импорт товаров и услуг (международную торговлю).

Так как в схеме кругооборота отражены только денежные потоки, то под **экспортом (Ex, exports)** понимается стоимость экспорта — доходы страны, полученные от продажи товаров и услуг другим странам (стрелка от иностранного сектора к товарному рынку), а под **импортом (Im,**

imports) — стоимость импорта, или расходы страны на покупку товаров и услуг, произведенных в других странах (стрелка от товарного рынка к иностранному сектору).

Разница между экспортом и импортом называется **чистым экспортом (net exports, Xn)**: $Xn = Ex - Im$ и представляет собой торговый баланс страны.

Страна может иметь **излишек торгового баланса** (trade surplus), если экспорт превышает импорт ($Ex > Im$), или **дефицит торгового баланса** (trade deficit), если импорт больше экспорта ($Im > Ex$).

В случае излишка торгового баланса страна получает от иностранного сектора больше денег за продажу своих товаров и услуг, чем платит за покупку иностранных товаров и услуг — доходы страны от международной торговли превышают расходы.

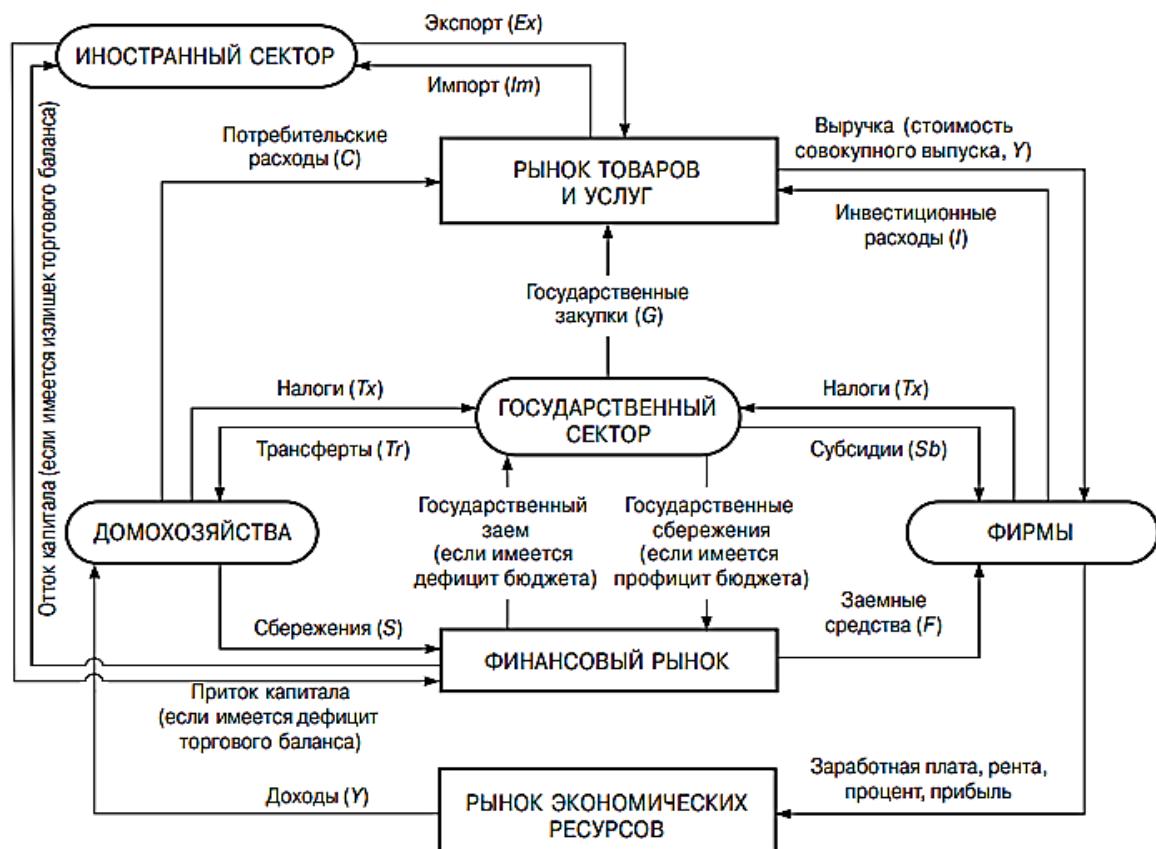


Рисунок 7 – Диаграмма кругооборота в четырехсекторной модели экономики с государственным сектором и иностранным сектором (модели открытой экономики)

В случае дефицита торгового баланса страна выступает заемщиком.

Поскольку расходы страны на покупку иностранных товаров (расходы по импорту) превышают доходы, полученные от продажи собственной продукции иностранному сектору (доходы от экспорта), она должна взять заем у иностранного сектора, продавая свои финансовые активы и получая денежные средства в счет их оплаты. Это соответствует притоку капитала (стрелка от иностранного сектора к финансовому рынку на рисунке 7).

Приток капитала (capital inflow) — это поступления денежных средств в экономику страны в результате продажи национальных финансовых активов иностранным покупателям и/или займов иностранных финансовых посредников. Это означает, что сбережения иностранного сектора притекают в экономику данной страны.

Таким образом, **сбережения иностранного сектора S_F (foreign sector saving)** равны: $S_F = I_m - E_x$, и иностранный сектор выступает сберегателем, если данная страна имеет дефицит торгового баланса (ее чистый экспорт отрицателен).

Разница между стоимостью иностранных активов, купленных внутренними экономическими агентами, и стоимостью активов, купленных иностранцами в данной стране, называется чистыми иностранными (зарубежными) инвестициями (net foreign investment, NFI) и соответствует чистому оттоку капитала (разнице между оттоком капитала и притоком капитала):

Чистые иностранные инвестиции = Покупка иностранных активов внутренними экономическими агентами – Покупка внутренних активов иностранцами = Отток капитала – Приток капитала.

Иностранные инвестиции могут быть прямыми (direct investment) и портфельными (portfolio investment). Если экономический агент данной страны покупает и контролирует капитал в другой стране (создает

дочернюю фирму, открывает филиал своей фирмы или покупает иностранную компанию), то это **прямые иностранные инвестиции**. Если экономический агент данной страны покупает акции иностранной компании, но не имеет прямого контроля над этой компанией, то это **портфельные иностранные инвестиции**.

Как правило, в макроэкономическом анализе рассматриваются портфельные инвестиции — движение (покупка и продажа) финансовых активов (ценных бумаг — акций и облигаций) между странами, и под потоками капитала понимается плата за купленные странами друг у друга (частные и государственные) финансовые активы.

Чистые иностранные инвестиции по величине и по знаку всегда равны чистому экспорту. Если чистый экспорт положителен ($X_n > 0$), то это означает, что доходы, полученные данной страной от продажи своей продукции другим странам, превышают ее расходы на покупку товаров и услуг у других стран ($Ex > Im$), следовательно, страна выступает сберегателем и поэтому кредитором, а иностранный сектор выступает заемщиком (сбережения иностранного сектора отрицательны: $S_F < 0$).

Предоставление займа другим странам представляет собой отток капитала из данной страны, а это значит, что чистые иностранные (зарубежные) инвестиции положительны: $NFI > 0$ (так как экономические агенты данной страны сделали больше инвестиций в других странах, чем иностранцы сделали в данной стране).

Если чистый экспорт отрицателен ($X_n < 0$), то это значит, что данная страна купила у других стран товаров и услуг на сумму большую, чем получила от других стран за проданную им собственную продукцию ($Im > Ex$). В этом случае сберегателем, и поэтому, кредитором будет выступать иностранный сектор (сбережения иностранного сектора положительны: $S_F > 0$), а данная страна вынуждена будет брать заем за рубежом для оплаты превышения стоимости импорта над стоимостью экспорта, выступая заемщиком.

В результате будет происходить приток капитала в страну; это означает, что чистые иностранные (зарубежные) инвестиции данной страны отрицательны ($NFI < 0$, поскольку в этом случае иностранцы сделали больше инвестиций в экономику данной страны, чем экономические агенты страны сделали в других странах).

Четырехсекторная модель экономики: важные тождества

В модели открытой экономики равенство совокупных доходов и расходов сохраняется. С учетом расходов иностранного сектора (расходов на чистый экспорт, X_n) **формула совокупных расходов**, которые равны сумме расходов всех макроэкономических агентов на покупку товаров и услуг (домохозяйств, фирм, правительства и иностранного сектора), имеет вид:

$$E = C + I + G + X_n,$$

формула совокупного дохода:

$$Y = C + S + T_x - T_r.$$

Поскольку совокупные расходы тождественно равны совокупному доходу ($E \equiv Y$), а совокупный доход тождественно равен стоимости совокупного выпуска, то:

$$C + I + G + X_n = C + S + T_x - T_r.$$

Это выражение представляет собой **основное макроэкономическое тождество**.

Будучи записанным в виде тождества стоимости совокупного выпуска величине совокупных расходов — расходов всех макроэкономических агентов на покупку товаров и услуг:

$Y = E$, или $Y = C + I + G + X_n$, оно называется **тождеством национальных счетов (national accounts identity)**.

В показателе чистого экспорта присутствует и инъекция — экспорт (спрос иностранного сектора на продукцию данной страны), увеличивающий поток совокупных расходов (совокупный спрос) и совокупных доходов, и изъятие — импорт, являющийся «утечкой» части

совокупного дохода страны в иностранный сектор и сокращающий внутренние совокупные расходы (совокупный спрос) и соответственно совокупные доходы.

Поэтому **формула тождества инъекций и изъятий**, выведенная из основного макроэкономического тождества, имеет вид:

$$I + G + Ex + Tr = S + Tx + Im$$

Таким образом, к инъекциям относятся инвестиционные расходы, государственные закупки, экспорт и трансферты, а к изъятиям — частные сбережения, налоги и импорт.

Потребительские расходы не относятся ни к инъекциям, ни к изъятиям, так как является и частью совокупных расходов, и частью совокупного дохода.

Из тождества инъекций и изъятий можно получить уравнения (тождества), имеющие важное значение для понимания взаимосвязей между основными макроэкономическими переменными, такие как: **уравнение использования сбережений частного сектора**:

$$S \equiv I + (G + Tr - Tx) + (Ex - Im),$$

из которого следует, что частные сбережения (S) могут быть использованы на финансирование внутренних инвестиций (I) и/или дефицита государственного бюджета ($BD = G + Tr - Tx$) и/или предоставление кредита иностранному сектору ($Xn = Ex - Im$);

уравнение источников финансирования дефицита государственного бюджета BD :

$$(G + Tr - Tx) \equiv S - (I + Xn),$$

из которого видно, что условием финансирования бюджетного дефицита является превышение частных сбережений (S) над совокупными инвестициями, как внутренними (I), так и иностранными (Xn).

Это выражение показывает, что существует три источника средств для финансирования роста дефицита государственного бюджета:

- 1) увеличение частных сбережений;

2) уменьшение внутренних инвестиционных расходов и
3) уменьшение чистых иностранных (зарубежных) инвестиций (уменьшение оттока капитала и/или увеличение притока капитала, что соответствует займу у иностранного сектора).

Уравнение формирования капитала (capital formation equation):

$$I \equiv S + (Tx - G - Tr) + (Im - Ex),$$

показывающее, что совокупные инвестиционные расходы в экономике тождественно равны совокупным сбережениям, и указывающее на все источники финансирования внутренних инвестиций.

Такими источниками являются:

- 1) сбережения частного сектора S ;
- 2) сбережения государственного сектора, равные профициту государственного бюджета ($S_G = BS = Tx - G - Tr$) (вспомним, что сумма частных и государственных сбережений представляет собой национальные сбережения);
- 3) сбережения иностранного сектора, равные превышению импорта над экспортом, т.е. отрицательному чистому экспорту ($S_F = Im - Ex = -Xn$).

Таким образом, это уравнение показывает все источники заемных средств в экономике, которыми могут выступать и национальные, и иностранные сбережения. На диаграмме кругооборота это отражают все стрелки, которые идут к финансовому рынку.

Рассмотрим пример.

Предположим, что в модели открытой экономики совокупный выпуск $Y = 6000$ руб., потребительские расходы $C = 4000$ руб., инвестиционные расходы $I = 1200$ руб., чистые налоги $T = 1100$ руб., государственные закупки $G = 1050$ руб., экспорт $Ex = 100$ руб. и импорт $Im = 350$ руб.

Чтобы вывести уравнение формирования капитала и объяснить, как финансируются инвестиции в этой экономике, определим все виды сбережений.

Сбережения частного сектора могут быть подсчитаны как разница между располагаемым доходом домохозяйств и их потребительскими расходами. Так как располагаемый доход — это доход после уплаты домохозяйствами налогов и получения трансфертов, то он рассчитывается как разница между совокупным выпуском/доходом и чистыми налогами ($Y_D = Y - T = 6000 \text{ руб.} - 1100 \text{ руб.}$) и равен 4900 руб.

Следовательно, сбережения частного сектора в этой экономике $S = 900 \text{ руб.}$ ($S = Y_D - C = 4900 \text{ руб.} - 4000 \text{ руб.}$).

Государственные сбережения, представляющие собой разницу между доходами бюджета (чистыми налогами) и расходами бюджета (государственными закупками), $S_G = 50 \text{ руб.}$ ($S_G = T - G = 1100 \text{ руб.} - 1050 \text{ руб.}$).

Так как правительство имеет профицит бюджета (превышение доходов над расходами), то в этой экономике правительство выступает кредитором на финансовом рынке.

Таким образом, национальные сбережения, равные сумме частных и государственных сбережений, составляют 950 руб. ($S_{NAT} = S + SG = 900 \text{ руб.} + 50 \text{ руб.}$).

Сбережения иностранного сектора, представляющие собой разницу между импортом (доходами иностранного сектора от торговли товарами и услугами с данной страной) и экспортом (расходами иностранного сектора на покупку товаров и услуг у данной страны), $S_F = 250 \text{ руб.}$ ($S_F = Im - Ex = 350 \text{ руб.} - 100 \text{ руб.}$).

А данная страна выступает заемщиком: ее чистый экспорт $X_n = -250 \text{ руб.}$ финансируется продажей активов на мировых финансовых рынках, поэтому ее чистые зарубежные инвестиции отрицательны $NFI = -250 \text{ руб.}$, следовательно, в страну происходит чистый приток капитала на сумму 250 руб.

Сумма всех видов сбережений $S_{TOTAL} = 1200 \text{ руб.}$ ($S_{TOTAL} = S + SG + SF = 900 \text{ руб.} + 50 \text{ руб.} + 250 \text{ руб.}$).

Из уравнения формирования капитала для этой страны следует, что внутренние инвестиционные расходы I , равные 1200 руб., на 950 руб. финансируются за счет национальных сбережений и на 250 руб. — за счет сбережений иностранного сектора.

Итак, диаграмма кругооборота показывает все виды взаимосвязей в экономике — взаимосвязей между макроэкономическими агентами через макроэкономические рынки.

В таблице 1 представлены основные обозначения расширенной модели.

Таблица 1 – Основные обозначения расширенной модели экономики

Название показателя	Английский перевод	Обозначение
потребительские расходы домохозяйств	consumption spending	C
инвестиционные расходы фирм	investment spending	I
национальный доход и национальный продукт	yield	Y
совокупные расходы	expenditures	E
сбережения	savings	S
государственные расходы	government spending	G
налоги	taxes	Tx
трансферты	transfers	Tr
чистые налоги	$T = Tx - Tr$	
экспорт	export	Ex
импорт	import	Im
чистый экспорт	$Xn=Ex-Im$	
располагаемый доход домохозяйств	disposable yield	$Yd = Y - T = Y - Tx + Tr = C + S$

Основные соотношения расширенной модели представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Основные соотношения расширенной модели экономики

Формулировка соотношения	Формула
Совокупные расходы равны сумме расходов всех макроэкономических агентов: домохозяйств, фирм, государства и иностранного сектора	$E = C + I + G + X_n$
Совокупные доходы равны сумме потребления, сбережений и налогов	$Y = C + S + T$
В состоянии равновесия $E = Y$. Это равенство носит название <i>макроэкономического тождества</i>	$C + I + G + X_n = C + S + T$ (при этом $X_n = Ex - Im$; $T = Tx - Tr$)
Стоимость совокупного (валового) внутреннего продукта (ВВП) равна величина совокупных расходов	$Y = E = C + I + G + X_n$
Располагаемый доход равна сумме сбережения и потребления	$Y_d = C + S$

Рассмотрим пример.

Если дефицит госбюджета равен 400, импорт 100, экспорт 300, сбережения 1000. Если амортизация и косвенные налоги отсутствуют, то чему равны инвестиции?

Применим равенство совокупных расходов и доходов:

$$C + S + T = C + I + G + X_n, \text{ при этом } X_n = Ex - Im$$

$$\text{Выражаем отсюда инвестиции: } I = C + S + T - G - X_n - C = S + T - G - X_n.$$

С учетом того, что указан дефицит бюджета (400), государственные расходы G меньше налогов. Подставляем данные в формулу:

$$I = S + T - G - X_n = 1000 + (-400) - (300 - 100) = 1000 - 400 - 200 = 400.$$

Ответ: $I = 400$

Пусть дефицит торгового баланса равен 50, бюджетный дефицит равен 100, амортизация отсутствует. Что можно заключить о соотношении инвестиций и сбережений?

Применим равенство совокупных доходов и расходов:
 $C+S+T=C+I+G+X_n$, при этом $X_n=Ex-Im/$ Выразим из этой формулы разность между инвестициями и сбережениями:

$I-S=T-G-X_n$ и подставим в эту формулу имеющиеся данные:

$$I-S = -100 + 50 = -50.$$

Ответ: -50.

ТЕМА 3.3. ОБЩЕЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАВНОВЕСИЕ: МОДЕЛЬ СОВОКУПНОГО СПРОСА И СОВОКУПНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

3.3.1. Совокупный спрос и совокупное предложение

Основными понятиями рыночной макроэкономики являются совокупный спрос и совокупное предложение.

Совокупный спрос (aggregate demand, AD) представляет собой сумму спросов всех макроэкономических агентов на товары и услуги — сумму потребительских расходов, инвестиционных расходов, государственных закупок и спроса на чистый экспорт — и определяется желанием макроэкономических агентов покупать товары и услуги – рис.8.

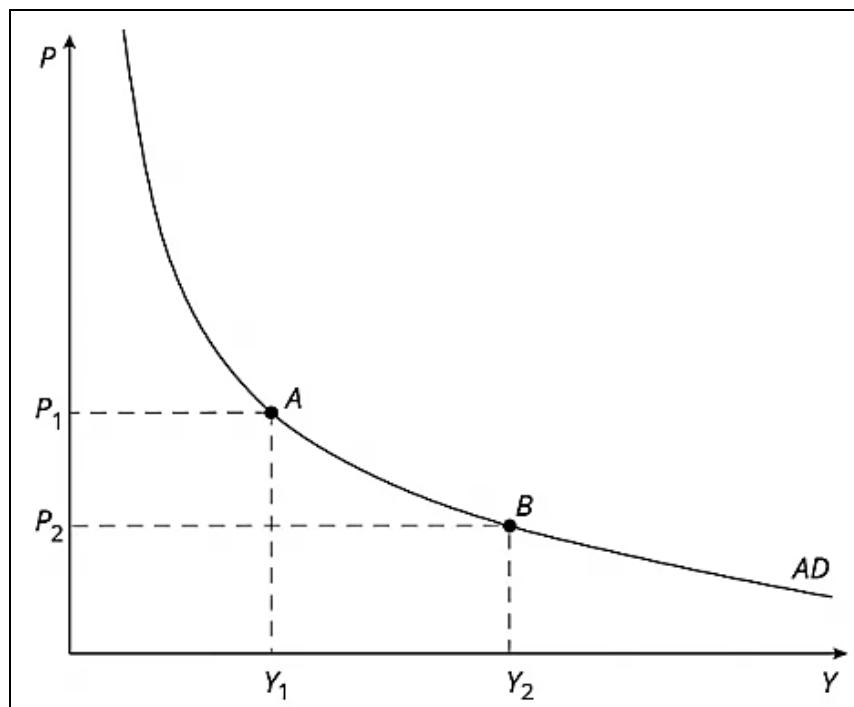


Рисунок 8 – Графическое представление совокупного спроса

Ценовые факторы совокупного спроса

Эффект процентной ставки: если уровень цен повышается, возрастает спрос на деньги (поскольку людям требуется больше денег для покупки подорожавших товаров). Люди снимают деньги с банковских счетов, возможности банков по выдаче кредитов сокращаются, кредитные

ресурсы становятся дороже, растет «цена» денег, т.е. ставка процента. А так как кредиты используют фирмы на покупку инвестиционных товаров, удорожание кредита ведет к сокращению инвестиционного спроса (части совокупного спроса).

Эффект кассовых остатков (эффект богатства). Под реальным богатством, или реальными денежными запасами, понимают отношение номинального богатства индивида (M), выраженного в денежной форме, к общему уровню цен (P): M/P . Чем больше цены, тем меньше реальные денежные запасы и меньше совокупный спрос.

Эффект импортных товаров: если уровень цен повышается, то товары данной страны становятся относительно более дорогими для иностранцев, и поэтому сокращается экспорт. Импортные же товары становятся относительно более дешевыми для граждан данной страны, поэтому увеличивается импорт. В результате чистый экспорт сокращается, а поскольку он является частью совокупного спроса, величина совокупного спроса уменьшается.

В результате действия ценовых факторов происходит движение по кривой совокупного спроса, сама кривая не перемещается.

Неценовые факторы совокупного спроса

Сама кривая AD также может смещаться под воздействием неценовых факторов, влияющих на величину совокупных расходов.

Неценовые факторы смещают кривую AD либо вправо и вверх, когда совокупный спрос увеличивается, либо влево и вниз, когда он уменьшается.

К неценовым факторам совокупного спроса относится все, что воздействует на потребительские расходы:

- 1) предложение денег (M) и скорость их обращения (V);
- 2) факторы, влияющие на потребительские расходы домохозяйств: благосостояние потребителей, налоги, ожидания;

3) факторы, действующие на инвестиционные расходы фирм: процентные ставки, льготное кредитование, возможности получения субсидий;

4) государственная политика, определяющая государственные расходы;

5) условия на внешних рынках, влияющие на чистый экспорт: колебания курсов валют, цен на мировом рынке.

Совокупное предложение (aggregate supply, AS) представляет собой количество товаров и услуг, произведенных всеми фирмами в экономике, — величину совокупного выпуска — и определяется количеством и качеством экономических ресурсов (рабочей силы, капитала, земли и предпринимательских способностей) и уровнем существующей технологии.

Ценовые и неценовые факторы совокупного предложения

Среди факторов, влияющих на совокупное предложение, выделяют те, которые вызывают изменение предложения на рынке отдельного товара: технология производства, издержки, а также количество и качество применяемых факторов производства (экономических ресурсов).

Ценовые факторы, связанные с предложением на отдельных рынках, показывают движение по кривой совокупного предложения.

Неценовые факторы смещают кривую совокупного предложения вправо и вниз при уменьшении издержек и влево, и вверх при их увеличении. К неценовым факторам предложения относят изменения в технологии, в ценах ресурсов и их объемах, в налогообложении фирм.

Так, повышение цен на энергоносители приведет к росту издержек и снижению объема предложения (кривая AS сдвигается влево). Высокий урожай и высокая производительность труда означают увеличение совокупного предложения (сдвиг кривой вправо). Рост или снижение налогов соответственно вызывают уменьшение или увеличение совокупного предложения.

Соотношение совокупного спроса и совокупного предложения позволяет определить равновесный уровень совокупного выпуска (Y) и равновесный уровень цен (P) – рис. 9.

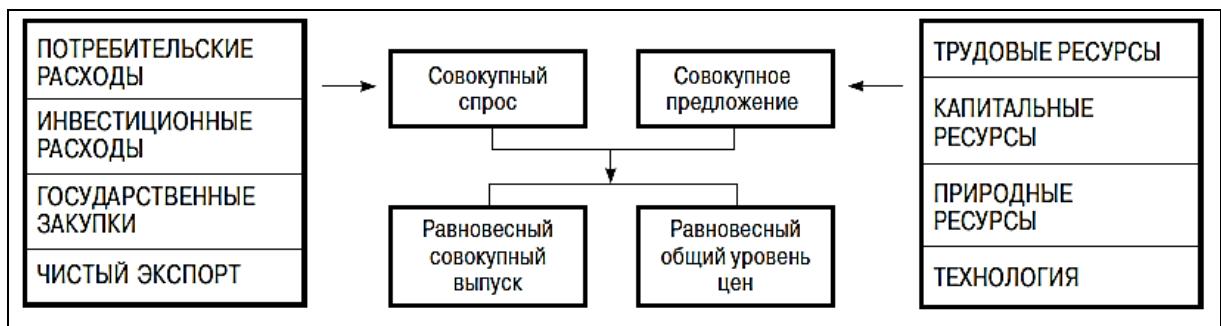


Рисунок 9 – Совокупный спрос и совокупное предложение, и их взаимодействие

Кривая совокупного спроса (кривая AD) изображается как кривая, имеющая отрицательный наклон (рис.10а), так как показывает обратную зависимость величины совокупных расходов (и поэтому совокупного выпуска) от уровня цен: чем выше уровень цен, тем меньше желание макроэкономических агентов покупать, т.е. предъявлять спрос на товары и услуги.

Вид кривой совокупного предложения, отражающей зависимость совокупного выпуска от уровня цен, зависит от периода времени (рис.10б):

1) в краткосрочном периоде (short run):

- если все цены (и на товары, и на экономические ресурсы) жесткие, то кривая совокупного предложения (short-run aggregate supply curve, SRAS curve) имеет горизонтальный вид;
- если цены на товары гибкие, а цены на экономические ресурсы жесткие, или если имеется асимметрия информации, то кривая совокупного предложения (SRAS curve) имеет положительный наклон;

2) в среднесрочном периоде (medium run) и долгосрочном периоде (long run), поскольку все цены (и на товары, и на экономические ресурсы) гибкие и меняются пропорционально друг другу, информация симметрична и фактические значения переменных совпадают с

ожидаемыми значениями этих переменных, кривая совокупного предложения (long-run aggregate supply curve, LRAS curve) имеет вертикальный вид.

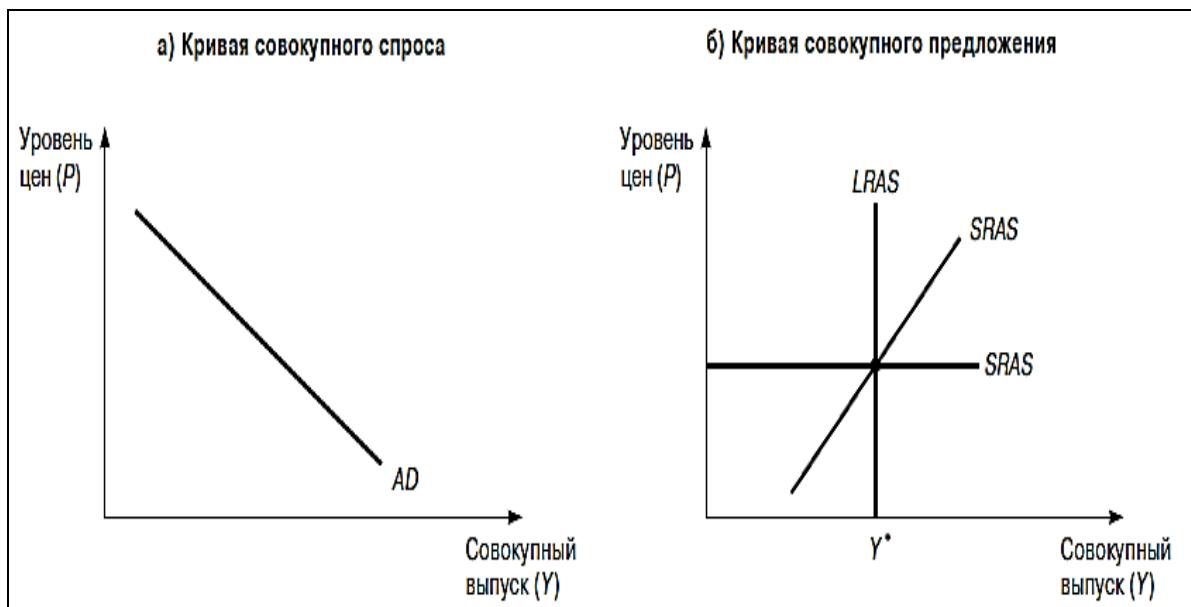


Рисунок 10 – Кривые совокупного спроса и совокупного предложения

В краткосрочном периоде экономика находится на уровне фактического совокупного выпуска Y (уровня выпуска данного года). В среднесрочном периоде и долгосрочном периоде, так как цены на товары и на экономические ресурсы гибкие и меняются пропорционального друг другу, равновесие устанавливается на потенциальном уровне (potential level) совокупного выпуска Y^* — уровне совокупного выпуска при полной занятости экономических ресурсов (full-employment level).

Как уже отмечалось, различие между среднесрочным периодом и долгосрочным периодом состоит в том, что в среднесрочном периоде экономика приходит на потенциальный уровень совокупного выпуска, в то время как в долгосрочном периоде меняется сам потенциальный уровень совокупного выпуска.

В макроэкономическом анализе стандартно кривая совокупного предложения изображается в виде отдельных кривых: горизонтальной (рис. 11а) и имеющей положительный наклон (рис. 11б) — для

краткосрочного периода и вертикальной (рис.11в) — для среднесрочного и долгосрочного периодов.

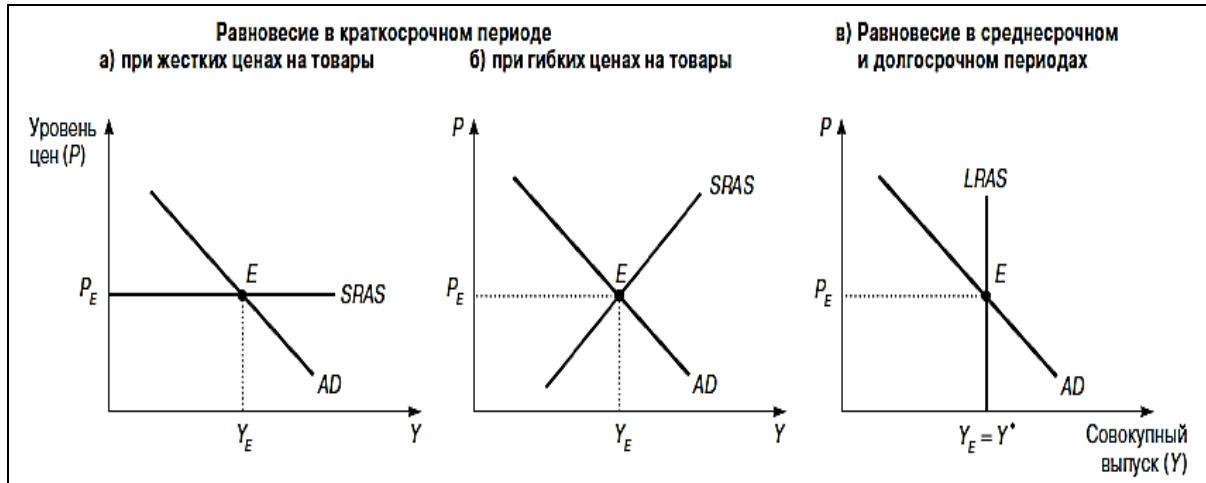


Рисунок 11 – Равновесие совокупного спроса и совокупного предложения

Равновесие между совокупным спросом и совокупным предложением позволяет определить равновесный уровень совокупного выпуска (Y_E) и равновесный уровень цен (P_E), что на графике отображается точкой пересечения кривой совокупного спроса с соответствующей кривой (краткосрочного или долгосрочного) совокупного предложения (рисунок 11).

Изменение равновесия происходит в результате изменения либо совокупного спроса, либо совокупного предложения. Изменения совокупного спроса графически отображаются сдвигами кривой совокупного спроса (кривой AD) вправо, при росте совокупного спроса, и влево, при уменьшении совокупного спроса, а изменения совокупного предложения — сдвигами кривой совокупного предложения (кривой AS) вниз или вправо, при увеличении совокупного предложения, и вверх или влево, при уменьшении совокупного предложения.

Результатом этих изменений является изменение равновесного уровня совокупного выпуска и/или равновесного уровня цен. Изменения совокупного спроса, и/или совокупного предложения являются причиной

циклических колебаний деловой активности — спадов и подъемов в экономике — бизнес-цикла.

3.3.2. Макроэкономическая система

Под **макроэкономической системой** в теории понимается система рыночной экономики, которая схематично изображена на рисунке 12.

Макроэкономическая система:

1) находится под влиянием внешних факторов (экзогенные переменные), к которым относят естественные и социальные факторы и которые могут быть:

– благоприятными, улучшающими макроэкономическую ситуацию (теплый климат, хорошая погода, политическая и социальная стабильность), или

– неблагоприятными, способными привести к нарушению эффективной работы макроэкономических механизмов (засуха, кислотные дожди, наводнения, землетрясения, войны, революции, смена правительств);

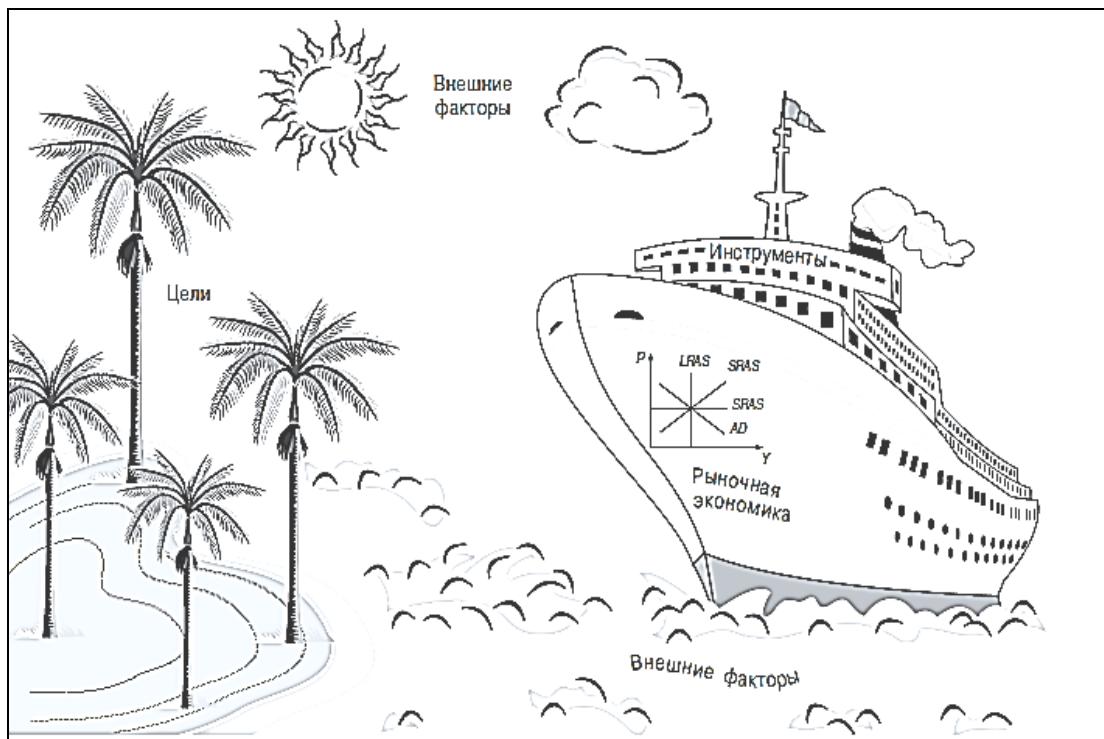


Рисунок 12 – Макроэкономическая система

2) имеет целями (эндогенные переменные):

- устойчивый рост совокупного реального выпуска;
- полную занятость экономических ресурсов;
- стабильный общий уровень цен;
- равновесие платежного баланса;

3) использует инструменты (политические переменные) — весь арсенал средств государственного воздействия на экономику, т.е. проведение макроэкономической политики.

3.3.3. Макроэкономическая политика

Различают два типа макроэкономической политики: политику долгосрочного экономического роста и стабилизационную политику.

Политика долгосрочного экономического роста (long-run economic growth policy) нацелена на стимулирование увеличения экономического потенциала и производственных возможностей экономики и предполагает изменения прежде всего в совокупном предложении, поэтому графически она отображается сдвигом вправо кривой долгосрочного совокупного предложения LRAS.

Стабилизационная политика (stabilization policy) направлена на сглаживание циклических колебаний деловой активности (бизнес-цикла) в краткосрочном периоде и уменьшение глубины спадов и высоты подъемов и имеет целью обеспечение полной занятости ресурсов и стабильного уровня цен. Поэтому стабилизационная политика может быть *стимулирующей* (expansionary), направленной на расширение деловой активности и сокращение безработицы в периоды спадов, и *сдерживающей* (contractionary), проводимой в периоды бумов в целях борьбы с инфляцией.

Стабилизационная политика предполагает изменения прежде всего в совокупном спросе (величине совокупных расходов на покупку товаров и услуг) и графически отображается сдвигами кривой совокупного спроса

AD вправо, при проведении стимулирующей политики, и влево, при проведении сдерживающей политики.

Основными видами стабилизационной политики являются:

1) **фискальная (или бюджетно-налоговая) политика** (fiscal policy) — изменение правительством величины государственных закупок, налогов и трансфертов с целью воздействия на деловую активность и уровень совокупных расходов, что стимулирует или сдерживает производство;

2) **монетарная (или денежно-кредитная) политика** (monetary policy) — воздействие центрального банка на предложение денег, что влияет на ставку процента и поэтому на уровень инвестиционных и других чувствительных к изменению ставки процента совокупных расходов, что, в свою очередь, оказывает прямое влияние на величину совокупного выпуска;

3) **политика доходов (политика «заработка платы — цены»)** (income policy) — в развитых странах эта политика выступает в форме индексации доходов — повышения номинальных доходов в соответствии с ростом уровня цен; для развивающихся стран политика доходов, как правило, выступает в форме замораживания заработной платы и цен в целях борьбы с инфляцией (заметим, что эта мера практически не используется в развитых странах, поскольку является дорогостоящей, неэффективной и считается вредной, так как искажение цен ведет к нарушению действия рыночного механизма);

4) **внешнеторговая политика** (trade policy) — регулирование торговых отношений с другими странами через тарифы, квоты, экспортные субсидии, лицензирование и др.;

5) **валютная политика** (exchange rate policy) — политика регулирования валютного курса национальной денежной единицы, действующая на экспорт и импорт, что влияет на величину совокупных расходов и поэтому на величину совокупного выпуска внутри страны.

ТЕМА 3.4. ИЗМЕРЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

3.4.1. Основные показатели системы национальных счетов

Система национальных счетов (далее – СНС) (United Nations System of National Accounts (SNA, UNSNA)) – балансовый метод комплексной взаимосвязи объединенных в таблицы макроэкономических показателей, отражающих экономические процессы.

СНС построена на принципах, применяемых в бухгалтерском учете (принцип счетов и двойной записи), что позволяет производить учет обобщенных совокупных показателей по тем же правилам, что и на уровне фирмы.

СНС начали разрабатывать в США в 20-х гг. XX в. С 1953 года СНС стали использовать в качестве счетов ООН. СНС гармонизирована в отношении основных методологических положений с платежным балансом и рядом других разделов макроэкономической статистики. Ее данные широко используются как на национальном уровне, и в первую очередь органами государственного управления при разработке экономической политики, так и международными организациями, в том числе ООН, Международным валютным фондом, Всемирным банком, Организацией экономического сотрудничества и развития.

СНС выполняет несколько важных функций, среди которых:

- 1) измерение объемов производства за определенный промежуток времени
- 2) выявление существующих тенденций в экономике
- 3) организация экономической политики государства.

СНС содержит три основных показателя совокупного выпуска (объема производства):

- 1) валовой внутренний продукт (ВВП);
- 2) валовой национальный продукт (ВНП);

3) чистый внутренний продукт (ЧВП)

три показателя совокупного дохода:

4) национальный доход (НД);

5) личный доход (ЛД);

6) личный располагаемый доход (ЛРД).

Основным показателем уровня и динамики национального производства является **Валовой внутренний продукт (ВВП)**.

Валовой внутренний продукт (ВВП)

Валовой внутренний продукт измеряет рыночную стоимость всех конечных (т.е. предназначенных непосредственно для потребления) товаров и услуг, произведенных за определенный период времени во всех отраслях экономики *на территории государства* для потребления, экспорта и накопления, *вне зависимости от национальной принадлежности использованных факторов производства*.

Территориальная принадлежность – основной критерий ВВП.

Во избежание двойного счета ВВП рассчитывается как сумма цен конечных товаров и услуг либо как суммарная добавленная стоимость всех фирм, работающих на территории страны.

ВВП является индикатором экономической активности. Динамика ВВП позволяет оценить *темпы экономического роста*.

Заметим, что ВВП включает в себя *стоимость только конечной продукции* (или добавленную стоимость). Соответственно, ВВП можно рассчитать **доходным методом**:

ВВП (доходный метод) = заработка плата + рента + процентные платежи + доходы собственников + прибыль корпораций + косвенные налоги + амортизация + чистый доход иностранных факторов

Поскольку в экономике в каждый отдельный момент времени существует равновесие между производством конечной продукции и ее использованием, можно предложить еще один метод подсчета ВВП – **по расходам**.

В этом случае предполагается, что объем национального производства должен быть равен суммарным расходам, совершенным в экономике в течение года всеми экономическими агентами. Добавленная стоимость, таким образом, будет равна ее использованию на потребление (домашних хозяйств и государства) и инвестиции; также дополнительные товары могут приходить в национальную экономику за счет внешнеэкономического оборота. В итоге мы получаем **основное тождество системы национальных счетов** (СНС):

$$\text{ВВП (расходный метод)} = Q = C + I + G + X_n$$

где, $Q = \text{ВВП}$ (добавленная стоимость);

C – расходы на потребление;

I – суммарные инвестиции частного сектора;

G – государственные закупки товаров и услуг;

$X_n = Ex - Im$ – чистый экспорт.

ВВП включает в себя доходы всех экономических агентов, находящихся на территории данного государства, вне зависимости от их гражданства. В тоже время *не все сделки, осуществленные экономическими агентами за рассматриваемый интервал времени (обычно за год), включаются в показатель ВВП:*

Во-первых, не включаются сделки с финансовыми инструментами: покупка и продажа ценных бумаг (акций, облигаций и т.п.). Данные финансовые сделки не имеют прямого отношения к изменениям текущего реального производства.

Во-вторых, не включается продажа и покупка подержанных вещей и благ, бывших в употреблении. Их ценность была учтена ранее.

В-третьих, не включаются частные трансферты (например, подарки), в данном случае это лишь перераспределение денежных средств между частными экономическими субъектами.

В-четвертых, не включаются государственные трансферты. В стоимость ВВП включают только рыночные официальные сделки, т.е.

прошедшие через процесс купли-продажи и официально зарегистрированные.

Поэтому в ВВП также не входят:

- а) труд на себя (человек сам строит себе дом, ремонтирует квартиру, чинит телевизор или автомобиль);
- б) труд на безвозмездной основе (помощь соседям по починке забора или в ремонте);
- в) стоимость товаров и услуг, производимых «теневой экономикой».

Различают номинальный и реальный ВВП.

Поскольку ВВП представляет собой денежную оценку произведенного годового объема производства, получаются разные данные в зависимости от того, в каких рыночных ценах он будет рассчитан.

*ВВП, исчисленный в ценах текущего года, называется **номинальным ВВП**.*

Номинальный ВВП отражает как реальный объем производства, так и уровень цен текущего года.

Номинальный ВВП t-го года:

$$\text{ВВП (нt)} = \sum(p(it) * q(it))$$

где,

p_{it} – цена i-го товара, входящего в рыночную корзину, в текущем (t-ом) году.

q_{it} – объем пр-ва i-го товара, в (t-ом) году.

*ВВП, исчисленный в ценах какого-либо базового года, называется **реальным ВВП**.*

Реальный ВВП отражает только реальный объем производства, но не уровень цен в текущем году, то есть учитывает (исключает) инфляцию.

Реальный ВВП t-го года:

$$\text{ВВП (рt)} = \sum(p(i0) * q(it))$$

где,

p_{i0} – цена i-го товара в базовом году,

q_{it} – объем производства i -го товара, в текущем году

Чтобы получить значение уровня цен в текущем году, нужно взять отношение номинального ВВП к реальному ВВП и умножить на 100%. Полученная величина называется **дефлятором ВВП** и показывает, как изменился уровень цен в текущем году по сравнению с базовым годом (дефлятор базового года равен 100%).

Дефлятор рассчитывается для любого года и позволяет вычислить реальный ВВП в соответствующем году на основе имеющихся в системе национальных счетов данных о номинальном ВВП в том же году:

$$\text{Дефлятор ВВП} = \frac{\text{ВВП номинальный}}{\text{ВВП реальный}} * 100\%$$

Если дефлятор $>100\%$, то реальный ВВП меньше номинального (процесс перехода от номинального к реальному ВВП в данном случае называется дефлированием).

Если дефлятор $<100\%$, то реальный ВВП больше номинального (процесс перехода от номинального к реальному ВВП представляет собой инфлирование).

Дефлятор ВВП относится к семейству показателей, которые называются индексами цен и измеряют уровень цен.

Индекс цен представляет собой отношение рыночной цены определенного набора товаров и услуг (рыночной корзины) в данном году к рыночной цене того же самого набора в базовом году.

В таблице 3 представлены формулы расчета абсолютного изменения ВВП, темпа роста и темпа прироста ВВП.

Валовый национальный продукт (ВНП)

Валовый национальный продукт (ВНП) – совокупная стоимость всех конечных товаров и услуг, произведенных с помощью отечественных факторов производства как на территории страны, так и за ее пределами

ВНП отличается от ВВП на чистую сумму доходов, полученных из других стран. Чистые факторные доходы из-за рубежа равны разности между доходами, полученными гражданами данной страны за рубежом, и доходами иностранцев, полученными на территории данной страны.

Таким образом, **ВВП – ВНП = сальдо факторных доходов.**

Таблица 3 – Формулы расчета абсолютного изменения ВВП, темпа роста и темпа прироста ВВП

Показатель	Формула
Абсолютное изменение (прирост) реального ВВП	$\Delta \text{ВВП}_{\text{Пр}} = \text{ВВП}_{\text{Пр}} t - \text{ВВП}_{\text{Пр}} t-1$
Темп роста реального ВВП	$T_p(\text{ВВП}_{\text{Пр}}) = \text{ВВП}(pt) / \text{ВВП}(p,t-1) * 100\%$
Темп прироста реального ВВП (темпер экономического роста)	$T_{\text{пр}}(\text{ВВП}_{\text{Пр}}) = \Delta \text{ВВП}_{\text{Пр}} / \text{ВВП}(p,t-1) * 100\% = T_p(\text{ВВП}_{\text{Пр}}) - 100\%$

Важным показателем благосостояния является ВВП (или ВНП) на душу населения. Данный показатель позволяет проводить сравнения уровня жизни (независимо от размеров экономики) в разных странах.

Валовой национальный продукт рассчитывается тремя методами:

1. При расчете ВНП по доходам суммируются все виды факторных доходов населения (включая доходы в виде заработной платы и рентные доходы), прибыли предприятий (корпораций), процентные доходы, доходы самостоятельно занятых, а также два компонента, не являющихся доходами: чистые косвенные налоги на бизнес и амортизационные отчисления. Прибыль предприятий включает в себя: нераспределенную прибыль предприятий, налоги на прибыль предприятий, дивиденды.

2. При подсчете ВНП по расходам суммируются расходы всех экономических агентов, использующих ВНП: потребительские расходы домашних хозяйств, инвестиционные расходы фирм, государственные

расходы и сальдо внешней торговли. Фактически речь идет о совокупном спросе на произведенный ВНП.

3. При расчете ВНП производственным методом суммируется стоимость, добавленная на каждой стадии производства конечного продукта. При расчете ВНП производственным методом во избежание повторного счета учитывается только стоимость товаров и услуг, которые используются для конечного потребления и не используются для дальнейшей переработки.

Чистый внутренний (национальный) продукт (ЧВП/ЧНП)

Чистый внутренний продукт (ЧВП) определяется вычитанием из ВВП амортизационных отчислений (А), т.е. стоимости инвестиционных товаров, остающихся в сфере производства:

$$\text{ЧВП} = \text{ВВП} - \text{А}$$

ЧВП характеризует величину стоимости ВВП, идущей на потребление населения и на частные инвестиции.

Чистый национальный продукт (ЧНП) можно получить, вычитая из ВНП величину амортизационных отчислений:

$$\text{ЧНП} = \text{ВНП} - \text{А}.$$

Национальный (внутренний) доход (НД/ВД)

Если из ЧНП вычесть чистые косвенные налоги на бизнес, т.е. косвенные налоги (Т) за вычетом субсидий бизнесу, получится **национальный доход (НД)**:

$$\text{НД} = \text{ЧНП} - \text{T}$$

Внутренний доход (ВД) – это ЧВП за вычетом всех косвенных налогов.

$$\text{ВД} = \text{ЧВП} - \text{T}$$

ВД выступает как совокупный доход собственников всех факторов производства: заработной платы, прибыли, ренты, процента.

Личный доход (ЛД)

Показатель личного дохода (ЛД) получается путем вычитания из национального дохода взносов на социальное страхование, налогов на прибыль предприятий, нераспределенной прибыли предприятий и добавления величины трансфертов и процентов по государственным облигациям.

$$\text{ЛД} = \text{НД} - \text{взносы на социальное страхование} - \text{налог на прибыль} - \text{нераспределенная прибыль предприятий} + \text{трансферты} + \text{проценты по государственным облигациям.}$$

Располагаемый личный доход (РЛД)

Располагаемый личный доход (РЛД) исчисляется уменьшением личного дохода на сумму подоходного налога с граждан, а также на сумму неналоговых платежей:

$$\text{РЛД} = \text{ЛД} - \text{индивидуальные налоги.}$$

Домохозяйства тратят свой располагаемый доход на потребление (С) и сбережения (S). Сбережения определяются как доход за вычетом потребления. Пенсии, стипендии, пособия и другие выплаты из государственного бюджета являются трансфертными платежами и не включаются в национальный доход, но учитываются при подсчете личного дохода.

3.4.2. Инфляция

Инфляция («inflation» - от итальянского слова «inflatio», что означает «воздутие») представляет собой устойчивую тенденцию роста общего уровня цен.

В рыночной экономике, т.е. в условиях относительной гибкости и мобильности ценового сигнала, *превышение совокупного спроса над совокупным предложением выражается в росте общего уровня цен – открытая форма инфляции.*

В экономике с фиксированными ценами возникшая недостаточность предложения по отношению к спросу сохраняет форму дефицита, не перерастая (при прочих равных условиях) в открытую инфляцию. Некоторые экономисты полагают, что дефицит – это антипод открытой инфляции: если отпустить цены, то дефицит быстро исчезнет, но за это придется “заплатить” повышением общего уровня цен. Поэтому многие экономисты считают дефицит проявлением инфляции в скрытой форме. Именно в виде тотального дефицита, развивающегося на всех уровнях производства и потребления, проявляется инфляция в экономике с негибким, фиксированным ценообразованием, то есть в централизованной экономике (например, в командно-административной системе), где решение об объемах распределения, производства, потребления и ценах принимаются из единого центра. Нарастающий дефицит сопровождается удлинением очередей, снижением качества товаров и услуг, развитием бюрократического и черного рынка, на которых *товарные цены, выраженные в денежных единицах или в объеме услуг, предоставляемых в обмен на товары, растут в унисон с дефицитом*. Это **скрытая форма инфляции, или подавленная инфляция**.

Напротив, проявление дисбаланса между спросом и предложением в виде открытой формы инфляции, т.е. в росте цен, сопровождается снижением покупательной способности и обесценением денег по отношению к конечным товарам и ресурсам. Однако инфляция не означает, что все цены в экономике стремятся к повышению. Цены могут колебаться одновременно с разной скоростью и разнонаправленно на межотраслевом и внутриотраслевом уровне.

Инфляцию, сопровождающуюся ценовой разбалансированностью, когда в одних секторах цены растут разными темпами, а в других могут сокращаться, называют **несбалансированной инфляцией**. Ее сложнее выявить и урегулировать, чем сбалансированную инфляцию, при которой цены изменяются в одном направлении и примерно одинаковыми темпами.

Темп (уровень) инфляции:

$$\pi = \frac{P_1 - P_0}{P_0} * 100\%$$

где,

π - темп инфляции в процентах за год,

P_1 - уровень цен данного года,

P_0 уровень цен предшествующего года.

Темп (уровень) инфляции характеризует темп прироста общего уровня цен.

Необходимо иметь в виду, что **не любое повышение цен - инфляция**. С понятием открытой инфляции не следует смешивать рост цен, вызванный, например, сезонными колебаниями спроса и предложения, природными катаклизмами и, что очень важно, экономическими циклами. Рост цен, происходящий не по причине искажения оценки ресурсов, товаров и услуг, нарушающего пропорции обмена и распределения, а по каким-либо другим причинам, инфляцией не является. Поэтому при оценке инфляции необходимо очистить цены от неинфляционных колебаний. Так, если в экономике ежемесячный темп инфляции составляет 7%, а цены на сельскохозяйственную продукцию сезонно снизились, скажем на 1,5%, то нельзя утверждать, что в этот период инфляция снизилась до 5,5% в месяц.

Инфляция проявляется в разной степени. *По темпам различают умеренную (или ползучую) инфляцию, галопирующую инфляцию и гиперинфляцию*, которые в странах с развитой рыночной экономикой определяются по следующим критериям:

Умеренной (или ползучей) называется инфляция с темпами до 10% в год. Это достаточно прогнозируемый темп инфляции, при котором обесценение денег настолько незначительно, что сделки заключаются в номинальных ценах.

Галопирующая инфляция ограничена рамками от 10 до 100% в год. Деньги обесцениваются довольно быстро, поэтому в качестве цен для сделок либо используют устойчивую валюту, либо в ценах учитываются ожидаемые темпы инфляции на момент платежа. Другими словами, сделки (контракты) начинают индексироваться.

Гиперинфляция в странах с развитой рыночной экономикой определяется темпами выше 100 % в год. Для стран с неустойчивой экономикой, развивающейся или переходной, критерий начала гиперинфляции значительно выше. Обесценение денежных средств происходит настолько стремительно, что цены могут пересчитываться ежедневно и даже по несколько раз в день. Гиперинфляция вымывает деньги из обращения, разрушает банковскую систему и парализует не только производство, но и сам механизм рынка. Ожидание гиперинфляции создает панические настроения в бизнесе.

Инфляционное повышение цен вызывает (при прочих равных условиях) повышение ставки процента на денежном рынке. Так же, как цены подразделяются на реальные и номинальные, т.е. не очищенные от инфляции, ставка процента, выполняющая роль ценового сигнала на денежном рынке, подразделяется на номинальную и реальную. Рассмотрим эту проблему подробнее:

В магазинах мы судим о том, сколько стоит товар, по номинальным ценам. Аналогично в банках мы сталкиваемся с номинальной ставкой процента. Допустим, мы получили в банке по срочному депозиту 12% годовых. Значит ли это, что на 12% от вложенной суммы денег мы стали богаче? Да, денег мы имеем больше именно на эту величину. Однако, если за период хранения вклада инфляция выросла, скажем, на 7% в год, то покупательная способность суммы депозита с процентами сократилась на величину темпа инфляции. В этом случае мы сможем купить товаров на 7% меньше и наш выигрыш от вклада реально составил лишь 5% годовых, а не 12%. Это и есть реальная ставка процента.

Реальная ставка процента (r) – это изменение покупательной способности суммы депозита с процентами, скорректированное на темп инфляции.

Если номинальные цены известны, значит, мы знаем и **температуру инфляции (π)**. Также известна **номинальная ставка банковского процента (i)**.

Тогда при невысокой инфляции **величина реальной ставки процента (r) составит: $r = i - \pi$** .

Более точная формула реальной ставки процента, используемая для высоких темпов инфляции, немного сложнее: $r = i - \pi / 1 + \pi$

Формулы показывают, что реальная ставка процента равна скорректированной на темп инфляции номинальной ставке процента.

Вернемся к равенству $r = i - \pi$ и выразим **номинальную процентную ставку i** через реальную ставку процента r и темп инфляции: $i = r + \pi$

Это уравнение Фишера, оно показывает, что на номинальную ставку процента действуют изменения реальной процентной ставки и темпов инфляции. Отсюда следует и **эффект Фишера**: номинальная ставка в условиях инфляции изменяется так, что реальная ставка процента остается неизменной, т.е. на сколько процентов вырастет π , на столько же процентов увеличивается и i .

Такая зависимость между номинальной ставкой процента и темпами инфляции действительно наблюдалась в странах с развитой рыночной экономикой. Например, в США на протяжение последних сорока лет эта зависимость прослеживалась в периоды относительно высоких (до 15% в год) темпов инфляции. Инфляция, как отмечалось ранее, стала постоянным спутником хозяйственной жизни после отказа от системы золотого стандарта в промышленно развитых и развивающихся странах. Длительное пребывание в условиях инфляции вызвало приспособление к ней

экономических субъектов при помощи механизма инфляционных ожиданий.

Инфляционные ожидания (π_e) – это оценка субъектами рынка изменения темпов инфляции в будущем периоде. Можно сказать, что инфляционные ожидания управляют ценами. Экономические агенты закладывают инфляционные ожидания в будущие номинальные цены на всех стадиях производства и реализации товаров и услуг, чтобы застраховать свою выручку от обесценения.

Затяжной рост цен порождает устойчивые инфляционные ожидания, что придает инфляции самоподдерживающийся, т.е. **инерционный характер**. Под влиянием устойчивых ожиданий раскручивается **инфляционная спираль**. Это сказывается на поведении всех экономических агентов: потребители страхуются, закупая товары впрок. Тем самым потребители создают давление спроса, что заставляет производителей еще больше повышать цены. Банки повышают номинальную ставку процента. Профсоюзы закладывают в трудовые договоры повышенную ставку заработной платы. Инфляция совершает новый виток, формируются новые и более высокие инфляционные ожидания.

Инерционная инфляция особенно опасна, так как ее трудно преодолеть. Ведь сложнее всего переломить настрой экономических агентов, изменить их поведение.

Стимулирующая кредитно-денежная политика может лишь усилить ожидания инфляции. Формируется порочный круг: инфляционные ожидания - повышение уровня цен - новые инфляционные ожидания - новое повышение уровня цен и т.д. Если учесть, что *любые текущие цены - это не что иное, как сформировавшиеся в предшествующем периоде ожидания по поводу будущих цен или будущих темпов инфляции*, то **уравнение Фишера примет вид: $i = r + \pi_e$,**

где π_e - ожидаемый темп инфляции.

Важно отметить, что эффект Фишера проявляется только в условиях прогнозируемой (ожидаемой) инфляции с устойчивыми инфляционными ожиданиями экономических агентов.

Однако существует понятие и **непрогнозируемой (неожидаемой) инфляции**. Например, в эпоху золотого стандарта инфляция не была устойчивой. Существовала одинаковая возможность как снижения, так и повышения ее темпов в будущем, а значит, и описываемая неоклассиками возможность автоматического выхода рынка из инфляционных тисков.

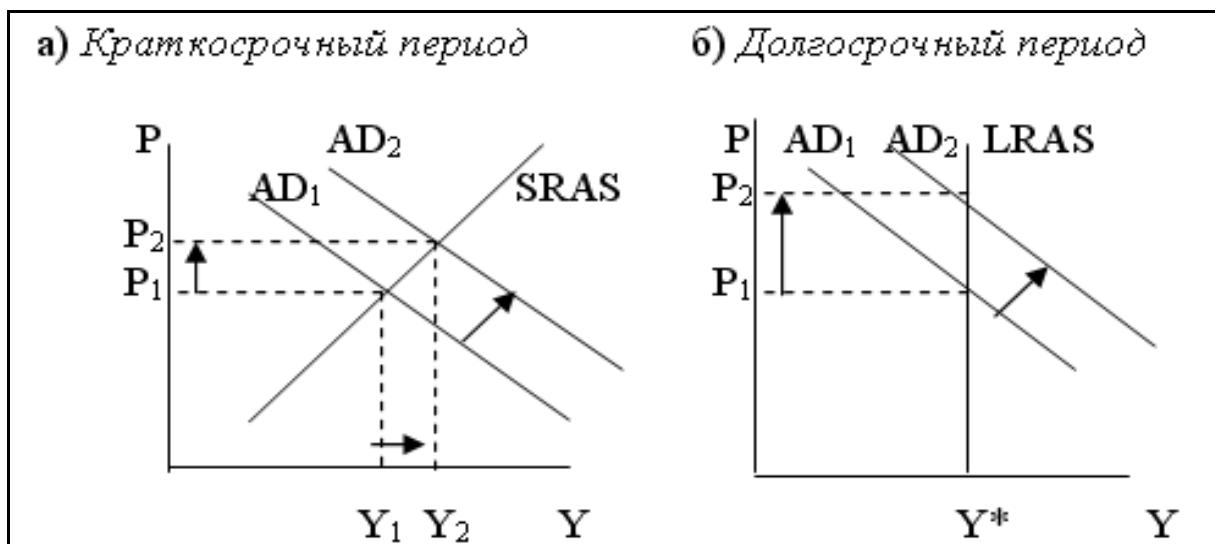
Экономические агенты при повышении общего уровня цен начинали чувствовать себя реально беднее (эффект богатства) и, не имея инфляционных ожиданий, стремились увеличить сократившийся по отношению к возросшим ценам объем реальных денежных запасов (M/P). Поэтому покупатели откладывали часть своих закупок до установления более низкого уровня цен. Производители, напротив, старались расширить предложение с целью поддержать объем реальных денежных запасов на прежнем уровне. Обе эти тенденции приводили к тому, что уровень цен постепенно снижался и рынок мог самостоятельно выйти из инфляции.

Таким образом, при отсутствии инфляционных ожиданий срабатывал эффект реальных денежных запасов, который в экономической литературе называется также **эффектом Пигу** (англ. Pigou effect) — макроэкономический эффект, приводящий к установлению равновесия между ценами, благосостоянием населения и его занятостью. Рост цен, при отсутствии значительной инфляции, вызывает сокращение потребления и накопление сбережений, что понижает цены и приводит экономику в равновесие.

Инфляция спроса и издержек (предложения)

Инфляция спроса – это тип инфляции, которая вызвана причинами, лежащими на стороне совокупного спроса – рис. 13. Основной причиной инфляции большинство экономистов, особенно представители школы монетаризма считают **увеличение денежной массы**.

Мы видим, что расширение совокупного спроса в условиях приближения к полной занятости и при ее достижении вызывает рост общего уровня цен. Происходит рост платежеспособного спроса. За счет чего? Ведь экономика любой страны – система замкнутая, и увеличение доходов в одних секторах может, при прочих равных условиях, произойти только за счет перераспределения из других секторов, что в целом не изменит размеров совокупного спроса.



Таким образом, увеличение платежеспособности может возникнуть лишь из-за **дополнительной эмиссии денег**, осуществляемой государством чрезмерно. Вот и получается, что правительство, обладая монопольным правом на эмиссию денег (которое в экономической литературе получило название “сеньораж”), в определенных случаях может им злоупотреблять.

Причины вздутия совокупного спроса из-за дополнительной эмиссии, главным образом, связаны с дефицитом бюджета правительства и способами его погашения.

Во-первых, если правительство считает, что покрытие бюджетного дефицита посредством займов у населения и бизнеса усилит дисбаланс между сбережениями и инвестициями, подняв ставку процента и сократив инвестиционный спрос, то оно может прибегнуть к монетизации

государственного долга. *Чрезмерная эмиссия и сопровождающая ее индексация доходов приводят к переплетению инфляционных ожиданий населения и бизнеса*, что и раскручивает инфляционную спираль. Причем, к увеличению темпа инфляции могут привести любые чрезмерные расходы, превышающие доходы бюджета, даже такие, казалось бы, справедливые и благородные, как увеличение размера трансфертных платежей (пенсий, пособий, дотаций и т.д.).

Во-вторых, к инфляционному росту совокупного спроса приводит *расширение государственного сектора, сопровождающееся увеличением заработной платы не в связи с ростом производительности труда, а для привлечения и поощрения государственных служащих и работников госпредприятий*. К тому же, наращивание в экономике удельного веса продукции госсектора с фиксированными ценами на фоне увеличения номинального дохода работников также может стать инфляционным фактором.

В-третьих, *финансирование военных заказов и расширение военно-промышленного комплекса (ВПК)*. Продукция этого сектора экономики специфична и не является объектом производственного и потребительского спроса. Сам же ВПК предъявляет спрос на рынке капитала, труда, а так же на рынке потребительских товаров и услуг. Создается давление на цены в сторону их повышения, так как деньги для оплаты военных заказов увеличивают денежную массу, не подкрепленную массой товарной.

Итак, эмиссионное покрытие бюджетного дефицита является прямым фактором инфляции спроса. Сами же причины бюджетного дефицита, заключающиеся в неэффективности государственных расходов, вызывают (либо углубляют) количественные и структурные диспропорции между совокупным спросом и совокупным предложением и становятся косвенными факторами инфляции.

Аналогичное воздействие на совокупный спрос может оказать и стимулирующая кредитно-денежная политика центрального банка в случае продажи облигаций на открытом рынке. Процентная ставка снизится за счет расширения денежной массы, а инвестиционные проекты реализуются через определенный лаг времени, за период которого и может произойти инфляционный всплеск.

Помимо группы причин, связанных с бюджетным дефицитом и увеличением денежной массы, инфляцию спроса может усилить обесценение отечественной валюты страны по отношению к устойчивой иностранной валюте, если высока доля иностранной валюты в составе денежного агрегата М2. Этот фактор при падении курса отечественной валюты срабатывает подобно дополнительной эмиссии и может вызвать инфляцию спроса.

Механизм раскручивания инфляции спроса характеризуется тем, что сначала увеличивается денежная масса, а затем – совокупный спрос.

Инфляция издержек – это тип инфляции, вызванной причинами, лежащими на стороне совокупного предложения – рис. 14. Инфляция издержек происходит в результате сокращения совокупного предложения в связи с удорожанием издержек производства на единицу продукции.

Одновременное повышение уровня цен и сокращение реального объема общественного продукта – **стагфляция**.

Что вызывает рост издержек? Прежде всего, отметим монополизм. Но уже не государства, а монополизм фирм и профсоюзов. Значительная часть продукции в современном мире производится в отраслях с олигополистической структурой рынка. Все известные виды монополий и олигополий обладают соответствующей властью над ценой. Ценыдерживаются за счет недопроизводства продукции по сравнению с конкурентным (т.е. общественно оптимальным) и потенциально

возможным объемом выпуска, а также за счет барьеров проникновения в отрасль, прежде всего, основанных на монопольном владении ресурсами.

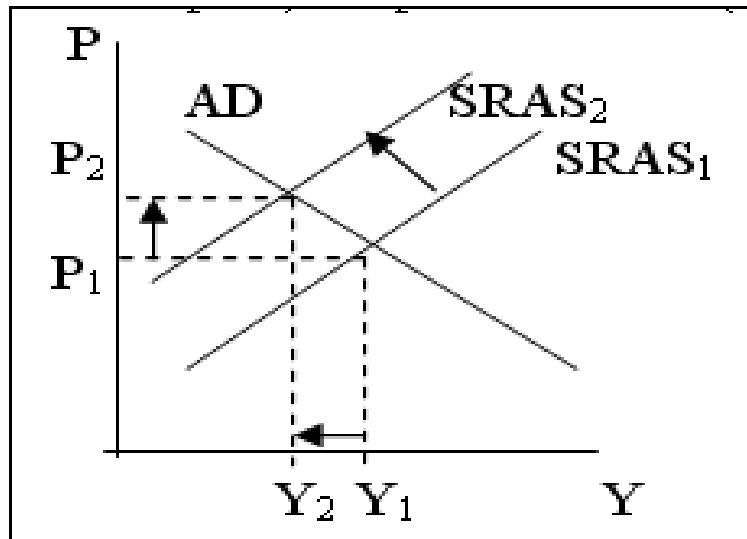


Рисунок 14 – Инфляция издержек

Происходит завышенная оценка ресурсов по отношению к их предельной производительности, а также завышение цен на промежуточную и готовую продукцию за счет искусственного недопроизводства. Распространяясь по всей экономике, искаженные ценовые сигналы с каждым производственным циклом развиваются тенденцию к завышенному ценообразованию по сравнению с тем, какими должны быть цены при данном уровне технологического развития. Итак, монополизм фирм порождает инерционное завышение цен.

В отдельных случаях аналогичным фактором инфляции издержек является определенная степень власти над ценой зарубежных фирм, приводящая к разновидности импортируемой инфляции через ценовые шоки. Под импортируемой инфляцией понимается инфляция, проникающая в экономику страны из-за рубежа через цены иностранных товаров (как правило, при высокой доле импорта в совокупном предложении). Так, если в экономике страны широко используются в производстве импортируемые ресурсы (энергоносители и технология), то

их резкое подорожание приведет к росту издержек внутри страны и к сокращению совокупного производства при одновременном росте цен.

Классическими примерами инфляции издержек, вызванной шоками цен на энергоносители, импортировавшиеся из стран ОПЕК, является энергетический кризис в США и Западной Европе 1973-74 годов и первой половины 80-х. Подобный эффект ценового шока, способного усилить инфляцию издержек, также может быть вызван резким обесценением курса отечественной валюты по отношению к иностранной в том случае, если высока доля импорта в совокупном предложении, включая ресурсы и технологию. В этом случае удержать цены не смогут даже те отечественные производители, продукция которых не имеет импортной составляющей. Ведь все производители одновременно являются потребителями, и будут стараться сдерживать падение своего реального дохода через повышение цены выпуска.

Например, в России такое поведение производителей вызвал резкий скачок курса доллара по отношению к рублю в августе 1998 года.

Монополизм профсоюзов проявляется в области ценообразования на рынке труда. Сильные профсоюзы давят на предпринимателей, добиваясь повышения заработной платы, либо сокращают предложение квалифицированных профессий, что также толкает заработную плату вверх. Повышаются издержки предпринимателей на услуги труда, дороговизна производства делает невыгодным его расширение. Совокупное предложение начинает сокращаться, несмотря на то, что совокупный спрос остается на прежнем уровне, а порой и растет.

Инфляцию издержек может вызвать *сдерживающая бюджетно-налоговая и кредитно-денежная политика правительства*, во-первых, при наличии лага запаздывания в принятии решений и, во-вторых, в случае взаимоисключаемости целей экономической политики. Так, если лаг принятия решений затянут, то сдерживающие инструменты, адекватные фазе бума, применяются к уже изменившейся ситуации, например,

депрессии, требующей от правительства воздействия иного характера. В результате несвоевременное повышение налогов, импортных пошлин на сырье и промежуточную продукцию, ужесточение условий кредита и другие сдерживающие меры повысят издержки производства и могут привести к инфляции издержек.

Механизм раскручивания инфляции издержек характеризуется тем, что первоначально в результате роста издержек повышается уровень цен, а лишь затем расширяется денежная масса.

3.4.3. Занятость и безработица

В историческом плане проблемы занятости и безработицы стали актуальными после промышленной революции, когда появились массовые рабочие профессии, так как более ранние способы производства не способствовали высвобождению излишней рабочей силы. Сформировалось несколько основных теоретико-методологических подходов к проблемам занятости и безработицы, многие из которых находят свое отражение в современных социально-экономических исследованиях ученых.

Занятость

Различные авторы, трактуя содержательную часть понятия «занятость», акцентируют внимание либо на деятельности с позиций потребления, либо на процессах включения в трудовую деятельность, либо на отношениях с позиций производства и потребления или же с позиций реализации процессов удовлетворения потребностей населения.

Занятость – система отношений между людьми по поводу обеспечения рабочими местами и участия в хозяйственной деятельности, определяемая особенностями способа производства. Занятость выступает как итоговый момент отношений распределения работников по родам деятельности (А. Н. Азрилиян).

Занятость – совокупность общественных отношений, проявляющихся в институциональных формах, по поводу включения

трудовых ресурсов в социально-экономическую деятельность, в результате которой удовлетворяется потребность в работниках, необходимых для производства благ и услуг, а также индивидуальные материальные и нематериальные потребности самих работников и их воспроизведение (М. А. Базир)

Занятость – сложное социально-экономическое явление, выступающее сложнейшей составной частью общественного производства. С точки зрения экономической категории занятость сегодня практически рассматривается как общественное отношение не только обеспечения населения рабочими местами (т. е. с позиции производства и накопления), но и обеспечения человека необходимыми средствами существования (т. е. в связи с формированием и использованием фонда потребления) (Б. Д. Бреев).

Занятость – это совокупность отношений по поводу участия населения в трудовой деятельности; выражает меру его включения в труд, степень удовлетворения общественных потребностей в работниках и личных потребностей, в оплачиваемых рабочих местах, в получении дохода (В. С. Буланов, Н. А. Волгин).

Занятость – общественно полезная деятельность граждан, связанная с удовлетворением личных и общественных потребностей, не противоречащая законодательству Российской Федерации и приносящая, как правило, заработка (Федеральный закон «О занятости населения в Российской Федерации»).

В специальной литературе можно встретить большое количество определений (видов) занятости: продуктивная, рациональная, оптимальная, сбалансированная, эффективная, полная, неполная, дополнительная и пр. Все они лишь уточняют основное содержание понятия. Рассмотрим более подробно отдельные стороны занятости через ее виды.

Полная занятость осуществляется в режиме полной занятости в соответствии с нормами Трудового Кодекса и рассматривается с позиций ее продолжительности, т. е. продолжительность рабочей недели в часах.

Дифференциация величины этой продолжительности зависит от условий труда, состояния трудоспособности и возраста работника. Например, при нормальных условиях труда полная занятость фиксируется, если продолжительность работы – 40 часов в неделю, при вредных – 36 часов в неделю, для инвалидов III группы – 35 часов в неделю, для несовершеннолетних 14–16 лет – 20 часов в неделю, 16–18 лет – 24 часа в неделю и т. д.

Все виды занятости, реализуемые в объеме, меньше указанного для конкретной категории работника, относятся к неполной занятости.

Неполная занятость реализуется в режиме неполного рабочего дня или сокращенной рабочей недели, неполного рабочего дня и сокращенной рабочей недели одновременно, режиме надомного труда или совместительства. Работа в режимах неполной занятости имеет свои положительные и отрицательные стороны, а сама занятость в такой форме является необходимой для рыночной экономики, где в силу действия закона спроса и предложения рабочей силы 100%-ной занятости не может быть в принципе.

Неполная занятость делает рынок труда более гибким, снижает напряженность его состояния. Также к положительным моментам можно отнести возможность для населения иметь доход и макроэкономические механизмы общественного потребления. Особенно важна неполная занятость для слабозащищенных категорий населения (инвалидов, женщин с детьми, лиц предпенсионного возраста, учащейся молодежи и пр.), которым в силу их специфических проблем режимы полной занятости не всегда доступны.

В зависимости от того, на каких условиях реализуется включение людей в общественно-полезную деятельность и какие направления

деятельности при этом задействованы, можно выделить продуктивную и социально-полезную занятость.

Продуктивная занятость – процесс включения человека в общественно полезную деятельность в обмен на зарплату или доход. В свою очередь, **социально-полезная занятость** – процесс включения человека в деятельность, которая признается обществом полезной и необходимой, но материально им не поддерживается (например, волонтерство), либо поддерживается частично через специфические формы (денежное довольствие, пособия, стипендии и т. д.).

Безработица

Противоположное занятости явление – безработица. В общем смысле **безработица** – превышение предложения рабочей силы над спросом на нее на рынке труда. Безработица является еще более многогранным явлением, чем занятость.



Рисунок 15 – Категории населения

Рассмотрим рисунок 15 подробнее. Население (с англ. Population, POP) включает рабочую силу (L) и население, не входящее в состав рабочей силы NL, следовательно, $POP=L+NL$.

Рабочая сила представлена безработными (U, в иных источниках B) и занятыми (E), следовательно, $L=B+E$

$$\text{Из этого следует: } POP=L+NL=B+E+NL$$

По причинам возникновения выделяют фрикционную (добровольную), структурную, технологическую (техническую), циклическую и скрытую безработицу.

Фрикционная (добровольная) безработица – это потеря работы по собственному желанию (увольнение по собственному желанию). Специалисты расценивают этот вид безработицы как необходимый для реализации желания безработного найти лучшее применение своих способностей к труду (с лучшими условиями труда, в более удачно расположенному территориально хозяйствующем субъекте, и т. д.).

Структурная безработица связана с действием закона спроса и предложения. Это такое состояние рынка труда, когда в одних отраслях людей сокращают из-за экономического спада (там снижается спрос на производимую продукцию, услуги, и появляется избыточная численность персонала, подлежащая увольнению), а в других возникают новые (дополнительные) рабочие места, которые некоторое время (время поиска работы, профессиональной подготовки, переподготовки) остаются незаполненными. Статистически этот вид безработицы фиксируется формулировками «уволен по сокращению штатов», «уволен в связи с банкротством предприятия (организации)», «уволен в связи с ликвидацией предприятия (организации)». Помимо отрицательного эффекта, который приносит любой вид безработицы, структурная безработица имеет положительные стороны – в том смысле, что является следствием «санации» экономики, повышения ее конкурентоспособности, и работники после обучения (переобучения) находят более перспективные рабочие места, также повышая свою конкурентоспособность.

В целом фрикционная и структурная безработицы считаются нормальными явлениями и формируют понятие **естественной безработицы**, но только в том случае, когда их уровень на превышает 2-6 %.

Технологическая (техническая) безработица – это вытеснение из производства рабочей силы под влиянием научно-технического прогресса (НТП).

Циклическая безработица связана с периодом экономического спада в результате действия закона спроса и предложения в обществе.

Скрытая (потенциальная) безработица представляет собой такой вид безработицы, при которой люди формально заняты, но фактически в любой момент могут стать безработными – по собственному желанию или инициативе работодателя.

По продолжительности выделяют временную и хроническую безработицу.

Временная безработица имеет продолжительность 3–4 месяца. Это абсолютно нормальное явление, которое свидетельствует о востребованности профиля подготовки безработного на рынке труда, адекватности его самооценки, активности при поиске подходящей работы.

Хроническая безработица фиксируется после 6 месяцев поиска работы. В отличие от временной безработицы, это крайне негативное явление, свидетельствующее о невостребованности профиля подготовки безработного на рынке труда, неадекватности его самооценки (заниженной или завышенной), снижении активности при поиске подходящей работы, проявлении негативных психоэмоциональных состояний, депрессиях, нарушениях работы всего организма.

Безработица может измеряться как абсолютными величинами (численность безработных в конкретном населенном пункте, субъекте, в целом по стране), так и относительными величинами (уровень безработицы), которые более объективны и позволяют делать сравнительный, в том числе межстранный, анализ.

По методике Международной организации труда для определения **уровня безработицы** используется следующая общая формула:

$$U = \frac{B}{L} * 100$$

где,

U – уровень безработицы, %;

B – безработные в обществе на данный момент;

L – рабочая сила.

Применение этой формулы в России порождает несколько показателей, связанных с разными видами безработицы, фиксируемой в целом по обществу и по тем безработным, которые признаны таковыми государственной службой занятости, а также наличием двух официальных субъектов труда, участвующих в расчетах – трудовых ресурсов и экономически активного населения (рабочей силы).

По методике определения безработица может быть общей и официальной (регистрируемой).

Общая безработица обозначается U_1 .

$$U_1 = \frac{B}{L} * 100$$

где,

U_1 – уровень общей безработицы, %;

B – безработные в обществе на данный момент;

L – рабочая сила (экономически активное население, по методике МОТ) / трудоспособное население в трудоспособном возрасте.

При ее расчете по вышеприведенной формуле параметр B также обозначает всех безработных в обществе на данный момент, а параметр L может обозначать либо рабочую силу (экономически активное население, по методике МОТ), либо трудоспособное население в трудоспособном возрасте.

Официальная (регистрируемая) безработица, обозначаемая через U_2 .

$$U_2 = \frac{B}{L} * 100$$

где,

U₂ – уровень официальной (регистрируемой) безработицы, %;

Б – безработные, поставленные на учет как безработные в государственной службе занятости населения;

L – рабочая сила (экономически активное население, по методике МОТ) / трудоспособное население в трудоспособном возрасте.

Официальная (регистрируемая) безработица также рассчитывается по указанной общей формуле, однако здесь Б – это безработные, поставленные на учет как безработные в государственной службе занятости населения; L – рабочая сила (экономически активное население, по методике МОТ) либо трудоспособное население в трудоспособном возрасте.

В таблице 14 представлены формулы расчета уровня разных типов безработицы, а также причины возникновения.

Таблица 14 – Расчет уровня безработицы

Тип безработицы	Определение	Формула
Фрикционная безработица	Связана с поиском работы и ожиданием выхода на работу. Основной причиной этого типа безработицы является несовершенство информации (сведений о наличии свободных рабочих мест)	$U_{\text{фрикц.}} = (U_{\text{фрикц.}}/L) * 100\%$
Структурная безработица	Обусловлена структурными сдвигами (structural shifts) в экономике. Причина структурной безработицы – несоответствие структуры рабочей силы структуре рабочих мест	$U_{\text{структурн.}} = (U_{\text{структурн.}}/L) * 100\%$
Циклическая безработица	Представляет собой отклонения от естественного уровня безработицы, связанные с краткосрочными колебаниями	$U_{\text{цикл.}} = (U_{\text{цикл.}}/L) * 100\%$

Тип безработицы	Определение	Формула
	экономической активности. Циклическая безработица – это безработица, причиной которой выступает рецессия (спад) в экономике, когда фактический ВВП меньше, чем потенциальный.	
Естественная безработица	Сумма фрикционной и структурной безработицы	$U^* = U_{\text{фрикц.}} + U_{\text{структурт}}$
Фактическая безработица	Рассчитывается как процентное отношение общего количества безработных к общей численности рабочей силы или как сумма уровней безработицы всех типов и равен сумме естественного уровня безработицы и уровня циклической безработицы.	$\begin{aligned} U_{\text{факт.}} &= (U/L)*100\% = \\ (U_{\text{фрикц.}} + U_{\text{структурт.}} + U_{\text{цикл.}}) / L * \\ *100\% &= \\ = U_{\text{фрикц.}} + U_{\text{структурт.}} + U_{\text{цикл.}} &= U^* \\ + U_{\text{цикл}} \end{aligned}$

3.4.4. Кривая Филлипса: связь инфляции и безработицы

Кривая Филлипса – это модель, разработанная в 1958 году английским экономистом Олбаном Филлипсом на основе эмпирических данных за 1861-1957 годы по США и показывающая взаимосвязь между уровнем безработицы и уровнем инфляции – рис. 16а.

Согласно концепции, уровень безработицы находится в обратно пропорциональной зависимости от уровня инфляции. Это означает, что государство при проведении политики, направленной на снижение безработицы, непременно столкнется с увеличением инфляции, и наоборот.

Рассмотрим данные кривой за 60-е годы: при снижении уровня безработицы с 6,5% в 1961 г. до 3,5% в 1969 г. увеличился уровень инфляции с 0,5% в 1961 г. до 6,5% в 1969 г. – рисунок 60б. Такие данные в 60-е гг. позволили О. Филлипсу убедиться на практике в существовании обратной зависимости между инфляцией и безработицей.

В таком случае кривая Филлипса приводит нас к дилемме стабилизационной политики государства: невозможно достичь полной занятости без инфляционных издержек, т.к. манипулирование совокупным спросом посредством кредитно-денежных и фискальных мер всего лишь перемещает экономику вдоль кривой Филлипса.

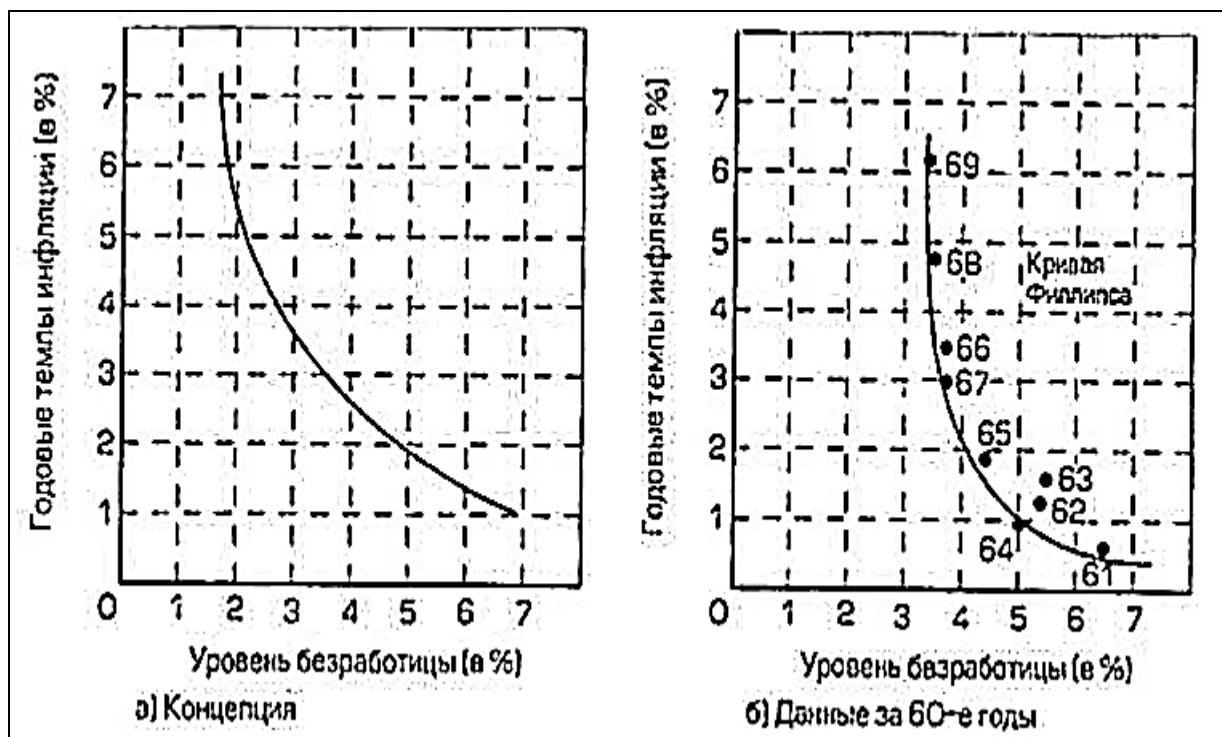


Рисунок 16 – Кривая Филлипса

Однако макроэкономические события 70-х и 80-х годов доказали на практике несостоятельность концепции Филлипса в данной интерпретации – сначала одновременно наблюдался рост инфляции и безработицы, так называемая стагфляция, а в течение нескольких лет экономического подъема 1983-1989 гг. инфляция и безработица одновременно снижались.

Таким образом, Кривая Филипса соответствовала эмпирическим фактам до середины 70- х гг., а последующий период на практике ее опроверг.

Период стагфляции кривая Филлипса не могла объяснить.

Для того чтобы убедиться в нерациональности теории Филлипса в ее первоначальной трактовке, рассмотрим данные Российской Федерации за

период с 2000 по 2012 г., опубликованные Федеральной службой государственной статистики – рис. 17.

Год	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Инфляция	20,1	18,8	15,06	11,99	11,74	10,91	9
Безработица	10,6	9,0	7,9	8,2	7,8	7,1	7,1
Год	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Инфляция	11,87	13,26	8,8	8,78	6,1	6,58	-
Безработица	6,0	6,2	8,3	7,3	6,5	5,5	-

Рисунок 17 – Уровень инфляции и безработицы в Российской Федерации за период с 2000 по 2012 года.

В период с 2000 по 2012 год в РФ одновременно уменьшалась и безработица, и инфляция, при этом с 2000 по 2012 год инфляция снизилась с 20,1% в 2000 году до 6,58 % в 2012 году, а безработица – с 10,6% до 5,5%.

Таким образом, *кривая Филлипса не находит своего отражения и в современной российской экономике*. Кроме того, анализируя данные, можно прийти к выводу, что ни обратной, ни прямой зависимости между уровнем безработицы и уровнем инфляции не существует.

Это подтверждается следующими данными: в РФ 2001 г. по сравнению с 2000 г. происходит уменьшение безработицы наряду со снижением инфляции, в 2006 г. по сравнению с 2005 г. уровень инфляции падает, а безработицы остается неизменным, а в 2009 г. по сравнению с 2008 г. происходит увеличение безработицы и снижение инфляции. Однако кривая Филлипса не утратила своего значения полностью, а нашла отражение в других теориях.

Существующие интерпретации на сегодняшний момент – **теория адаптивных ожиданий и теория рациональных ожиданий**. Рассмотрим их более подробно.

Теорию адаптивных ожиданий рассмотрим на следующем примере: предположим, что в стране существует инфляция на уровне 4% и

безработица на уровне 8%. Государство принимает решение снизить уровень безработицы и проводит политику для увеличения совокупного спроса. В краткосрочном периоде увеличиваются прибыли предприятий и объем производства, следовательно, увеличивается занятость в связи с увеличением числа рабочих мест. Однако вскоре рабочие начитают требовать увеличения номинальной заработной платы в связи с инфляцией. Увеличивая номинальную заработную плату, предприниматели теряют прибыль, сокращается краткосрочный стимул к увеличению производственных мощностей и, как следствие, происходит увеличение безработицы, которая стремится к своему естественному уровню. Из этого следует тот факт, что *в долгосрочной перспективе кривая Филлипса имеет вид вертикальной прямой, а обратной зависимости между темпами инфляции и уровнем безработицы не существует*. Данная теория дает нам объяснение того, почему стимулирующая политика скорее приведет к росту инфляции, чем к снижению уровня безработицы в стране в долгосрочной перспективе. Снижение безработицы в краткосрочной перспективе здесь объясняется тем, что изменения номинальной зарплаты отстают от изменений уровня цен, и именно в этот период разницы происходит увеличение прибыли, расширение производства и увеличение занятости населения.

Теория рациональных ожиданий является менее распространённой, чем теория адаптивных ожиданий, однако также представляет интерес для рассмотрения. Согласно данной теории, предприниматели, рабочие и потребители понимают, как функционирует экономика, а также то, как влияет на экономику государственная политика, поэтому учитывают это при принятии собственных решений.

Для понимания данной теории также обратимся к ситуации, при которой уровень безработицы равен 8%, а уровень инфляции 4%. Предположим, государство принимает решение ввести стимулирующую политику. Субъекты рыночных отношений понимают, что ожидается рост

инфляции, поэтому включают ожидаемую инфляцию в свои требования о повышении номинальной заработной платы. Если рабочие правильно оценивают уровень ожидаемой инфляции, то прибыли, объем производства и занятость не увеличиваются даже в краткосрочном периоде, а соответственно, не произойдет сокращения безработицы. Таким образом, *кривая Филлипса также принимает вертикальную прямую*.

Теории адаптивных и рациональных ожиданий приводят к мысли о том, что государственная политика регулирования совокупного спроса не может повлиять на уровень безработицы в долгосрочной перспективе, а скорее всего приведет к увеличению инфляции.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: **кривая Филлипса если и сохраняет сегодня свое значение как теоретическая модель взаимосвязи безработицы и инфляции, то только в краткосрочном периоде, в долгосрочном периоде такой зависимости не существует.**

3.4.5. Экономические циклы

Исследованием циклов в природе и обществе ученые занимаются более двух тысячелетий, начиная с Платона, Аристотеля и других античных мыслителей (которые понимали цикл как замкнутый круг, повторение одних и тех же фаз).

Экономисты заинтересовались проблемой цикличности в начале XIX века. Впервые она была затронута в работах Ж. Сисмонди (1773–1842), К. Родбертуса-Яцегова (1805–1875), Т. Мальтуса (1766–1834). Но в то же время экономисты ортодоксального направления отвергали идею цикличности как противоречащую закону Сэя о равенстве спроса и предложения (Ж.-Б. Сэй (1767–1832)). В связи с этим в классических работах А. Смита (1723–1790), Д. Рикардо (1772–1823), Дж. Ст. Милля (1806–1873), А. Маршалла (1842–1924) явлению цикла не придается общезэкономического значения, оно рассматривается как частное.

Пристальное внимание проблеме циклов уделял **К.Маркс** (1818–1883). В 60-х годах XIX века им была разработана *теория циклических кризисов*, которая дала импульс к изучению феномена длинных волн учеными-марксистами. Для промышленных циклов продолжительностью 7–12 лет он выделил четыре основные фазы, последовательно сменяющие друг друга: оживление, подъем, депрессию и кризис.

Также **К.Жуглар** (1819–1905) исследовал циклы продолжительностью 7–12 лет, названные позже его именем. Он внес большой вклад в изучение природы промышленных колебаний во Франции, Великобритании и США на основе фундаментального анализа колебаний ставок процента и цен. Эти колебания совпали с циклами инвестиций, которые инициировали изменения ВНП, инфляции и занятости.

В середине XIX в. экономисты начали анализировать *длинные волны в экономике*. В 1847 г. англичанин Х.Кларк обратил внимание, что две мировые «экономические катастрофы» 1793 и 1847 гг. разделяет 54-летний период, и предположил, что должны существовать некие физические причины такого интервала. Англичанин В.Джевонс выявил повторяющиеся продолжительные периоды роста и снижения значений во временных рядах цен. Однако найти объяснения этому феномену ему не удалось.

Первая формулировка такого свойства капиталистической экономики, как *длительные периоды спада и застоя*, появилась в 1901 г. и принадлежит А.И. Гельфанду. Им было замечено, что выраженность циклических кризисов в период подъема слабее, а в период спада, наоборот, глубже и продолжительнее. Открытие новых рынков, бурный рост индустриального экономического уклада, расширение использования электричества и рост добычи золота Гельфанд считал основными причинами экономического подъема в начале XX в.

Последователями А.И. Гельфандом в изучении длинных волн стали голландские экономисты Я. Ван Гельдерен и С. де Вольф. В 1913 г. Гельдереном была разработана *теория волнообразного эволюционного движения при капитализме*. Для ее создания он использовал разнообразную статистику: длинные временные ряды цен, более короткие временные ряды данных о производстве, финансовые показатели, сведения о международной торговле, занятости населения и миграции.

Однако наибольший вклад в развитие теории длинных волн внес **Н.Д. Кондратьев** (1892–1938). В 1925 г. он впервые опубликовал **учение о больших циклах конъюнктуры**, в котором изложил результаты своих исследований, касающихся динамики индексов товарных цен, процентных ставок, ренты, заработной платы, производства важнейших видов продукции для ряда развитых стран 1770–1926 г.

В результате выполненной им обработки зависимостей указанных показателей от времени методами математической статистики стали явно видны циклы экономической динамики продолжительностью 48–55 лет, каждый из которых состоит из двух фаз – повышательной и понижательной. Характер среднесрочного цикла зависит от того, на какую фазу большого он «накладывается». Если на понижательную, то фазы оживления и подъема ослабляются, а кризиса и депрессии усиливаются. На повышательной фазе наблюдается обратная динамика.

Кондратьев Н.Д. выделил 2,5 цикла (80-е гг. XVIII в. — 20-е гг. XX в.) за 140 лет.

В начале повышательной фазы первой волны происходил интенсивный рост текстильной промышленности и развитие производства чугуна, существенно трансформировавший экономические и социальные условия общества.

Начало повышательной фазы второй волны соответствует строительству железных дорог, освоению новых территорий, преобразованию сельскохозяйственного производства.

В начале *повышательной фазы третьей волны* — *внедрение электричества, радио и телефона, перспективы нового подъема, связанного с созданием автомобильной промышленности.*

За период с 1925 г. было предложено множество теорий, объясняющих существование «длинных волн» в экономике.

Теоретическая база существования больших циклов экономической конъюнктуры Кондратьева такова:

1. Теории инновационного типа (Г. Менш, Й. Шумпетер, А. Клайнкнехт, С. Кузнец, Дж. ван Дайн).
2. Теории марксистской направленности (Д. Гордон, Л. Фонтье, П. Бакара, Э. Мануэль).
3. Воспроизводство рабочей силы (К. Фридман).
4. Перенакопление в капитальном секторе экономики (Дж. Форфестер).
5. «Ценовые» теории (Б. Берри, У.У. Ростоу).
6. Монетаризм и интеграционные концепции (Р. Батра, П. Корпинен, Й. Дельбеке, М. Ольсен, К. Перес-Перес, Э. Скрепанти).
7. Цикличность классовой борьбы (И. Милендорфер, С. Вибе, В. Вайндлих).
8. Социологические причины классовой борьбы (Дж. Гаттен, Б. Сильвер).
9. Военные циклы (Дж. Голдстайн).

В работе Дж. Китчина 1926 г. изложено исследование так называемых *коротких волн* — длиной 2-4 г. — на основе изучения большого объема данных по финансовым счетам и изменчивости продажных цен при движении товарных запасов.

В 1930-е гг. в США появились исследования так называемого *«строительного цикла»*. Аналитики Дж. Риггольмен, В. Ньюмен и другие построили первые статистические индексы совокупного годового объема жилищного строительства и обнаружили в них следующие друг за другом

длительные интервалы (16–25 лет) быстрого роста и глубоких спадов или застоя.

В 1934 г. в работе Й. Шумпетера «*Теория экономического развития*» впервые прозвучали *идеи эволюционной экономики*. Он ввел понятия кластера микрокомбинаций, стратегий поведения «новаторов» и «консерваторов» на рынке, на основании которых предложил объяснение причин долгосрочных (эволюционных) экономических изменений.

В 1946 г. С. Кузнец (1901–1985) в работе «Национальный доход» пришел к выводу о том, что показатели таких макроэкономических параметров, как потребительские расходы, национальный доход, валовые инвестиции в здания и сооружения, а также в оборудование производственного назначения, обнаруживают синхронизированные колебания с периодом около 20 лет. При этом оказалось, что в строительстве такие колебания наиболее заметны, т. к. имеют самую большую относительную амплитуду. Поэтому термин «строительный цикл» вышел из употребления сразу после публикации этой работы Кузнецца. Вместо него стали использовать термин «длинные колебания» (long swings), в отличие от кондратьевских «длинных волн» (long waves). В 1955 г. «длинные колебания» и «строительный цикл» были переименованы в «цикл Кузнецца».

Экономический (деловой) цикл (business cycle) представляет собой периодические спады и подъемы в экономике, колебания деловой активности – рис. 18.

Каждая точка на тренде, изображающем экономический рост, соответствует величине потенциального ВВП или состоянию полной занятости ресурсов (точки В и С).

Каждая точка на кривой, отображающей экономический цикл, соответствует величине фактического ВВП (точки А и D).

Если фактический ВВП превышает потенциальный (точка А) фактический уровень безработицы ниже естественного уровня, и это означает ситуацию сверх занятости.

Реальный ВВП

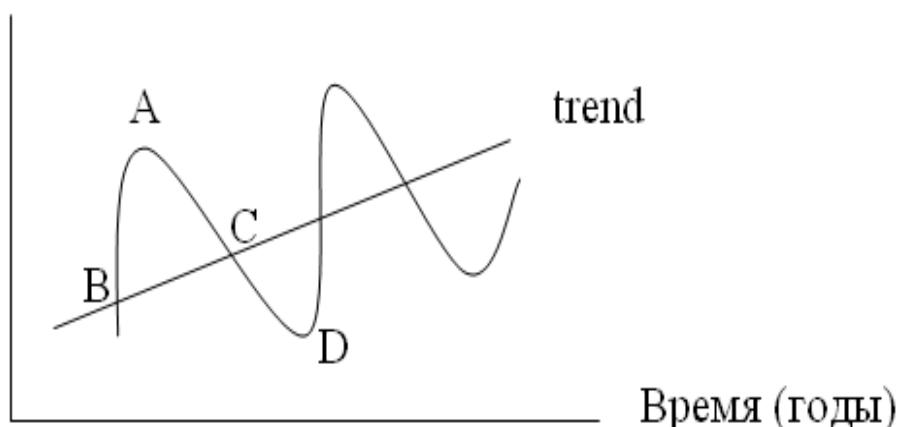


Рисунок 18 – Экономический (деловой) цикл

При переходе из точки В в точку А происходит рост уровня цен – ускорение инфляции, поскольку совокупный спрос превышает совокупное предложение.

Когда экономика находится на уровне потенциального выпуска (на тренде), что соответствует естественному уровню безработицы (уровню полной занятости), инфляция не ускоряется. Периоды цикла отражены на рисунке 19.

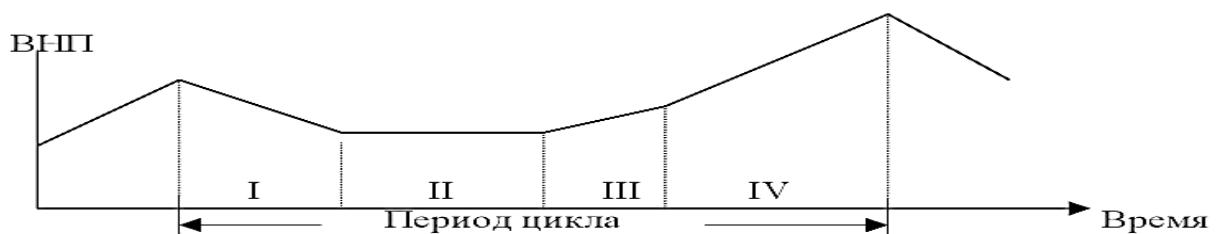


Рисунок 19 – Периоды цикла

В экономическом цикле выделяют четыре фазы:

I фаза – кризис.

II фаза – депрессия.

III фаза – оживление.

IV фаза – подъем.

Кризис проявляется в перепроизводстве товаров, сокращении кредитов и повышении ссудного процента, что приводит к понижению прибылей, падению производства, росту банковских задолженностей, банковским крахам и банкротствам предприятий. Во время **депрессии** производство остается на постоянном низком уровне, товарные излишки рассасываются, ставка ссудного процента уменьшается до минимума. Затем происходит переход к **оживлению**, которое характеризуется увеличением объемов производства, началом нового промышленного строительства, повышением нормы прибыли, ставки ссудного процента и заработной платы, начинается **фаза подъема**. Уровень ВНП превосходит высшую кризисную точку, производство начинает увеличиваться, растет занятость, товарный спрос, уровень цен и норма ссудного процента. Объем производства вновь выходит за рамки платежеспособного спроса, рынок переполняется нереализованными товарами. Начинается новый промышленный цикл.

В таблице 5 представлена характеристика циклов.

Таблица 5 – Экономические циклы и их характеристика

Название	Продолжительность	Особенности
Цикл Китчина	3-5 лет	Связаны с накоплением и истощением производственных запасов. Их также называют циклами производственных запасов.
Цикл Джаглара	7-10 лет	Являются основной разновидностью циклов, характерной для экономики США. Экономисты не могут прийти к согласию относительно причин этих циклов.
Циклы Кузнецка	15-25 лет	Такой цикл начинается с момента возведения зданий и транспортных сооружений и заканчивается, когда эти здания и сооружения изнашиваются и должны быть заменены на новые. Так как длина этих циклов приблизительно соответствует поколениям людей, одна из теорий связывает циклы Кузнецка с демографическими колебаниями, вызванными изменениями рождаемости после войн.

Название	Продолжительность	Особенности
Цикл Кондратьева	30-50 лет	Их еще называют «длинными волнами». За 200 последних лет наблюдалось 4 больших цикла. Что касается причин длинных волн, то одна из теорий связывает их со значительными техническими нововведениями, которые могут привести к изменению планируемых затрат.

ГЛАВА 4. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Глава 4 учебного пособия содержит контрольные вопросы, тестовые задания, задания на установление соответствия и заполнения пропусков, кейс-задачи, экономические задачи, тематику докладов, а также вопросы к итоговому контрольному мероприятию.

4.1. Предмет, методология и функции экономической теории

Контрольные вопросы

1. Дайте определение понятию «экономика» как совокупности экономических отношений?
2. Какова основная проблема экономики?
3. В чем суть экономической теории как науки, каковы ее функции?
4. Дайте характеристику уровням экономики?
5. Каковы основные направления и школы экономической теории?
6. Каковы современные школы экономической теории?
7. Выделите эмпирические и теоретические методы экономического исследования?

Тестовые задания

1. В трудах какого ученого впервые происходит разделение умственного и физического труда?
A. Сюнь Цзы
B. Ксенофонт
C. Марк Теренций Варрон
D. Конфуций
2. С именем какого ученого связывают разделение экономики (естественная хозяйственная деятельность, связанная с производством продуктов) и хрематистики (искусство наживать богатство)?
A. Аристотель

В. Платон

С. Ксенофонт

Д. Александр Македонский

3. Экономика это ...

А. совокупность отношений, возникающих по поводу производства, распределения, обмена и потребления благ и услуг, необходимых для удовлетворения потребностей.

Б. управление финансовыми ресурсами и финансовой деятельностью хозяйствующего субъекта, направленное на реализацию его стратегических и текущих целей.

С. совокупность современных технологий, принципов, методов, средств и форм управления, направленных на повышение эффективности работы различных предприятий.

Д. деятельность органов государственного, общественного, социального управления, направленная на реализацию поставленных государством целей и задач по социально-экономическому развитию страны.

4. Основная проблема экономики заключается в...

А. Максимизации прибыли.

Б. Удовлетворение постоянно растущих потребностей за счет ограниченных ресурсов.

С. Снижении издержек производства.

Д. Удовлетворение ограниченных потребностей за счет неограниченных ресурсов.

5. Экономическая теория это ...

А. общественная наука, исследующая проблему такого использования или применения редких ресурсов, при котором достигается наибольшее, или максимальное, удовлетворение безграничных потребностей общества.

В. управление финансовыми ресурсами и финансовой деятельностью хозяйствующего субъекта, направленное на реализацию его стратегических и текущих целей.

С. совокупность современных технологий, принципов, методов, средств и форм управления, направленных на повышение эффективности работы различных предприятий.

Д. деятельность органов государственного, общественного, социального управления, направленная на реализацию поставленных государством целей и задач по социально-экономическому развитию страны.

6. Какая функция экономической теории предполагает изучение и объяснение экономических явлений и процессов, а также – в представление полученных знаний в теоретическом виде?

А. Практическая функция.

Б. Методологическая функция.

С. Познавательная функция.

Д. Прогностическая функция.

7. Какой уровень экономики соответствует уровню отдельного структурного подразделения предприятия?

А. Наноэкономика.

Б. Микроэкономика.

С. Миниэкономика.

Д. Макроэкономика.

8. Сущность какого учения сводится к определению источников богатств?

А. Маржинализм.

Б. Меркантилизм.

С. Физиократизм.

Д. Марксизм.

9. Кто из ярких представителей меркантилизма ввел в научный лексикон термин «политическая экономия»?

А. Антуан Монкретьен де Ваттевиль.

Б. К. Маркс.

С. Т. Ман.

Д. Д. Норе.

10. Представители какой экономической школы впервые источником богатства объявили труд и землю?

А. Марксизм.

Б. Физиократизм.

С. Неоклассицизм.

Д. Маржинализм.

11. Основоположником классической политической экономии выступает:

А. Антуан Монкретьен де Ваттевиль.

Б. К. Маркс.

С. Д. Рикардо.

Д. А. Смит.

12. Всестороннее исследование законов развития капиталистического общества с позиции пролетариата это основа такой школы как:

А. Марксизм.

Б. Физиократизм.

С. Неоклассицизм.

Д. Маржинализм.

13. Какая экономическая школа впервые закрепила использование предельных величин?

А. Марксизм.

Б. Физиократизм.

С. Неоклассицизм.

Д.Маржинализм.

14. Равновесная цена, по мнению Альфреда Маршалла, представляет собой:

А.цену, при которой количество предлагаемого товара совпадает с количеством товара, которое желают купить.

В.цену, соответствующую текущим издержкам.

С.цену, соответствующую капитальным затратам.

Д.цену, при которой количество предлагаемого товара частично совпадает с количеством товара, которое желают купить.

15. В рамках какой научной экономической школы были заложены принципы макроэкономики?

А.Кейнсианство.

Б.Физиократизм.

С.Неоклассицизм.

Д.Маржинализм.

16. Какая экономическая школа закрепляет основы регулирования экономики посредством денежно-кредитных инструментов?

А.Монетаризм.

Б.Физиократизм.

С.Неоклассицизм.

Д.Маржинализм.

17. Какой капитал становится приоритетным в теории новой экономики?

А.Оборотный капитал.

Б.Интеллектуальный капитал.

С.Человеческий капитал.

Д.Основной капитал.

18. Какая экономическая школа закрепляет понимание национального богатства как совокупности научных знаний, образованности, квалификации и опыта, творческого потенциала людей?

А. Концепция человеческого капитала.

Б. Концепция устойчивого развития.

С. Маржинализм.

Д. Неоклассицизм.

19. Какая концепция отражает идеологию баланса интересов поколений и напрямую связана с вопросом есть ли будущее у человечества?

А. Концепция человеческого капитала.

Б. Концепция устойчивого развития.

С. Маржинализм.

Д. Неоклассицизм.

20. Методы, используемые исключительно в рамках экономической науки и нигде больше неприменимые это

А. Всеобщие методы экономической науки.

Б. Общемировоззренческие методы экономической науки.

С. Частные методы экономической науки.

Д. Общие методы экономической науки.

Задания на установление соответствия, восстановление пропусков

1. Соотнесите функции экономической теории

№	Функция	Описание	Вариант
1.	Познавательная	изучение и объяснение экономических явлений и процессов, представление полученных знаний в теоретическом виде	A.
2.	Методологическая	разработка конкретных принципов и способов рационального хозяйствования	B.
3.	Практическая	возможность предвидеть события будущих экономических явлений и перспектив общественного развития.	C.
4.	Прогностическая	метод целого комплекса специальных и экономических наук	D.

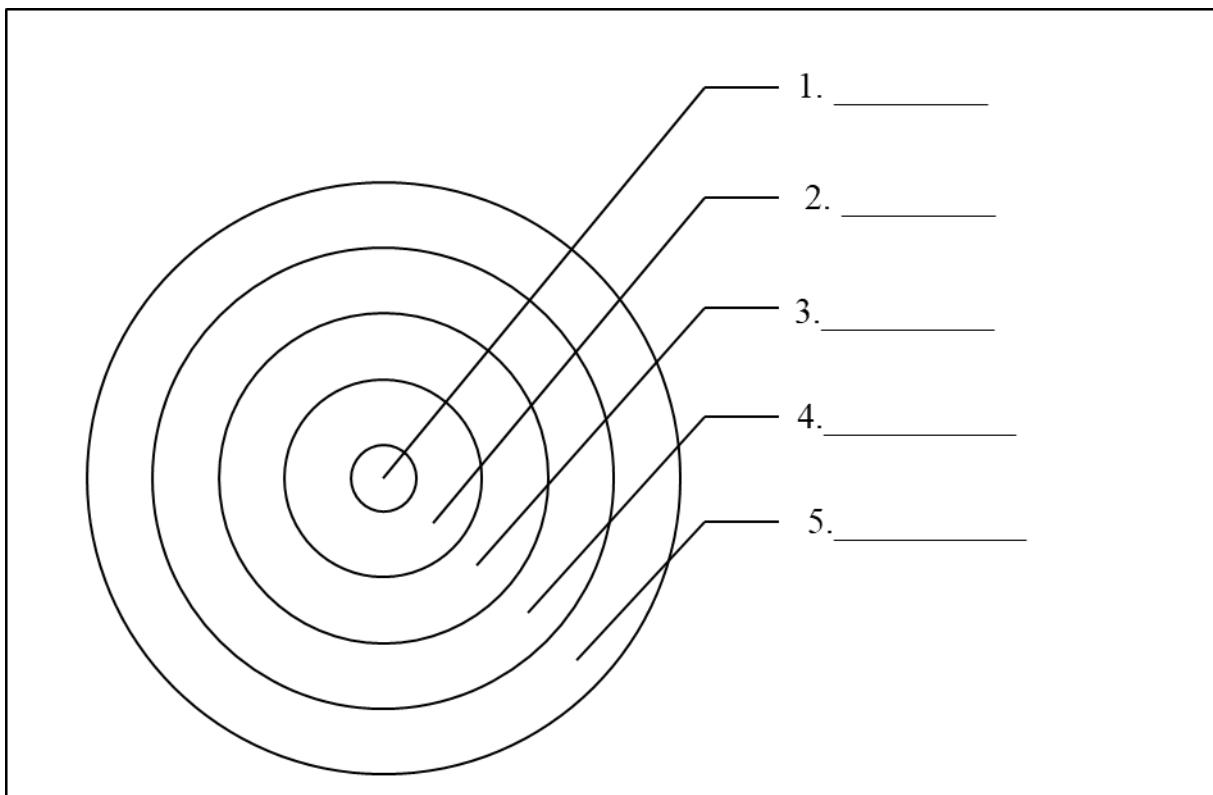
Ответ: 1- ____ ; 2- ____ ; 3- ____ ; 4- ____ .

2. Соотнесите уровни экономики

№	Уровень	Пример	Вариант
1.	Наноэкономика	ПАО «Детский мир»	A.
2.	Миниэкономика	Покупка холодильника	B.
3.	Микроэкономика	Отдел продаж ООО «Ромашка»	C.
4.	Мезоэкономика	Российская Федерация	D.
5.	Макроэкономика	Челябинская область	E.

Ответ: 1-_____; 2-_____; 3-_____; 4-_____; 5-_____.

3. Обозначьте уровни экономики



A. Наноэкономика

B. Мезоэкономика

C. Миниэкономика

D. Микроэкономика

E. Макроэкономика

Ответ: 1-_____; 2-_____;
3-_____; 4-_____;
5-_____.

4. Соотнесите эмпирические и теоретические методы экономических исследований

№	Методы	Категория	Вариант
1.	экономическое наблюдение	Теоретические методы	A
2.	экономический анализ		
3.	экономический синтез		
4.	экономический эксперимент	Эмпирические методы	B
5.	экономическая аналогия		
6.	экономическое моделирование		
7.	экономическая индукция		

Ответ: А-_____;

Б-_____.

5. Экономика – это совокупность отношений, возникающих по поводу _____, _____, _____ и _____ благ и услуг, необходимых для удовлетворения потребностей.

6. Метод – это совокупность _____ и _____ теоретического познания или практического освоения действительности.

7. Экономический анализ – это _____ в экономическом познании фрагментов какого-либо целого на составляющие его части.

8. Экономическая индукция представляет собой метод исследования, который основан на переходе от _____ экономических фактов к _____ выводам и положениям.

9. Экономическая дедукция выступает методом экономического исследования, который основан на переходе от _____ утверждений, которые уже установлены, о любых экономических теориях или фактах к более _____ выводам и позициям.

10. Экономический синтез представляет собой процесс, обратный _____

Тематика докладов

1. Развитие экономической науки в Древнем Китае
2. Развитие экономической науки в Древней Греции

3. Развитие экономической науки в Древнем Риме
4. Меркантилизм
5. Физиократизм
6. Классическая школа политэкономии
7. Марксизм
8. Маржинализм
9. Неоклассицизм и институциализм
10. Кейнсианство
11. Монетаризм
12. Теория новой экономики
13. Концепция человеческого капитала
14. Концепция устойчивого развития

Экономические кейсы

Кейс «Проблема экономического выбора»

Список требующих срочного решения проблем, стоящих перед человечеством, очень длинный. СПИД, голод, вооруженные конфликты и глобальное потепление соперничают друг с другом за наше внимание, наряду с несостоительностью правительства, малярией и стихийными бедствиями. Но в то время как сострадания у нас много, ресурсы наши ограничены. Так кому же надо помочь в первую очередь?

Некоторым выбирать такие приоритеты кажется неприличным. Но Организация Объединенных Наций и национальные правительства ежегодно тратят миллиарды долларов на помочь тем, кто в ней нуждается, не ставя открыто вопрос, достигают ли они максимально возможных результатов.

Западные средства массовой информации освещают цунами в Азии, и пожертвования текут рекой. Землетрясению, разрушившему города и деревни в Пакистане, уделяют меньше внимания, и помочь развитых стран оказывается гораздо меньше.

Существует лучший способ. Мы можем установить приоритетные направления расходов для извлечения максимальной пользы из задействованных средств.

Для этого надо определить круг крупнейших в мире проблем и решить, что надо сделать в первую очередь. Это главная идея конференции «Копенгагенский консенсус», встречи восьми крупнейших экономистов мира, пять из которых – нобелевские лауреаты.

Мероприятие проводится в столице Дании раз в четыре года – как Олимпиада. Ученые выбирают самые экономически эффективные методы решения всех основных проблем человечества, а также те проблемы, которые надо решать в первую очередь. Побеждает тот, кто даст максимальную экономическую отдачу при минимальных вложениях.

Приведем хотя бы один факт: число всех погибших от южно-азиатского цунами равно месячному количеству жертв СПИДа/ВИЧа во всем мире. Комплексная профилактическая программа, предоставляющая информацию о безопасном сексе в регионах, наиболее пострадавших от СПИДа/ВИЧа, обойдется в 27 млрд долларов и спасет более 28 млн жизней. Это, по мнению экономистов – участников Копенгагенского консенсуса, делает его самой лучшей возможной инвестицией в мире. Социальные блага превысят издержки в пропорции 40:1.

Другие из одобренных экономистами направлений включают предоставление микропитательных веществ голодающим, установление свободной торговли и борьба с малярией при помощи сеток от москитов и лекарств. С другой стороны, реагирование на климатические изменения, такие как Киотский протокол, обойдется дороже полученных результатов, так что экономисты вычеркнули их из списка вещей, которые необходимо сделать прямо сейчас.

Независимо от того, согласны мы с экономистами или нет, все должны признать, что мы не можем сделать все одновременно. Поэтому обсуждение приоритетов является критическим.

На очередном «Консенсусе» гуру экономики создали рейтинг из 30 экономически эффективных проектов для решения этих проблем. Глядя на список, понимаешь, что время экономической магии безвозвратно ушло. Судя по выводам ученых, если бы на Земле вдруг возникло мировое правительство, ему нужно было бы срочно вкладывать бюджетные деньги в витамины. \$1, потраченный на обеспечение младенцев и кормящих матерей витамином А и цинком, дает \$17 экономического эффекта в виде увеличения продолжительности жизни и производительности труда человека. Эта мера занимает первое место в составленном участниками конференции рейтинге решений – выше известных способов борьбы с глобальным потеплением и гражданскими войнами.

Способы решения проблем питания вообще занимают пять мест в первой десятке самых экономически обоснованных проектов. Ни один из них не связан с собственно увеличением количества потребляемой еды – только с ее качеством. На третьем месте – обогащение продуктов железом и йодом, далее следуют обогащение теми же самыми веществами растений на полях, борьба с глистами и обучение людей здоровому питанию. Вложения в улучшение питания оказываются эффективнее борьбы с болезнями: витамины дешевле лекарств, а хорошо питающиеся люди меньше болеют. Недоедание и плохое питание становится причиной 35 % заболеваний детей в возрасте до пяти лет, говорится в преамбуле отчета участников конференции. Впрочем, обязательные прививки для детей все-таки заняли почетное пятое место списка.

Расчет эффективности решений в области питания и здоровья основывается на используемом Всемирной организацией здравоохранения параметре DALY (Disability Adjusted Life Years) – подсчите, сколько лет жизни человек проводит «на больничном». DALY можно оценить в деньгах, то есть в выгоде, которую мог бы принести человек за эти годы, если бы был здоров. Итак, ясно, что детей спасать гораздо выгоднее, чем взрослых, так как у них впереди еще много лет пока еще ничем

скорректированной жизни. Поэтому львиная доля самых эффективных мер связана с улучшением жизни детей.

Если верить копенгагенским мудрецам, то самым эффективным способом борьбы с респираторными заболеваниями, вызванными загрязнением воздуха, является не запрет автомобилей, а простая печка–буржуйка с трубой, выходящей за пределы помещения (23-е место общего рейтинга). Значительная часть человечества до сих пор готовит пищу на открытом огне и годами глотает дым.

На микроуровне решаются и социальные проблемы. С помощью микрокредитов, за продвижение которых в Бангладеш местный банкир Мухаммад Юсуф получил Нобелевскую премию мира, люди могут вырваться из западни крайней бедности: жизнь семьи может кардинально измениться благодаря покупке современного средства производства – например, бензопилы. Поскольку даются такие кредиты в основном женщинам, это ведет к повышению их роли в обществе, что само по себе, по мнению экономистов, будет иметь гигантский экономический эффект (22-е место в рейтинге). Несколько лет назад любимыми героями репортажей из Бангладеш были телефонные женщины – деревенские «матриархи», которые на кредит приобретали самый дешевый мобильный телефон и становились ходячим переговорным пунктом, сдавая трубку соседям в аренду на один звонок.

Примечательна одна деталь: если некоторые проблемы из списка «Консенсуса» имеют сразу несколько решений разной степени эффективности, то из гражданских войн лишь один выход. Расчет показывает, что \$1, вложенный в миротворческую операцию, может принести \$12,6 в виде предотвращения смертей и ранений, а также экономических последствий войны. Лучше всего, по мнению ученых, та миротворческая операция, которая сопровождается гарантиями возобновления интервенции в случае опасности.

Впрочем, когда речь заходит о главной напасти последнего десятилетия – терроризме, оптимизм у светил экономики пропадает. Затраты на контртеррористические меры огромны, при этом сам терроризм как метод борьбы чрезвычайно дешев.

Вопросы для обсуждения:

1. Верно ли, что проблема ограниченности ресурсов стоит перед отдельным человеком, но не существует для общества в целом?
2. Как проблема ограниченности ресурсов влияет на выбор приоритетов оказания международной помощи?
3. Является ли с вашей точки зрения справедливым критерий оказания международной помощи, предложенный экономистами Копенгагенского консенсуса?
4. Какие другие критерии справедливого распределения ресурсов вы можете предложить?
5. Поясните на материалах кейса понятия альтернативных издержек и экономического выбора.
6. Какие глобальные проблемы человечества Вам известны? И как можно разрешить эти проблемы?

Кейс «Глобальное «кипение» и экономика»

Эпоха глобального потепления закончилась — началась эра «глобального кипения», заявил в конце июля генсек ООН Антониу Гуттерриш. В начале месяца на планете был зафиксирован самый жаркий день за историю метеорологических наблюдений — и, по оценкам некоторых специалистов, по меньшей мере за 100 тысяч лет рекордно жарким стал и весь июль 2023-го. Жители стран, где температуры стабильно держатся на высоком уровне, сравнивают свой опыт с адом на земле, а в некоторых случаях жара приводит к летальным исходам.

Одновременно погодные условия оказываются настоящей проблемой для экономики: сельскохозяйственный сектор сталкивается с неурожаем,

энергетическая система — с ростом нагрузки и перебоями в электрогенерации; так же страдают и многие другие отрасли экономики.

Во всех сферах деятельности сотрудникам сложнее справляться со своими обязанностями, а инфраструктура не выдерживает экстремальных условий. За последние десятилетия жара стоила миру триллионов долларов, и в будущем, предупреждают эксперты, все станет только хуже.

Волны экстремальной жары на планете только за период с 1992 по 2013 год обошлись мировой экономике примерно в 16 триллионов долларов экономических потерь, обнаружили в прошлом году специалисты американского Дартмутского колледжа. Работа ученых стала одним из немногих исследований, показавших, к какому ущербу приводят именно высокие температуры, а не другие последствия изменения климата — к примеру, участившиеся наводнения или ураганы.

Специалисты изучили данные о погодных условиях в разных регионах мира и сопоставили их с экономическими показателями соответствующих государств за те же годы. Обнаружилось, что экстремально высокие температуры статистически совпадают с отклонениями в росте ВВП, причем для более развитых стран потери меньше, чем для развивающихся стран глобального Юга. Для первых экстремальная жара означает потерю примерно 1,5 процента годового ВВП на душу населения, а для вторых — 6,7 процента, что выглядит, по мнению ученых, несправедливым, ведь крупные экономики вносят гораздо больший вклад в глобальное потепление.

По оценкам Международной организации труда (МОТ), посвятившей влиянию тепловой нагрузки на производительность труда специальный доклад, продуктивность работников начинает падать уже с 26 градусов. В 33-34 градуса по Цельсию человек, занятый трудом умеренной интенсивности, начинает работать на 50 процентов менее эффективно. Проблемы возникают у работников любых секторов, даже при офисной работе, но больше всего риски для тех, кто занят физическим трудом.

Закономерности касаются и тех, кто трудится на открытом воздухе — в сельском хозяйстве, строительстве, транспортном секторе, туризме, — и тех, кто находится в помещениях, например, на фабриках и заводах, если температуры там не регулируются. В таких ситуациях люди дополнительно подвержены угрозе теплового удара, повышается даже вероятность фатальных сценариев.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие отрасли экономики, помимо энергетики и сельского хозяйства, страдают от глобального потепления?
2. Как взаимосвязано падение уровня ВВП и экстремальное повышение температур?
3. Каково состояние Российской Федерации в условиях глобального потепления? Какие регионы находятся в зоне риска?
4. Какие подходы существуют в решении проблемы глобального потепления?

Кейс «Адам Смит и «Исследование о природе и причинах богатства народов»»

1776 год, когда была подписана «Декларация о независимости», отмечен публикацией в Англии одной из самых важных книг нашего времени – «Исследование о природе и причинах богатства народов». Она принесла своему автору Адаму Смиту титул отца экономики.

Смит отошел от принципиальных взглядов своего времени. Он не соглашался с физиократами, которые считали, что только земля является единственным источником богатства. Он также разошелся во взглядах с меркантилистами, которые измеряли богатство нации количеством денег и настаивали на государственном вмешательстве в экономику с целью достичь благоприятного торгового баланса.

С точки зрения Смита, богатство нации создается в процессе производства, и не только сельскохозяйственного. Количество произведенных благ определяется качеством соединения человеческого

труда с другими факторами производства. И чем эффективнее такое соединение, тем больше объем выпуска продукции и богатство нации.

Центральная идея учения Смита заключалась в том, что экономии будет функционировать лучше, если исключить ее регулирование государством. В этих условиях экономический эгоизм будет заставлять предприятия выпускать продукты, нужные покупателям, и делать это по максимально низкой цене. Они будут делать это, думая не о благополучии общества, а пытаясь превзойти своих конкурентов и получить максимум прибыли. Но этот эгоизм принесет пользу всему обществу тем, что обеспечит больше товаров и услуг лучшего качества и по более низким ценам. Для объяснения, почему все общество выигрывает, если экономика будет свободна от регулирования, Смит использовал метафору «невидимая; рука»: «Каждый отдельный человек старается употребить свой капитал; так, чтобы продукт его обладал наибольшей стоимостью. Обычно он не имеет в виду содействовать общественной пользе, а преследует лишь собственный интерес... Однако при этом, как и во многих других случаях, он «невидимой рукой» направляет к цели, которая совсем не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он неизбежно предпочитает такие действия, которые наилучшим образом служат интересам общества». «Невидимой рукой» Адам Смит именовал те экономические силы, которые мы сегодня называем спросом и предложением.

Напротив, Смит поддерживал теорию физиократов и их концепцию «laissez faire», гласящую, что отдельные люди и предприятия должны действовать в экономике без вмешательства государства или частных монополий. В этом случае «невидимая рука» будет свободна и сможет направлять экономику и максимизировать производство. В «Исследовании о природе и причинах богатства народов» описаны принципиальные элементы экономической системы. Так, Смит обращается к рассмотрению процесса производства булавок для того, чтобы продемонстрировать как

разделение труда и использование машин увеличивают их выпуск: «Один человек тянет проволоку, другой выпрямляет ее, третий отрубает, четвертый заостряет конец, пятый обтачивает другой того, чтобы можно было насадить головку; изготовление самой и тоже занимает время».

Хотя современная технология усовершенствовала способ производства булавок, принципы разделения труда остались неизменными. Подобно этому и другие разделы книги, посвященные факторам производства, деньгам, международной торговле, сегодня так же актуальны, время ее написания.

Вопросы для обсуждения:

1. Почему Адама Смита называют отцом экономики?
2. Где создается богатство нации, по мнению Адама Смита?
3. Что Адам Смит называет «невидимой рукой» рынка?
4. Какую роль в экономике отводит Адам Смит государству?
5. Какова экономическая роль разделения труда?

4.2. Базовые понятия о производстве и воспроизводстве

Контрольные вопросы

1. В чем суть проблемы экономического выбора?
2. Какая связь между потребностями и благами?
3. Дайте характеристику факторам производства?
4. Изобразите кривую производственных возможностей, дайте характеристику точкам на кривой и за ее пределами?
5. Каков экономический смысл закона возрастающих альтернативных издержек?
6. Что входит в экономическую деятельность общества?
7. Разведите понятия средства производства, средства труда и предметы труда?
8. Из каких непрерывных процессов состоит процесс воспроизводства?

9. Дайте характеристику показателям эффективности производства труда? Каковы формулы расчета?

10. Дайте характеристику показателям эффективности использования фондов? Каковы формулы расчета?

Тестовые задания

1. Проблема экономического выбора заключается в:

А. Удовлетворении ограниченных потребностей неограниченными ресурсами.

Б. Удовлетворении неограниченных потребностей невозобновляемыми ресурсами.

С. Удовлетворении неограниченных потребностей ограниченными ресурсами.

Д. Удовлетворении потребностей.

2. Потребность в экономической теории это – ...

А. нужда, желание потребителей приобрести и использовать товары и услуги, которые доставляют им полезность.

Б. все, что удовлетворяет любые действительные потребности.

С. нужда, желание потребителей приобрести и использовать товары только производственного назначения.

Д. свойство товаров приносить пользу потребителям.

3. Средства, с помощью которых удовлетворяются потребности это...

А. Полезность.

Б. Блага.

С. Потребность.

Д. Необходимость.

4. К материальным благам не относится:

А. Акции.

Б. Патент.

С. Деловая репутация.

Д. Промышленный робот.

5. Какой фактор производства характеризуется как все «даровые блага природы», которые применимы в производственном процессе?

- A. Земля.
- B. Труд.
- C. Капитал.
- D. Предпринимательские способности.

6. Какой фактор производства включает все виды инструментов, машины, оборудование, фабрично-заводские, складские, транспортные средства и сбытовую сеть, используемые в производстве товаров и услуг и доставке их конечному потребителю?

- A. Земля.
- B. Труд.
- C. Капитал.
- D. Предпринимательские способности

7. Доход, получаемый от предоставления материальных ресурсов - сырья и капитального оборудования представляет собой ...

- A. Рентный доход
- B. Заработка плата.
- C. Дивиденды.
- D. Прибыль.

8. Экономический смысл закона возрастающих альтернативных издержек заключается в ...

- A. постоянно растущие потребности.
- B. отсутствие совершенной эластичности, или взаимозаменяемости, ресурсов.

- C. ограниченность ресурсов.
- D. совершенная эластичность, или взаимозаменяемость ресурсов.

9. Часть общественной системы, совокупность отношений людей в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных и нематериальных благ и услуг это – ...

А. Социальная сфера жизни общества.

В. Экономическая сфера жизни общества.

С. Экономическая деятельность общества.

Д. Социальная система.

10. Процесс создания материальных благ и услуг, необходимых для существования и развития общества это – ...

А. Производство.

Б. Распределение

С. Обмен.

Д. Воспроизводство.

11. Гуманизация труда заключается в ...

А. повышении степени участия работников в акционерном капитале предприятия, в управлении им, распределении полученных доходов.

В. подстройки к запросам работников предприятия, что предполагает выполнение научных рекомендаций эргономики, направленных на облегчение, оздоровление и повышение комфорта и условий труда.

С. переходе к умственному, аналитическому и творческому характеру труда; человек больше работает головой, а не руками.

Д. непрерывном широкопрофильном обучении сотрудников.

12. Процесс определения доли, количества, пропорции участия каждого члена общества в произведенном продукте представляет собой ...

А. Производство.

Б. Распределение.

С. Обмен.

Д. Воспроизводство.

13. Процесс создания и восстановления производственных мощностей и производственных ресурсов, необходимых для производства товаров и услуг представляет собой ...

А. Производство.

Б. Распределение.

С. Обмен.

Д. Воспроизводство.

14. Примером экстенсивного типа воспроизводства выступает...

А. Приобретение новой технологической линии.

В. Повышение квалификации сотрудников.

С. Внедрение новой производственной технологии.

Д. Повышение трудовой дисциплины в коллективе.

15. Производительность труда как мера эффективности использования трудового ресурса может быть оценена такими показателями как:

А. Фондоемкость и фондоотдача.

Б. Выработка и трудоемкость.

С. Оборачиваемость и ликвидность

Д. Рентабельность и деловая активность.

16. Какой показатель отражает количество изделий, производимых одним рабочим за единицу времени (час; день; год)?

А. Фондоемкость.

Б. Фондоотдача.

С. Выработка.

Д. Трудоемкость.

17. Какой показатель отражает количество труда, необходимое для изготовления единицы продукции?

А. Фондоемкость.

Б. Фондоотдача.

С. Выработка.

Д. Трудоемкость.

18. Какой показатель характеризует потребность компании в ОПФ для производства единицы продукции или выполнения некой единицы работ?

А. Фондоемкость.

Б. Фондоотдача.

С. Выработка.

Д. Трудоемкость.

19. Какой показатель отражает сколько продукции (или прибыли) получает предприятие с каждого рубля имеющихся у него основных фондов?

А. Фондоемкость.

Б. Фондоотдача.

С. Выработка.

Д. Трудоемкость.

20. Через какой показатель связаны показатели фондооруженности и фондоотдачи?

А. Выработка.

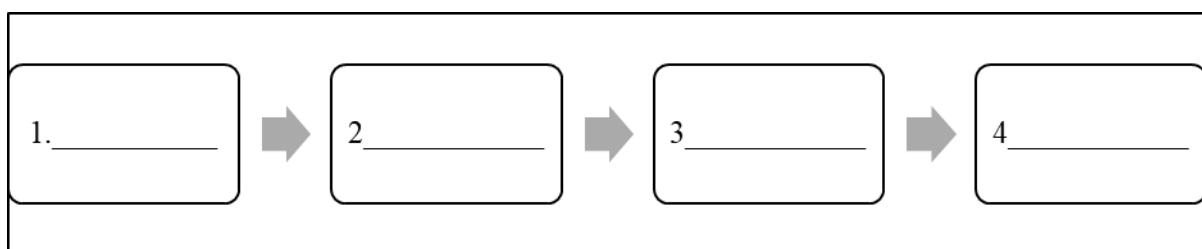
Б. Трудоемкость.

С. Оборачиваемость.

Д. Рентабельность.

Задания на установление соответствия, восстановление пропусков

1. Заполните цепочку воспроизведения



Ответ: 1- _____; 2- _____;

3- _____; 4- _____.

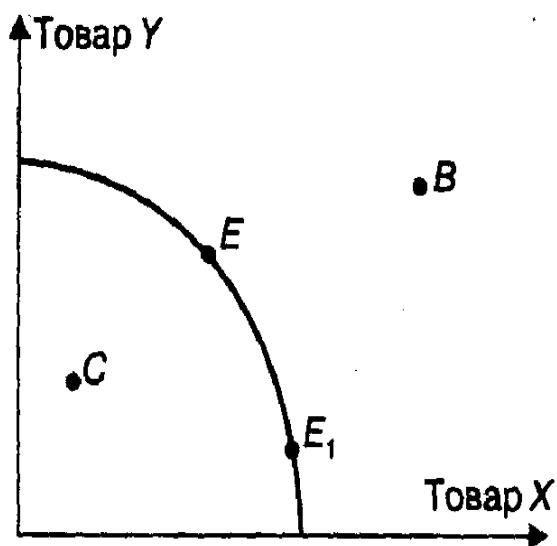
2. Соотнесите показатели с описанием

№	Показатель	Описание	Вариант
1.	Выработка	количество труда, необходимое для изготовления единицы продукции	A.

№	Показатель	Описание	Вариант
2.	Трудоемкость	показывает, сколько продукции получает предприятие с каждого рубля имеющихся у него основных фондов	B.
3.	Фондоотдача	количество изделий, производимых одним рабочим за единицу времени	C.
4.	Фондоёмкость	относительный показатель, который показывает сколько рублей, вложенных в ОПФ, приходится на одного среднесписочного сотрудника	D.
5.	Фондовооруженность	характеризует потребность компании в основных производственных фондах для производства единицы продукции или выполнения некой единицы работ	E.

Ответ: 1-_____; 2-_____; 3-_____; 4-_____; 5-_____.

3. На рисунке представлена кривая производственных возможностей, соотнесите точки с соответствующим им экономическим содержанием



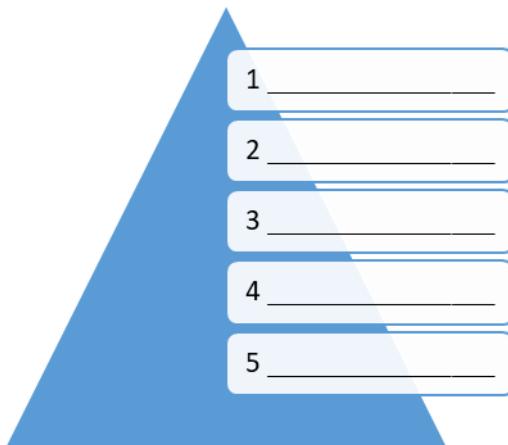
Ответ:

т.Е, т.Е1-_____;

т.В-_____;

т.С-_____.

4. Разметите потребности в соответствии с иерархией потребностей по теории Маслоу.



5. Соотнесите факторы производства и плату за их использование

№	Факторы производства	Плата за их использование	Вариант
1.	Труд	Прибыль	A.
2.	Земля	Заработная плата	B.
3.	Капитал	Рента	C.
4.	Предпринимательские способности	Процентный доход	D.

Ответ: 1- ____; 2- ____; 3- ____; 4- ____.

Экономические задачи

«Кривая производственных возможностей»

1. Дано таблица производственных возможностей выпуска 2 продуктов: колбасы и роботов. Необходимо начертить кривую производственных возможностей и рассчитать: альтернативные издержки на производство 3-й единицы колбасы; общие издержки на производство 3-х единиц колбасы; альтернативные издержки на производство 4-й единицы колбасы; общие издержки на производство 4-х единиц колбасы.

Вид продукта	Альтернатива				
	A	B	C	D	E
X: Колбаса, у.е.	0	1	2	3	4
Y: Роботы, у.е.	10	9	7	4	0

2. Даны таблица производственных возможностей выпуска 2 продуктов: торты и пушки. Определите альтернативные издержки: одного дополнительного торта; одной дополнительной пушки.

Вид продукта	Альтернатива					
	A	B	C	D	E	F
X: Торт, у.е.	0	1	2	3	4	5
Y: Пушка, у.е.	25	22	18	13	7	0

3. Даны таблица производственных возможностей выпуска 2 продуктов: пицца и производственные линии. Начертить кривую производственных возможностей. Необходимо начертить кривую производственных возможностей и рассчитать: альтернативные издержки на производство 3-й единицы пиццы; общие издержки на производство 3-х единиц пиццы

Вид продукта	Альтернатива				
	A	B	C	D	E
X: Пицца, у.е.	0	1	2	3	4
Y: Производственная линия, у.е.	15	14	9	5	0

«Экономическая эффективность»

4. Определить выработку продукции на одного работника в натуральном и денежном выражении если известно: годовой объем выпуска продукции предприятия – 200 000 штук, годовой объем валовой продукции – 2 000 000 рублей, среднесписочное число работающих на предприятии – 500 человек.

5. В анализируемом периоде предприятие «Рассвет» произвело 500 000 штук изделий, стоимость каждого изделия составила 28 рублей. Средняя списочная численность рабочих предприятия составила 20 человек. Период рабочих дней 255 дней с длительностью рабочего дня 8 часов. Определить среднегодовую, среднедневную и среднечасовую выработку в денежном выражении.

6. Объем произведенной на предприятии за год продукции составил 200 000 тонн. Рассчитайте показатели производительности труда, основываясь на следующих данных: численность основных производственных рабочих 100 человек, эффективный фонд рабочего времени одного работника 1 712 часов.

7. По данным приведенным в таблице, определить фондоотдачу и фондоемкость и фондовооруженность, выработку.

Показатели	Предприятие А	Предприятие Б
TR тыс.руб.	520 000	340 000
ОПФ, тыс.руб.	346 000	12 600
ССЧ, чел.	800	560

8. Определите выработку продукции на одного работающего в натуральном и денежном выражении на основе следующих данных: годовой объем выпуска продукции предприятия – 400 000 шт.; годовой объем валовой продукции – 5 000 000 руб.; среднесписочное число работающих на предприятии – 1 000 человек.

9. Определите выработку продукции на одного работающего в натуральном и денежном выражении на основе следующих данных: годовой объем выпуска продукции предприятия – 700 000 шт.; годовой объем валовой продукции – 2 600 000 руб.; среднесписочное число работающих на предприятии – 300 человек.

10. Определите выработку продукции на одного работающего в натуральном и денежном выражении на основе следующих данных: годовой объем выпуска продукции предприятия – 70 000 шт.; годовой объем валовой продукции – 4 500 000 руб.; среднесписочное число работающих на предприятии – 200 человек.

11. В анализируемом периоде предприятие «ГарантЭлит» произвело 4 000 штук изделий, стоимость каждого изделия составила 500 рублей. Средняя списочная численность рабочих 200 человек. Период 255 дней,

рабочий день продолжается 8 часов. Определить среднегодовую, среднедневную и среднечасовую выработку в денежном выражении.

12. В анализируемом периоде коммерческое предприятие произвело 18 000 штук изделий, стоимость каждого составила 600 рублей. Средняя списочная численность рабочих 300 человек. Период 255 дней, рабочий день продолжается 8 часов. Определить среднегодовую, среднедневную и среднечасовую выработку в денежном выражении.

13. В анализируемом периоде пекарня испекла 20 000 пирогов, стоимость каждого составила 120 рублей. В пекарне трудятся 10 человек в течении 255 дней, рабочий день сотрудников 8 часов. Определить среднегодовую, среднедневную и среднечасовую выработку в денежном выражении.

14. По данным приведенным в таблице, определить фондоотдачу и фондоемкость и фондовооруженность, выработку.

Показатели	Предприятие
TR тыс.руб.	340 000
ОПФ, тыс.руб.	12 600
ССЧ, чел.	560

15. По данным приведенным в таблице, определить фондоотдачу и фондоемкость и фондовооруженность, выработку.

Показатели	Предприятие
TR тыс.руб.	520 000
ОПФ, тыс.руб.	13 000
ССЧ, чел.	160

16. По данным приведенным в таблице, определить фондоотдачу и фондоемкость и фондовооруженность, выработку.

Показатели	Предприятие
TR тыс.руб	680 000
ОПФ, тыс.руб	16 000
ССЧ, чел	160

4.3. Товар и деньги

Контрольные вопросы

1. Перечислите формы организации общественного хозяйства?
2. Чем обусловлен переход от натурального хозяйства к товарному производству?
3. Перечислите три вида общественного разделения труда?
4. Дайте определение понятию «товар», каковы его отличительные признаки?
5. В чем суть трудовой теории Адама Смита?
6. В чем суть теории предельной стоимости Карла Менгера, Евгения Бем Баверка?
7. В чем экономический смысл теории убывающей предельной полезности (первый закон Госсена)?
8. В чем суть второго закона Госсена?
9. Сущность категории «деньги», функции и виды?
10. Какие элементы входят в денежную систему?
11. Поясните схему денежного оборота внутри экономической системы?
12. Как определяется количество денег для обращения и платежа?
13. В каких условиях применяется уравнение И. Фишера?

Тестовые задания

1. Тип организации хозяйственной деятельности людей, обеспечивающий реальное функционирование экономики; способ существования экономической системы представляет собой ...
 - A. форму организации общественного хозяйства.
 - B. предмет экономической теории.
 - C. разновидность организации общественного хозяйства.
 - D. объект экономической теории.
2. Какой признак характеризует товарное производство?

А. Преобладание ручного труда.

Б. Наличие прямых экономических связей между производством и потреблением.

С. Общественное разделение труда.

Д. Консерватизм и традиционность производства.

3. Одной из объективных причин перехода к товарному производству выступает...

А. Развитие факторов производства, повлекшее за собой углубление общественного разделения труда.

Б. Появление сети-Интернет.

С. Некачественные продукты и услуги.

Д. Развитие информационно-коммуникационных технологий.

4. Третье общественное разделение труда предполагает...

А. Отделение скотоводства от земледелия.

Б. Отделение ремесла от земледелия.

С. Выделение пастушеских племен.

Д. Выделение купечества.

5. Способность товара удовлетворять ту или иную потребность человека составляет его ...

А. рыночную стоимость.

Б. меновую стоимость.

С. потребительскую стоимость.

Д. нормативную стоимость.

6. Какие виды стоимости закрепляет теория А. Смита?

А. Потребительская и меновая.

Б. Рыночная и фактическая.

С. Ликвидационная и кадастровая.

Д. Балансовая и остаточная.

7. Субъективная оценка, которую дает каждый покупатель роли определенного блага в удовлетворении его личных потребностей представляет собой ...

А.Потребность.

Б.Необходимость.

С.Стоимость.

Д.Полезность.

8. Дополнительная полезность, полученная от потребления последующей единицы данного блага по сравнению с предыдущей

А.Максимальная полезность.

В.Предельная полезность.

С.Минимальная полезность.

Д.Средняя полезность.

9. Разновидность цифровой валюты, не имеющей физического воплощения и единого центра, который бы ее контролировал, функционирующая на основе блокчейн-технологии это ...

А.Криптовалюта.

В.Цифровой рубль.

С.Кредитные деньги.

Д.Безналичные деньги.

10. Денежная система это ...

А.непрерывное движение денег в качестве орудия расчета и платежа как в наличной, так и в безналичной формах.

В.выпуск денег в обращение, наличных и в форме кредитов, ведущий к увеличению денежной массы.

С.исторически сложившаяся и закрепленная законом форма организации денежного обращения в государстве.

Д.совокупность наличных и безналичных денежных средств, которыми располагают резиденты РФ.

11. Непрерывное движение денег в качестве орудия расчета и платежа как в наличной, так и в безналичной формах это ...

- A. Денежная масса.
- B. Денежная эмиссия.
- C. Денежный оборот.
- D. Денежная система.

12. Кто является автором закона денежного обращения?

- A.К. Маркс.
- B. А. Смит.
- C.И. Фишер..
- D. Дж.К.Гэлбрейт

13. Законом денежного обращения отражается:

- A.связь между расходами и доходами.
- B. связь денежного рынка с рынком товаров.
- C.связь между количеством и скоростью оборота денег и товаров с объемом реальной товарной массы, которую обслуживают деньги.
- D.связь курса национальной валюты и количеством денег.

14. Правом эмиссии наличных денег в РФ обладает:

- A.Центральный банк РФ;
- B.Федеральное Казначейство;
- C.Правительство РФ.
- D.Министерство финансов РФ

15. Закон денежного обращения определяет:

- A.скорость оборота денег.
- B. величину денежной массы.
- C.покупательную способность денег.
- D.уровень инфляции.

16. Автором классического уравнения обмена выступает ...

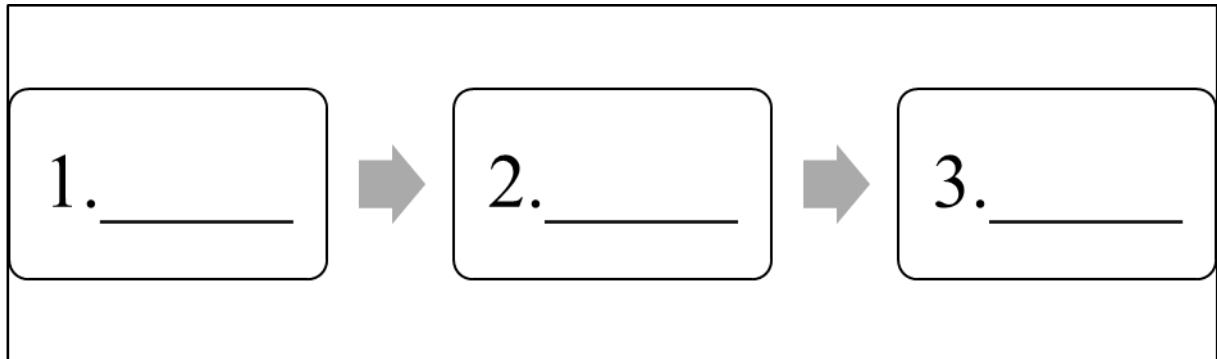
- A.К. Маркс.
- B. А. Смит.

С.И. Фишер.

Д.Дж.К.Гэлбрейт.

Задания на установление соответствия, восстановление пропусков

1. Выделите этапы разделения общественного труда



- A. Отделение ремесла от земледелия
- B. Отделение скотоводства от земледелия
- C. Выделение купечества

Ответ: 1. _____; 2. _____; 3. _____;

2. Соотнесите признаки и формы организации общественного производства

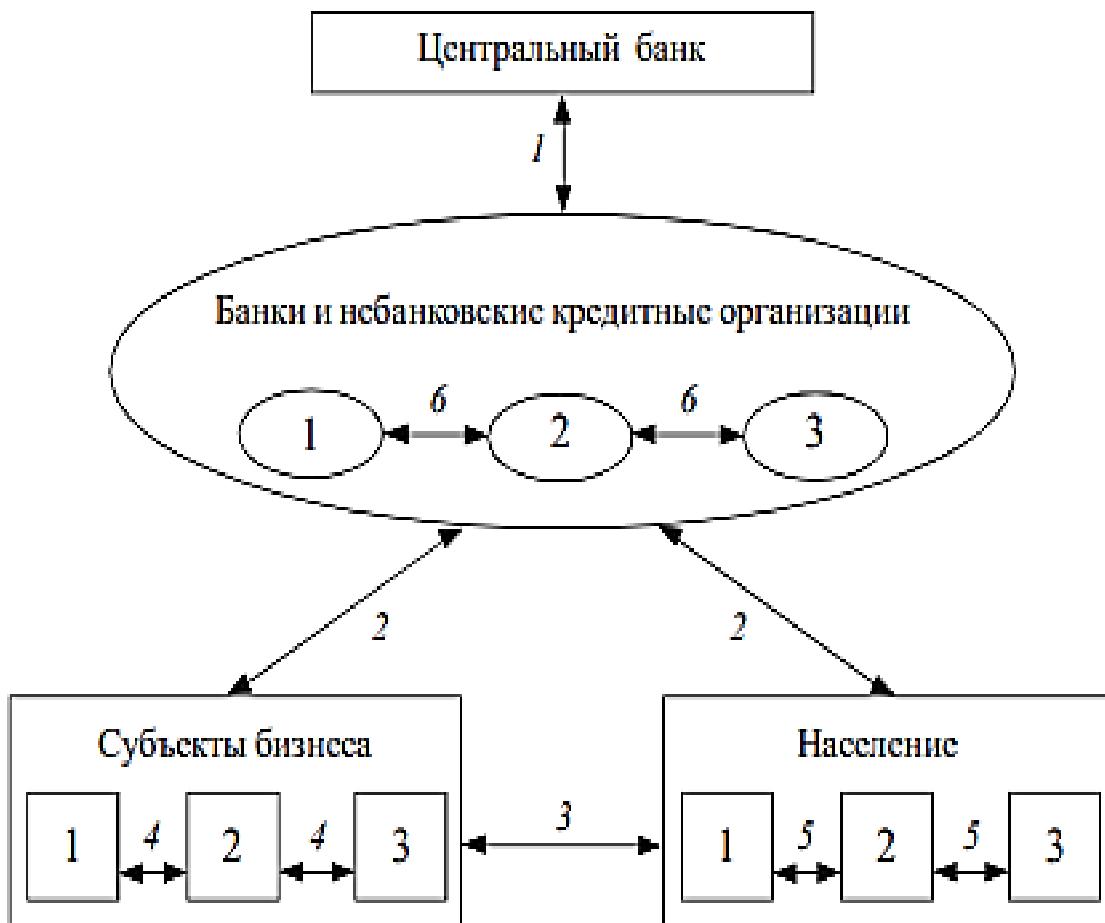
Признаки	Натуральное производство	Товарное производство
Внутрихозяйственное потребление		
Отношения купли-продажи		
Преобладание ручного труда		
Общественное разделение труда		
Отсутствие товарной формы		
Исторически первый тип хозяйственной деятельности людей		
Примитивная технологическая база		
Экономическое обособление		
Производство на продажу, а не для собственного потребления		

3. Соотнесите элементы денежной системы Российской Федерации

№	Элементы	Характеристика	№
1.	Национальная денежная единица	Центральный Банк РФ	A.
2.	Виды денег в обращении	Рубль, копейка	B.
3.	Национальная эмиссионная система	банковские билеты или банкноты, а также разменная монета	C.
4.	Национальный аппарат, осуществляющий поддержку и регулирование денежного обращения	Центральный Банк РФ	D.

Ответ: 1. ____; 2. ____; 3. ____; 4. ____;

4. На схеме денежного оборота в РФ стрелками отражены денежные потоки, соотнесите номера стрелок с денежными потоками.



А. Снабжение банков и небанковских кредитных организаций наличными деньгами

- В. Межбанковское кредитование
- С. Рефинансирование
- Д. Открытие текущих, расчетных, бюджетных, корреспондентских и иных счетов
- Е. Открытие текущих счетов, для совершения операций, не связанных с предпринимательской деятельностью или частной практикой
- Ф. Зачисление наличных денег на счета юридических лиц в виде выручки от реализованной продукции, оказанных услуг
- Г. Сдача избыточной налично-денежной массы у конкретного банка он обязан сдать
- Н. Создание резервов
- И. Операции по непосредственным выплатам наличных денег работодателями, а также вся розничная и значительная часть мелкооптовой торговли
- Ј. Взаиморасчеты юридических лиц в незначительных суммах
- К. Взаиморасчеты физических лиц
- Л. Межбанковские расчеты: клиринговые палаты и союзы, прямые корреспондентские отношения
- М. Сдача ветхих и пришедших в негодность денежных знаков

Ответ:

- Стрелка №1 _____;
- Стрелка №2 _____;
- Стрелка №3 _____;
- Стрелка №4 _____;
- Стрелка №5 _____;
- Стрелка №6 _____.

Тематика докладов

- 1. Форма организации общественного хозяйства: натуральное производство

2. Форма организации общественного хозяйства: товарное производство

3. Товар: понятие, классификация, свойства
4. Трудовая теория А. Смита
5. Теория предельной стоимости
6. Первый и второй законы Генриха Госсена
7. Функции денег (несколько примеров на каждую функцию)
8. Технология блокчейн в экономике
9. Криптовалюта: сущность, признаки
10. Виды криптовалюты
11. Цифровой рубль
12. Денежная система в Российской Федерации
13. Центральный банк Российской Федерации
14. Схема денежного оборота в Российской Федерации
15. Закон денежного обращения

Экономические задачи

«Предельная полезность»

1. Предельная полезность первой единицы блага равна 420. При потреблении первых трёх единиц блага предельная полезность каждой последующей единицы уменьшается в 2 раза; предельная полезность каждой последующей единицы блага при дальнейшем потреблении падает в 4 раза. Найти предельную полезность 7 единицы блага

2. Предельная полезность первой единицы блага равна 1550. При потреблении первых трёх единиц блага предельная полезность каждой последующей единицы уменьшается в 3 раза; предельная полезность каждой последующей единицы блага при дальнейшем потреблении падает в 5 раз. Найти предельную полезность 5 единицы блага

3. Предельная полезность первой единицы блага равна 510. При потреблении первых трёх единиц блага предельная полезность каждой

последующей единицы уменьшается в 1,5 раза; предельная полезность каждой последующей единицы блага при дальнейшем потреблении падает в 3 раза. Найти предельную полезность 7 единицы блага

«Скорость денежного обращения»

4. Определить количество денег, необходимых в качестве средства обращения, если: сумма цен по реализованным товарам (услугам, работам) – 4 500 млрд.руб. сумма цен товаров (работ, услуг), проданных в кредит, срок оплаты которых не наступил, - 42 млрд.руб. сумма цен товаров, ранее проданных в кредит, срок оплаты которых наступает в данном году - 172 млрд. руб. сумма взаимно погашающихся платежей – 400 млрд. руб. среднее число оборотов денег за год – 10.

5. Рассчитайте скорость обращения денег в данный период, если: количество реализованного товара (транзакции) 18 млн.шт.; объем денежной массы в обращении 990 млн. руб.; средняя цена 220 руб.

6. Определите количество транзакций в экономике, если: денежная масса 5 млн.рублей, скорость денежного оборота – 3 оборота, уровень цен 50 рублей.

7. Рассчитайте скорость обращения денег в данный период, если: количество реализованного товара (транзакции) 20 млн. шт., объем денежной массы в обращении 580 млн. руб., средняя цена 300 руб.

8. Рассчитайте скорость обращения денег в данный период, если: количество реализованного товара (транзакции) 10 млн. шт., объем денежной массы в обращении 400 млн. руб., средняя цена 200 руб.

9. Рассчитайте скорость обращения денег в данный период, если: количество реализованного товара (транзакции) 20 млн. шт., объем денежной массы в обращении 200 млн. руб., Средняя цена 100 руб.

10. Определите количество транзакций в экономике, если: денежная масса 2 000 000 рублей, скорость денежного оборота - 5 оборота, уровень цен 100 рублей.

11. Определите количество транзакций в экономике, если: денежная масса 5 000 000 рублей, скорость денежного оборота – 10 оборотов, уровень цен 300 рублей.

12. Определите количество транзакций в экономике, если: денежная масса 4 000 000 рублей, скорость денежного оборота – 5 оборота, уровень цен 100 рублей.

Экономические кейсы

Кейс «История возникновения денег: первые товарные суррогатные деньги»

Деньги в своей натуральной форме как самостоятельная ценность, были известны человечеству с древнейших времен. Появившись на заре зарождения цивилизации в качестве средства обмена, деньги менялись по форме, внешнему виду и материалам изготовления. Изменялись и функции денег.

В процессе эволюции экономических отношений деньги приобрели статусную функцию всеобщего эквивалента. В первобытной общине люди жили собирательство лесных плодов, рыбакой и охотой на диких животных и др. Как правило, вся дневная добыча просто распределялось между всеми членами общины. Обмена результатами этого примитивного промысла внутри общины не было, не было обмена и между самими общинами, а потому не было потребности в деньгах. Постепенно древний человек начинает приручать диких животных и обрабатывать землю. Собирательство, рыбалка и охота уступают место земледелию и скотоводству. Между общинами и племенами начинает складываться определенная специализация. Одни племена больше внимания уделяли выращиванию сельскохозяйственных культур, другие разведению крупных и мелких домашних животных. Продукция этих отраслей – зерно и скот считаются одними из первых древнейших форм товарных денег, которые дали начало формированию денежному обращению во многих странах мира. В этих условиях обмен, произведенными товарами становится уже

необходимым элементом повседневной жизни людей, стимулируя развитие товарно-денежных отношений. Еще больше возрастает значение натурального обмена, когда выделяется ремесло. Товары начинают производиться не только для потребления, но и специально для обмена на другие товары. Товаров становится все больше и больше, обмен товарами становится все более регулярным. Наиболее ходовые товары, предметы потребления и обмена постепенно стали приобретать денежную функцию.

Первые деньги возникли в период разложения первобытного строя, формирования натурального хозяйства и рыночных отношений, став естественным мерилом и определения меновой стоимости товаров. Данный исторический процесс возникновения денег подробно исследовал и описал классик политэкономии Карл Маркс. Он обосновал положение о том, что в процессе развития товарного производства из общей массы, обращающихся на рынке товаров и изделий, в процессе обмена выделялся товар, который мог обмениваться на все остальные товары. Таким образом, деньги можно определить, как специфический товар максимальной ликвидности, который является универсальным эквивалентом стоимости других товаров или услуг.

Товар, используемый в качестве денег, должен был иметь ряд важных потребительских свойств, а также техническую возможность обмениваться на другие товары. В разных странах и у разных народов появлялись свои товарные суррогатные деньги, которые отражали их географические, природные и национальные особенности при формировании товарно-денежных и рыночных отношений. Однако в истории становления денежного обращения были уникальные товары, которые в качестве суррогатных денег имели хождение по всему миру в течение длительного исторического периода времени. Примерно три тысячелетия назад, в конце каменного века у некоторых первобытных народов суррогатными деньгами стали ракушки каури, которые в процессе

развития товарного обмена превратились в универсальное платежное средство у многих великих мировых цивилизаций.

Каури - уникальное и неповторимое творение природы. Круглые, гладкие, красивые и весьма изящные небольшие раковины, похожи на искусственные изделия из фарфора. Всего ученым известно около 20 разновидностей каури, разных размеров, разных цветов и оттенков. 64 Некоторые разновидности раковин каури были так красивы и редки, что они ценились наравне с золотом, нефритом, ляпис-лазурью (лазурит) и другими драгоценностями во многих странах, в том числе в Китае, Египте и др. Впервые в качестве денег ракушки каури начали использоваться жители Мальдивских островов. Позднее каури в массовом порядке стали добывать на восточном побережье Африки, в Танзании. Еще позднее и европейские купцы оценили высокую конкурентоспособность ракушек на товарных рынках, высокую доходность от их продаж в третьи страны, удобства в оплате товарных сделок.

С развитием мировой торговли и мореплавания каури значительно расширили сферу своего обращения и влияния как универсального платежного средства. Одним из мировых центров торговли ракушками стала Индия. Купцы из Англии, Голландии и Португалии скупали здесь ракушки для того чтобы затем продать их в Европе, Азии и Африке за тройную цену. Известно, что раковины каури имели хождение в качестве суррогатных денег в Индии, на Цейлоне, Китае, Тибете, Японии, Таиланде, Филиппинах, на европейском континенте, в древней Руси, на территории правления Тамерлана, на Аравийском полуострове, в том числе в Египте, практически на всем африканском континенте и др. Факт распространения каури по всему миру подтверждается находками археологов. Каури были обнаружены в древних могильниках Германии и Скандинавии. Российские археологи находили раковины каури при раскопках в скифских и русских погребальных курганах, в том числе в новгородских и псковских землях.

Итальянский купец и путешественник Марко Поло (1254-1324) в своих записках подробно описал «фарфоровые» раковины каури, которые использовались в качестве денег жителями китайской провинции Толоман на северо-востоке страны, на границе нынешних китайских провинций Юньнань и Гуйчжоу. Во внутренних районах Африки раковинами каури можно было оплатить почти любой товар и услугу, приобрести дорогостоящее имущество. Арабский путешественник Ибн Батута, находясь в Северо-Западной Африке в 1352 г. в одном из древних царств обнаружил валюту-каури, которая имела равноправное хождение наряду с дирхемами (дирхамами) – серебряными монетами Арабского Халифата и динарами – денежной единице стран Османской Империи. При этом каури имели свой, постоянный курс их обмена на национальную валюту этих государств. Итальянский путешественник Алвизи да Када Мосто (1432-1488), путешествуя по Западной Африке описал каури как деньги, которыми пользовались жители на территории древней Дагомеи и в негритянском торговом царстве Сонгай, расположенном к югу от крупного торгового центра Тимбукту. Некоторые западноафриканские народы расплачивались раковинами не поштучно, а «шнурками», в качестве минимальной расчетно-платежной единицы был «шнурок из 40 раковин каури», нанизанных на веревку.

Свою особую платежную систему, используя деньги каури, имело суданское племя Ибо. Ее основу составляла расчетная единица, состоящая из шести ракушек каури, соединённых вместе в форме ожерелья. Ракушки каури, благодаря своим уникальным потребительским и меновым свойствам в некоторых странах очень длительный исторический период сохраняли функции денег. Как свидетельствуют историки своего пика мировая торговля каури достигла в конце XIX века. В частности, в 1870 г. гамбургская фирма «Годефруа» ежегодно посыпала несколько торговых судов в Занзибар за каури. В отдельных странах Африки суррогатные деньги каури имели хождение вплоть до середины XX века. Племена

Западной Африки в деньгах-каури уплачивали налоги, покупали продукты питания, орудия труда, недвижимость и др. В середине прошлого века у племени бубока (Танзания) за два куска европейского мыла или за пакетик сушеных кузнечиков давали 100 каури. Топор стоил 150 каури. Штука индийской хлопчатобумажной ткани - около 600 каури. Долгое время во многих странах мира каури не только имели параллельное хождение наравне с фиатными деньгами, но и имели сложившиеся, официальные котировки их обмена на иностранные валюты ведущих мировых держав. Так, например, в Индии в середине XIX века за английскую банкноту номиналом в один фунт стерлингов давали 80 тыс. ракушек.

По мере развития и формирования современных систем денежного обращения раковины каури в большинстве стран мира были вытеснены национальными валютами в форме монет, а затем и бумажными ассигнациями.

Вопросы для обсуждения:

1. Объясните, почему деньги менялись по форме, внешнему виду и материалам изготовления?
2. Как и почему менялись функции денег?
3. Почему не было потребности в деньгах в первобытной общине?
4. Какие предметы потребления и обмена стали приобретать денежную функцию и почему?
5. Какими свойствами должен был обладать товар, используемый в качестве денег?
6. Почему ракушки каури стали активно использоваться в качестве денег? Какими необходимыми свойствами денег они обладали?

Кейс «Интересное о криптовалюте...»

С развитием облачных технологий стремительно меняется и наша жизнь, включая новые способы денежных транзакций: быстрые бесконтактные платежи, онлайн переводы, оплата с помощью смартфонов и часов уже никого не удивляет. Криптовалюта – это разновидность

цифровой валюты, не имеющей физического воплощения и единого центра, который бы ее контролировал. Работает в так называемом «блокчейне» или цепочке блоков с информацией. Это одна из самых интересных и перспективных технологий, но она все еще вызывает много вопросов безопасности в применении, а также уже имеет свою собственную историю с интересными и даже абсурдными событиями.

Создатель первой мировой криптовалюты остается неизвестен, псевдоним Сатоши Накамото может принадлежать как одному человеку, так и группе лиц. Как бы то ни было, создателю первой крипты уже принадлежит более миллиона биткоинов, что делает его или их миллиардером;

Биткоин является родоначальником других криптовалют, самые популярные из которых – это Litecoin, Peercoin, DASH, Namecoin, Shiba Inu, Ethereum, Primecoin. Любой желающий может разработать свою собственную криптовалюту, благодаря открытому коду.

Первоначально Биткоин стоил намного меньше доллара около 0,0008\$, а пик стоимости был в 2017 году, тогда криптовалюта достигла небывало высокого уровня – 17900 \$.

Первая операция на рынке с использованием Биткоина была совершена 21 января 2009 года, а сумма сделки составляла всего 5,02 USD. За эти деньги Марти Малми продал пользователю NewLibertyStandard 5050 BTC. Доллары были переведены на персональный счет в платежной системе PayPal.

Более половины всех добытой криптовалюты содержится в виртуальных кошельках всего 1000 человек на планете. Публичные адреса полностью анонимны, невозможно определить их владельцев без их согласия.

Основное отличие криптовалюты от реальной валюты является их не подконтрольность государств, по сути это децентрализация финансового

потока и делает криптотранзакции полностью независимыми от курсов валют и налогов.

Первая покупка за криптовалюту была обычной пицца, американец Ласло Хейниц приобрел для быстрого перекуса две пиццы, потратив на них 10 тысяч биткоинов. Не самое выгодное вложение денег. Это знаменательное событие произошло 22 мая 2010 года и навсегда прославило Ласло как «неудавшегося миллионера», ведь по нынешнему курсу это составляет порядка 83 млн. долларов, а день 22 мая теперь официально объявлен всеобщим праздником криптовалютного сообщества.

20% из всех выпущенных биткоинов находятся на хранении в кошельках, владельцы которых уже не имеют к ним доступа. Как пишет известное издание The New York Times, несколько лет назад Биткоин был темной лошадкой и люди, купившие его, уже попросту забыли свои электронные пароли. Компания по восстановлению цифровых ключей Wallet Recovery Services ежедневно получает около нескольких десятков запросов, но не всегда сложная система шифрования подлежит восстановлению и большинство денег так и останутся недоступны;

В активном обороте участвуют только около треть добывших криптомонет. А остальные остаются неактивные, причем, по статистике большинство добываемой крипты оседает в кошельках майнеров, которые выжидает стремительного взлета виртуальных денег.

Код Биткоина состоит из 77.000 строк, причем 70.000 написаны на популярном языке программирования C++. Первоначально, код состоял всего лишь из 14.000 строчек.

Первая криптовалютная биржа была создана в 2010 году и называлась Mt.Gox, но проработав четыре года, она упала под хакерскими атаками, потери составили около 750000BTC.

Одна из великих оплошностей, связанных с виртуальными деньгами, состояла в том, что журналист известного издания Bloomberg по

неосторожности показал свой электронный ключ от криптокошелька в виде QR кода в прямом эфире, и, безусловно, мошенники тут же им воспользовались.

Самыми богатыми официальными инвесторами в крипту являются Братья Тайлер и Кемерон Уинклвоссы, на их счету хранится более 1,5 миллиона монет. Но их имен до сих пор нет в списке Forbes, так как криптовалюта остается спорной денежной валютой;

В некоторых странах криптовалюты уже являются валютой. В Японии Биткоин официально признан платежным средством, и жители страны восходящего солнца успешно расплачиваются им в парикмахерских и магазинах. В Швейцарии пытаются придать крипто сделкам законодательный уровень с последующим налогообложением и выпуском криpto-акций.

Автоконцерн Lamborghini начала официально принимать криптовалюту Биткоин, далее эстафету подхватила авиакомпания Skycraft Airplanes, которая продает свои самолеты за криптовалюты.

Ряд стран (Бангладеш, Вануату, Вьетнам, Саудовская Аравия и другие) полностью запретило использование криптовалюты на своей территории, при этом нарушившим закон полагается длительное тюремное заключение;

Успешное развитие крипто-транзакций поддерживается специально созданными криптобанкоматами Америки, Европы и Канады, их общее число уже достигло более 3000 штук. Первый биткоин-банкомат заработал в 2013 году в канадском городе Ванкувере и был установлен в популярной кофейне Waves Coffee House.

Блокчейн-сеть каждый год потребляет 45,8 ТВт·ч электроэнергии, что влечет за собой выбросы в атмосферу, сопоставимые с углеродным следом таких стран, как Иордания или Шри-Ланка. В мире появляется все больше криптовалют, которые производятся из возобновляемых источников электроэнергии;

Преступно известная платформа Silk Road использовалась для продажи оружия, наркотиков и других запрещенных товаров, при этом все участники оставались анонимными. Это послужило одним из поводов для пересмотра отношения к крипто сделкам во многих странах;

По расчетам аналитиков и с учетом периодического сокращения майнинга, последняя виртуальная монета будет получена в 2140 году, но, возможно, развитие технологий позволит решить данную проблему и усовершенствовать производство;

Физическое воплощение монеты Биткоина было произведено в виде отлитых монет с нанесенным голограммическим кодом. Они носят название Casascius;

Вопросы для обсуждения:

1. Каковы риски использования криптовалюты?
2. Каковы сильные стороны криптовалюты?
3. Заинтересовано ли государство в развитии криптовалюты?
Почему?
4. Каково на Ваш взгляд будущее криптовалюты?

Кейс «Наличная и безналичная форма расчетов: перспективы и проблемы»

Согласно опросу агентства маркетинговых исследований Wanta Group, в 2023 г. более двух третей россиян стали реже рассчитываться наличными за товары и услуги. При этом каждый четвертый использует наличные в том же объеме, что и год назад. А 5% стали даже чаще расплачиваться физическими деньгами. По данным агентства, около 30% опрошенных пользуются наличными реже, чем раз в месяц. Каждый день — 8% респондентов. Еще треть — не пользуются ими совсем.

Самая активная группа — те, кто рассчитывается наличкой несколько раз в месяц, — составила всего 17%. Меньше всего такой вариант предпочитают жители Санкт-Петербурга и Москвы, также наличные расчеты не популярны среди молодежи.

В исследовании Wanta Group текущий период сравнивается с периодом нестабильности и волатильности экономических показателей 2022 г. Шоки весны и осени прошлого года, а затем «выздоровление» после них несколько раз полностью перестраивали потребительское и финансовое поведение граждан, их жизненные стратегии. К примеру, после обещания окончания частичной мобилизации в середине октября 2022 г. волна обналичивания сбережений, в том числе в целях релокации, сошла на нет — доля пользующихся наличными вновь стала сокращаться.

Корректирует спрос на наличные и денежно-кредитная политика Центробанка. Так, рост депозитных ставок и доходностей на долговом рынке привел к тому, что держать деньги «под процент» в кредитных организациях и на брокерских счетах стало выгоднее.

На россиян, которые не готовы полностью отказаться от наличных, слабо влияет экономическая и geopolитическая ситуация. Они вряд ли изменят свою позицию, и число таких граждан более-менее постоянно. Наличные востребованы у наиболее консервативной части общества — пожилых людей. А также у тех, кто работает неофициально или рискует получить взыскания с безналичных счетов. Наличные взаиморасчеты популярны среди тех, кто занят в неформальной экономике, уходит от уплаты налогов, у кого есть просроченные задолженности по долгам, ЖКХ, алиментам.

Как показывал опрос портала SuperJob, весной этого года свыше 70% респондентов давали однозначный ответ о неготовности полного перехода на безналичные деньги. Даже несмотря на то, что уже сейчас можно утверждать: в городах платежная инфраструктура готова к полному переходу на безналичные платежи.

И хотя доля безналичной оплаты в экономике РФ увеличивается — по данным ЦБ, она уже превысила отметку 80% — объем наличных денег в обращении за год также вырос: на 22,4%, по данным от 01.10.2023 г.

В целом объем наличных вне банковской системы соответствует росту общей денежной массы М2, которая выросла на 20,6% год к году. А значит, несмотря на многолетнее стремление регулятора к цифровизации платежей, наличные продолжают быть востребованными.

Вопросы для обсуждения:

1. Перечислены достоинства и недостатки оплаты наличными деньгами?
2. Каковы альтернативы хранению наличных денег?
3. Какая категория населения более консервативна в вопросе выбора формы денег?
4. Какова на Ваш взгляд перспектива развития цифровых форм оплаты товаров и услуг?
5. Какие проблемы могут возникнуть на пути перехода к безналичным расчетам?

4.4. Экономические субъекты, институты и системы экономической жизни общества

Контрольные вопросы

1. Дайте характеристику экономическим агентам? Каков интерес каждого из них?
2. В чем заключается основная задача экономических институтов?
Экономический институт и организация – это синонимы?
3. Дайте определение собственности как экономической категории?
4. Опишите исторические типы собственности? Чем обусловлен переход от каждого типа к другому?
5. Перечислите формы собственности в Российской Федерации?
6. Выделите основные этапы развития экономической системы? Чем обусловлен переход?

7. Дайте характеристику типам экономических систем в зависимости от собственности на ресурсы и способов разрешения главных вопросов экономики?

8. Выделите исторические условия возникновения рынка?

9. Каковы функции рынка?

10. Приведите пример классификации рынка?

11. Дайте определение понятию «инфраструктура рынка», какие функции она выполняет?

12. Выделите четыре типа неэффективных ситуаций, свидетельствующих о «фиаско» рынка?

Тестовые задания

1. Субъекты экономических отношений, участвующие в производстве, распределении, обмене и потреблении жизненных благ это...

А.Домашние хозяйства.

Б.Фирмы.

С.Государство.

Д.Все выше перечисленные.

2. В чем заключается экономический интерес фирм?

А.максимизация прибыли.

В. максимизация полезности благ.

С.обеспечение общенационального интереса.

Д.рост богатства нации

3. Экономические институты с точки зрения лауреата Нобелевской премии Д.Норта это...

А.Исключительно запреты в обществе.

В.Правила игры в обществе, организующие взаимоотношения между людьми.

С.Общественные организации.

Д.Государственные организации.

4. К формальным институтам можно отнести:

А. общепринятые правила, определяющие отношения в семье.

Б. общепринятые правила, определяющие отношения в семье.

С. Кодексы поведения (честность, порядочность и пр.).

Д. Федеральный закон.

5. Собственность как экономическая категория закрепляет такие права как:

А. Владение, пользование.

Б. Владение, пользование, распоряжение.

С. Владение, распоряжение.

Д. Пользование, распоряжение.

6. Первобытнообщинный тип собственности характеризуется:

А. частной собственностью на средства производства, в том числе и на работника производства – раба.

В. члены рода (племени), объединенные кровным родством, сообща добывали средства к жизни и соответственно общим являлось все их имущество.

С. частной собственностью на землю.

Д. господством частной капиталистической собственности на средства производства, основанной на эксплуатации труда формально свободных пролетариев, но лишенных всяких средств к существованию.

7. Основой какого исторического типа собственности не является частная собственность на средства производства?

А. Рабовладельческий тип.

Б. Феодальный тип.

С. Капиталистический тип.

Д. Социалистический тип.

8. Переходом к социалистическому типу собственности стала:

А. Великая октябрьская социалистическая революция 1917 года.

Б. Первая русская революция 1905-1907 гг.

С. Февральская революция 1917 г.

D. Распад СССР.

9. Процесс передачи государственного имущества и муниципального имущества в Российской Федерации (ранее РСФСР) в частную собственность, который осуществляется в России с начала 1990-х годов (после распада СССР).

A. Денационализация.

B. Переворот.

C. Приватизация.

D. Революция.

10. Какие формы собственности в соответствии с ГК РФ Статья 212 признаются в Российской Федерации?

A. частная формы собственности.

B. государственная формы собственности.

C. муниципальная формы собственности.

D. все перечисленные формы собственности.

11. Имущество местных органов государственной власти и местного самоуправления, средства местного бюджета и внебюджетных фондов, нежилые помещения в домах жилищного фонда, объекты инженерной инфраструктуры и др. относится к ...

A. частной форме собственности.

B. государственной форме собственности.

C. муниципальной форме собственности.

12. Совокупность принципов, правил, норм и традиций, которые определяют форму и содержание основных экономических отношений, возникающих в процессе производства, распределения, обмена и потребления экономического продукта это

A. Экономическая инфраструктура.

B. Экономическая система.

C. Экономическая модель.

D. Экономические формы.

13. На каком этапе развития экономических систем определяющими факторами богатства являлись труд и земля?

- A. Доиндустриальное общество.
- B. Индустриальное общество.
- C. Постиндустриальное общество.
- D. Информационное общество.

14. На каком этапе развития экономических систем произошел массовый переход от ручного труда к машинному, от мануфактуры к фабрике?

- A. Доиндустриальное общество.
- B. Индустриальное общество.
- C. Постиндустриальное общество.
- D. Информационное общество.

15. Какой тип экономической системы характеризуется натуральным хозяйством, минимальным товарным обменом?

- A. Традиционная экономика.
- B. Командная экономика.
- C. Рыночная экономика.
- D. Смешанная экономика.

16. Какой тип экономической системы характеризуется господством частной собственности; свободой предпринимательства и выбора; приоритетом личного интереса при принятии решений; конкуренцией и использованием системы рынков для управления экономикой; невмешательством правительства в экономику?

- A. Традиционная экономика.
- B. Командная экономика.
- C. Рыночная экономика.
- D. Смешанная экономика.

17. Совокупность экономических отношений, базирующихся на регулярных обменных операциях между производителями товаров (услуг) и потребителями представляет собой...

- A. Рынок.
- B. Базар.
- C. Производство.
- D. Воспроизводство.

18. Что из перечисленного выступает важнейшими условиями развития и формирования рынка?

- A. Общественное разделение труда.
- B. Экономическая обособленность.
- C. Свободный обмен ресурсов.
- D. Все перечисленные условия.

19. Какой рынок является локальным?

- A. Рынок труда Челябинской области.
- B. Центральный рынок в городе Челябинск.
- C. Всероссийский рынок услуг сотовой связи.
- D. Мировой рынок нефти.

20. Какой рынок характеризуется большим количеством продавцов, предлагающих разнообразный (дифференцированный) товар?

- A. Рынок совершенной конкуренции.
- B. Рынок монополистической конкуренции.
- C. Олигопольный рынок.
- D. Рынок чистой монополии.

21. Какой рынок характеризуется наличием множества продавцов, предлагающих однородный товар, при свободном ценообразовании?

- A. Рынок совершенной конкуренции.
- B. Рынок монополистической конкуренции.
- C. Олигопольный рынок.
- D. Рынок чистой монополии.

22. Какой рынок характеризуется наличием на рынке небольшого числа крупных продавцов, товар которых может быть как однородным, так и дифференцированным?

- A. Рынок совершенной конкуренции.
- B. Рынок монополистической конкуренции.
- C. Олигопольный рынок.
- D. Рынок чистой монополии.

23. Какой рынок характеризуется наличием на рынке одного-единственного продавца уникального (не имеющей близких заменителей) товара?

- A. Рынок совершенной конкуренции.
- B. Рынок монополистической конкуренции.
- C. Олигопольный рынок.
- D. Рынок чистой монополии.

24. Совокупность организационно-правовых форм, опосредствующих движение товаров и услуг, акты купли-продажи, или совокупность институтов, систем, служб, предприятий, обслуживающих рынок и выполняющих определенные функции по обеспечению нормального режима его функционирования представляет собой ...

- A. Инфраструктура рынка.
- B. Рыночная система.
- C. Экономическая система.
- D. Экономическая модель.

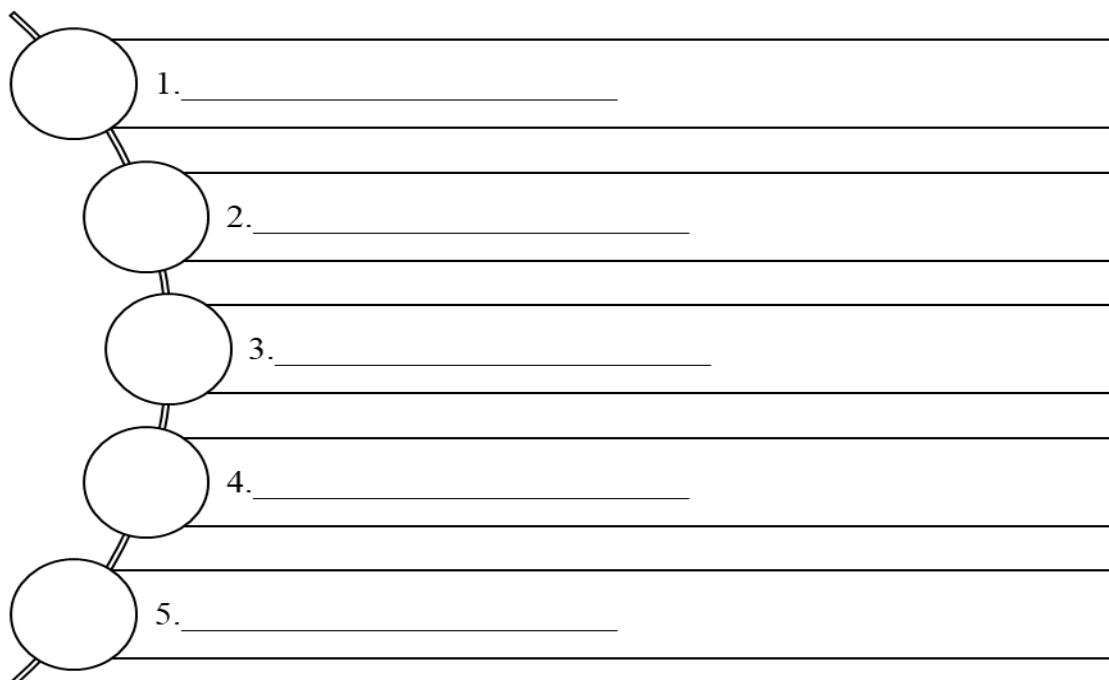
Задания на установление соответствия, восстановление пропусков

1. Соотнеси экономических агентов и их экономические интересы

№	Агент	Интерес	Вариант
1.	Домохозяйства	Максимизация полезности благ	A.
2.	Фирма	Богатство нации	B.
3.	Государство	Максимизация прибыли	C.

Ответ: 1-_____; 2-_____; 3-_____.

2. Разместите типы собственности в порядке их развития: рабовладельческий тип, феодальный тип, первобытнообщинный тип, социалистический тип, капиталистический тип.



3. Собственность как экономическая категория – это отношение индивидов либо сообщества индивидов к принадлежащей им вещи как к своей, которое выражается во _____, _____ и _____ ею.

4. Соотнесите этап развития экономических систем и предшествующую революцию.

№	Этап	Революция	Вариант
1.	Доиндустриальный тип общества	промышленная революция XVII–XVIII вв	A.
2.	Индустриальный тип общества	воздействие информационных технологий на все сферы жизни общества в последней четверти XX столетия	B.
3.	Постиндустриальный тип общества	неолитическая революция или неолитизация	C.
4.	Информационный тип общества	научно-техническая революция второй половины XX в	D.

Ответ: 1- ____; 2- ____; 3- ____; 4- ____.

5. Соотнесите тип экономической системы и ее характеристику.

№	Тип системы	Характеристика	Вариант
1.	Традиционная экономика	экономическая система, в которой: монополия государственной собственности на средства производства, административно-командные методы управления: директивное планирование, затратное ценообразование, централизованное распределение, абсолютизация государственной власти	A
2.	Командная экономика	экономическая система, основанная на взаимодействии частного сектора (рынка) и государства с целью эффективного решения вопросов, с которыми рынок не справляется: защита частной собственности, создание конкурентной среды, общественных благ, минимизация отрицательных внешних эффектов и другие	B
3.	Рыночная экономика	система, поведение которой основано на традициях, обычаях, привычках. Это натуральное хозяйство, товарный обмен сведен к минимуму.	C
4.	Смешанная экономика	экономическая система, в которой: господство частной собственности; свобода предпринимательства и выбора; приоритет личного интереса при принятии решений; конкуренция и использование системы рынков для управления экономикой; невмешательство правительства в экономику	D

Ответ: 1-_____; 2-_____; 3-_____; 4-_____

Тематика докладов

1. Интересы экономических агентов
2. Формальные и неформальные экономические институты
3. Понятие собственности: право владения, пользования, распоряжения
4. Первобытный, рабовладельческий и феодальный тип собственности

5. Капиталистический и социалистический тип собственности
6. Приватизация в России: причины, последствия
7. Формы собственности в России
8. Этапы развития экономических систем.
9. Информационное общество
10. Индустрия 4.0.
11. Типы экономических систем
12. Рынок и исторические условия его возникновения
13. Платформенная модель ведения бизнеса
14. Инфраструктура рынка: товарный и финансовый рынок, рынок труда.
15. Фиаско рынка

Экономические кейсы

Кейс «Индустрия 4.0. Имплантируемые технологии»

В четвертой промышленной революции коммуникации, обеспечивающие цифровыми каналами связи и технологиями программного обеспечения, принципиально изменяют общество. Масштаб воздействия и скорость, с которой эти изменения происходят, произвели трансформацию, проявляющуюся совершенно не так, как любая другая промышленная революция в истории человечества.

Международный экспертный совет Всемирного экономического форума по вопросам будущего программного обеспечения и общества провел исследование среди 800 руководителей высшего звена для того, чтобы оценить, когда, по мнению лидеров бизнеса, эти кардинально новые технологии станут в значительной степени всеобщим достоянием, а также для того, чтобы в полной мере понять возможные последствия этих сдвигов для частных лиц, организаций, государственных органов и общества.

Одним из таких изменений является «Имплантируемые технологии»

Переломный момент: первый имеющийся в продаже имплантируемый мобильный телефон.

К 2025 году: 82 % респондентов прогнозируют достижение этого переломного момента.

Возрастает число людей, подключенных к устройствам, причем эти устройства в большей степени становятся подсоединенными к их телам. Устройства являются не только носимыми, но они также имплантируются в организм человека, выполняя функции связи, определения местоположения и мониторинга поведения, а также оздоровительные функции.

Кардиостимуляторы и кохлеарные импланты были лишь началом этого процесса. Выпуск новых устройств для улучшения здоровья осуществляется на постоянной основе. Эти устройства будут способны измерять параметры болезней, что в свою очередь позволит людям предпринимать необходимые меры раньше; посыпать данные в центры мониторинга или, возможно, автоматически давать необходимую дозу лекарства.

«Умные» татуировки и прочие уникальные чипы могут помочь осуществлять идентификацию и определять местонахождение. Имплантированные устройства, скорее всего, также помогут передавать мысли, обычно выражаемые вербально, через «встроенный» смартфон и потенциально невысказанные мысли и настроения путем считывания волн мозга и других сигналов. Цифровые татуировки не только выглядят привлекательно, но могут также выполнять полезные функции, такие как разблокировка автомобиля, ввод кодов мобильного телефона с помощью указания пальцем или прикосновения к телу.

Вопросы для обсуждения:

1. Выделите положительный эффект имплантируемых технологий?
2. Выделите отрицательный эффект имплантируемых технологий?

3. Какова на ваш взгляд тенденция развития данных технологий в России?

4. Предложите свой вариант использования технологии, рассматриваемой в кейсе.

Кейс «Умная пыль и развитие 5G»

1 октября 2018 года произошло грандиозное событие: американская телекоммуникационная компания Verizon запустила для коммерческого использования мобильную сеть стандарта 5G. Сеть 5G появилась в нескольких районах Лос-Анджелеса, Хьюстона, Сакраменто и Индианаполиса. Технически 5G кое-где включили и раньше, например – сотовый оператор Финляндии Elisa Oyj начал использовать этот стандарт еще летом, однако все предыдущие эпизоды следует рассматривать не более чем тесты системы на маленьких площадках. А «Verizon Communications» – это ГЛОБАЛЬНАЯ компания, крупнейший поставщик мобильной связи в США и второй в мире после China Mobile. Так что Verizon – это уже по-настоящему и потому настоящим «днем внедрения» 5G стало именно 1 октября 2018.

В чем состоит важность и грандиозность этого события? Подумаешь, запустили очередной новый стандарт? Про стандарт 5G написано немало, даже Википедия пишет про 5G очень подробно и удивительно честно. В частности, восхваляя преимущества нового стандарта Викпедия сообщает, что 5G способен передавать данные со скоростями 100 Мбит/с.

У более или менее опытных пользователей сети сразу возникает вопрос: а зачем вообще такая дикая скорость? Вы сделайте канал 10 Мбит/с стабильным. Однако никто стабильностью каналов не занимается. Нет, им нужна зачем-то 5G. При этом, при заявляемых 100 Мбит/с Википедия торжественно сообщает, что 1 июня 2017 года «МегаФон» совместно с Huawei показали возможность передачи данных в сетях Pre-5G со скоростью 35 Гбит/с. Ну и зачем тогда эти танцы с бубном, если две огромные корпорации выпрыгивали из штанов, чтобы показать 30%

скорости от заявляемой? То есть у простых пользователей этих 100 мегабит и к 2028-у году не будет.

А ларчик открывается очень просто. Читаем Википедию: „Технологии 5G должны обеспечивать более высокую пропускную способность... что благоприятно скажется на развитии Интернета вещей“. То есть концепции вычислительной сети, в которой физические предметы, оснащенные технологиями для взаимодействия друг с другом, могли бы обмениваться данными между собой. Другими словами, сеть 5G нужна не для пользователей мобильных телефонов, а для того, чтобы тостер и пылесос могли переговариваться друг с другом.

На первый взгляд такое рвение разработчиков 5G к предоставлению услуг элементам бытовой техники кажется довольно забавным, однако, Интернет вещей (Internet of Things) – это не только умный дорожный столб и разговаривающий с домохозяйкой крутой японский утюг. Интернет вещей – это еще и так называемая «умная пыль», Smart Dust – наноструктурированные метало-кремниевые устройства непонятного назначения и от непонятных производителей.

Разработка смарт-пыли ведется уже очень давно и о серьезных успехах в этом направлении пресса писала еще 20 лет назад, томясь в радостном ожидании лучезарной перспективы. Самые простые варианты смарт-пыли – это простые сенсоры и датчики, которые самопроизвольно включаются-выключаются и передают данные о своем месте пребывания.

Однако есть разработки и посложнее. Например, еще в 2015 году IBM сообщила о создании полноценного чипа размером 7 нм. Это в 1000 раз меньше, чем диаметр эритроцита. Следующий их чип должен был быть размером 5 нм. Правда куда его собирались вставлять IBM так и не сообщила.

Кроме миниатюризации корпорации работают и в других направлениях, например – в создании чипов, которые в качестве источника энергии используют окружающие их живые клетки. Так же создаются

чины, которые заставляют те или иные типы клеток расти, заставляют те или иные клетки умирать. И все это открыто, только официально подается как «новое прорывное лекарство».

И это только вершина официального айсберга, поскольку создаются и микроскопические устройства, работающие в группе, то есть создающие внутри организма реципиента информационную сеть, способную выполнять те или иные задачи. Причем, поскольку все эти устройства очень малы, их внедрение не требует от реципиента каких-то осознанных действий. Микроскопические электрические устройства можно подмешивать в воду и в пищу, можно распылять с самолёта в виде химиотрасс. Под микроскопом энтузиастам, конечно, кое-что видно: в осадках химиотрасс находят странного вида волокна, находят какие-то элементы из фольги. Но кто смотрел на глубину 5 нанометров?

Единственная проблема для «умной пыли» – это коммуникационная связь. Наноботы (или моты), то есть единичные элементы смарт-пыли еще 15 лет назад вполне сносно контактировали между собой, передавая информацию на несколько метров. Проблема была передать/принять данные на расстоянии километра и более, для чего предлагались новые протоколы мобильной связи – приблизительно такие, какими сегодня хвастаются разработчики 5G.

Таким образом, только спустя много лет и теперь, с появлением стандарта 5G наноботы могут управляться дистанционно. Например, сгруппировавшись особым образом вызвать плохое/хорошее самочувствие у своего хозяина. Или даже внушить ему какие-то мысли. Идея совершенно не фантастическая, поскольку, как мы заметили выше, совершенно официально давно ведутся разработки наноустройств, которые при попадании в кровь начинают искать те или иные клетки.

Пока что рано говорить о полноценном коммерческом использовании стандарта 5G в России. В настоящее время в Москве работают 19 зон пятого поколения. В марте 2020 года компания МТС

запустила пилотную сеть 5G в Москве. Сеть работает в 14 публичных местах столицы, скорость интернета — до 1,5 Гбит/с. Однако каждый желающий абонент МТС подключиться к сети автоматически не сможет, оператор сам выбирает участников пилотного проекта.

Согласно плану Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, в 2024 году сети 5G будут сформированы в трех крупных российских городах, в 2025 — в семи, в 2026 — в 15, в 2027–2030 — в 16. Правительством утверждена «Дорожная карта развития 5G в России», предусматривающая выделение 21,463 млрд. рублей из федерального проекта «Цифровые технологии».

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое умная пыль?
2. В каких отраслях данная технология может быть применена?
3. Каковы риски развития технологии «Умной пыли»?
4. Предложите свой вариант использования технологии, описываемой в кейсе.
5. Что включает федеральный проект «Цифровые технологии»?
6. Поддерживает ли государство развитие цифровых технологий?

Если да, то в каких документах это закреплено?

Кейс «Индустрія 4.0. Носимый интернет»

Переломный момент: 10 % людей носят одежду, подключенную к сети Интернет.

К 2025 году: 91 % респондентов прогнозируют достижение этого переломного момента.

Технологии становятся все более персонализированными. Компьютеры поначалу располагались в больших помещениях, затем на столах, а после этого на коленях. Хотя сейчас эти технологии уже располагаются в мобильных телефонах, носимых в карманах одежды, скоро их будут встраивать прямо в одежду и в аксессуары.

Выпущенные в 2015 году часы Apple Watch подключены к Интернету и содержат многие функциональные возможности смартфона. Все больше и больше одежда и прочее оборудование, которое носят люди, включают в себя встроенные чипы, подключающие данный предмет или его обладателя, к сети Интернет.

По оценкам научно-исследовательской и консалтинговой группы Gartner, примерно 70 млн «умных» часов и прочих лент будут проданы в 2015 году, при этом увеличение продаж в течение пяти лет достигнет 514 млн единиц.

Компания Mimo Baby создала носимую систему контроля состояния младенца, которая выводит данные о дыхании ребенка, о положении тела, состоянии активности и сна и так далее на ваш планшет или смартфон. (Это вызвало спор о том, где проходит линия раздела между помощью и созданием технического решения проблемы, которой не существует. В этом случае те, кто поддерживает эту систему, говорят, что она помогает младенцу лучше спать, в то время как критики утверждают, что датчики не могут заменить родительский уход.)

Ральф Лорен разработал спортивную рубашку, которая предназначена для представления данных о физических тренировках путем измерения количества выделяющегося пота, частоты сердечного ритма, интенсивности дыхания и так далее.

Вопросы для обсуждения:

1. Выделите положительный эффект данной технологии?
2. Выделите отрицательный эффект данной технологии?
3. Какова на ваш взгляд тенденция развития данных технологий в России?
4. Предложите свой вариант использования технологии, описываемой в кейсе.

Кейс «Цифровой ритейл»

Внедрение цифровых технологий кардинально изменило бизнес-модель компаний практически во всех основных индустриях. К примеру, в медиаиндустрии стриминговая модель распространения контента практически уничтожила бизнес по продаже физических носителей и сейчас уверенно отнимает долю рынка у кинотеатров. Даже в более традиционных отраслях, например, в сельском хозяйстве, внедрение цифровых решений становится неотъемлемой частью развития бизнеса: появляются управляемые искусственным интеллектом «умные» теплицы, аналитика больших данных помогает предсказывать засуху и другие природные катаклизмы. Эти и другие решения оптимизируют расходы, упрощают управление, увеличивают прибыль.

По данным исследования McKinsey, в мире только 4% корпораций вышли на уровень, когда все бизнес-процессы полностью цифровизованы. Лидирует индустрия медиа и развлечений, где уровень цифровизации составляет 62%. К числу наименее цифровизованных относятся финансы (39%), автопроизводители (32%) и производство потребительских товаров (31%). Среди наиболее широко используемых технологий — традиционные интернет-технологии, их используют 85% компаний-респондентов, и облачные сервисы (81%). Наименее распространенные — трехмерная печать, которую используют только 13% опрошенных компаний, и технологии дополненной реальности — их начали использовать 15% компаний.

По данным компании PwC, в 2022 году мировым лидером по развитию электронной коммерции был Китай, где продажи через интернет достигли 23% рынка ретейла в целом. В США этот показатель составлял 10%, в России — 4%. Несмотря на цифровую революцию в ретейле, обычные магазины по-прежнему остаются основным местом совершения покупок. Глобальные лидеры цифрового ретейла, такие как Amazon и

AliExpress, фокусируются на интеграции потребительского опыта в офлайн-магазинах в их цифровую экосистему, пишут авторы отчета PwC.

Одним из основных конкурентных преимуществ электронной коммерции является возможность обратиться к покупателю адресно — интернет-компания знает конкретного человека, его историю покупок, во многих случаях также имеет доступ к другим данным, например, из социальных сетей, позволяющим точно определить, какие товары будут наиболее актуальны в конкретный момент времени.

Цифровые технологии делают подход к маркетингу в традиционном ретейле таким же адресным, как и в электронной коммерции. В частности, решение «МегаФон Таргет» использует данные сим-карт абонентов, которые обрабатываются при помощи алгоритмов аналитики больших данных, для запуска максимально таргетированных рекламных кампаний. А система фильтрации позволяет сделать наиболее корректную выборку и найти тех, для кого эта реклама будет наиболее актуальна.

Процесс доставки товаров в крупных сетях планируется поминутно: транспорт не должен образовывать очередей. С помощью интернета вещей ретейл круглосуточно решает вопросы быстрой и эффективной погрузки и разгрузки. Также IoT-технологии участвуют в работе онлайн-касс. Они оснащены фискальным накопителем и подключены к интернету, что позволяет передавать данные о покупках в Федеральную налоговую службу. Подключение к интернету также позволяет компаниям дистанционно управлять своим бизнесом, анализировать продажи и использовать облачные сервисы.

Одним из крупнейших игроков рынка онлайн-касс является клиент «МегаФона» ИТ-компания «Эвотор». Порядка 32 тыс. онлайн-касс «Эвотора» подключены на сим-карты «МегаФона». Мониторинг устройств осуществляется через платформу «M2M-Мониторинга». Она позволяет контролировать работоспособность оборудования, предотвращать внештатные ситуации и перерасход средств на связь благодаря

возможности выставлять лимит по трафику и получать уведомление о блокировке сервиса при достижении порога отключения.

Цифровые технологии позволяют не только прокачивать бизнес-процессы ритейлеров, но и давать качественно новые возможности покупателям. К примеру, российская компания разработала решение на базе indoor-позиционирования для онлайновых магазинов: корзины для покупателей оборудуются недорогими планшетными компьютерами с картой магазина, информацией о товарах и скидках. Вместо того чтобы самому искать, где находится тот или иной товар, покупатель может выбрать его название в меню, далее система покажет маршрут до нужной полки. Более того, покупатель может выбрать в меню рецепт блюда, и система проведет его по маршруту, который позволит собрать все необходимые ингредиенты. Такое решение, в частности, внедрил финский ритейлер Kesko.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие цифровые технологии применяются на сегодняшний день в бизнесе?
2. Как цифровизация влияет на эффективность бизнес процессов?
3. Какие факторы ограничивают процессы цифровизации в России?
4. Что такое «ритейл»?
5. Какие компании можно отнести к лидерам цифрового ритейла?

Каковы их конкурентные преимущества?

6. Как на покупателей влияет цифровой ритейл?

4.5. Итоговый контроль

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение понятию «экономика» как совокупности экономических отношений?
2. Какова основная проблема экономики?

3. В чем суть экономической теории как науки, каковы ее функции?
4. Дайте характеристику уровням экономики?
5. Дайте характеристику факторам производства?
6. Изобразите кривую производственных возможностей, дайте характеристику точкам на кривой и за ее пределами?
7. Что входит в экономическую деятельность общества?
8. Из каких непрерывных процессов состоит процесс воспроизводства?
9. Дайте характеристику показателям эффективности производства труда? Каковы формулы расчета?
10. Дайте характеристику показателям эффективности использования фондов? Каковы формулы расчета?
11. Чем обусловлен переход от натурального хозяйства к товарному производству?
12. Дайте определение понятию «товар», каковы его отличительные признаки?
13. Сущность категории «деньги», функции и виды?
14. Какие элементы входят в денежную систему?
15. Поясните схему денежного оборота внутри экономической системы?
16. Дайте характеристику экономическим агентам? Каков интерес каждого из них?
17. Дайте определение собственности как экономической категории?
18. Опишите исторические типы собственности? Чем обусловлен переход от каждого типа к другому?
19. Выделите основные этапы развития экономической системы? Чем обусловлен переход?
20. Выделите исторические условия возникновения рынка?
21. Каковы функции рынка?

22. Выделите четыре типа неэффективных ситуаций, свидетельствующих о «фиаско» рынка?

Итоговый тест

1. Экономика это ...

А. совокупность отношений, возникающих по поводу производства, распределения, обмена и потребления благ и услуг, необходимых для удовлетворения потребностей.

Б. управление финансовыми ресурсами и финансовой деятельностью хозяйствующего субъекта, направленное на реализацию его стратегических и текущих целей.

С. совокупность современных технологий, принципов, методов, средств и форм управления, направленных на повышение эффективности работы различных предприятий.

Д. деятельность органов государственного, общественного, социального управления, направленная на реализацию поставленных государством целей и задач по социально-экономическому развитию страны.

2. Экономическая теория это ...

А. общественная наука, исследующая проблему такого использования или применения редких ресурсов, при котором достигается наибольшее, или максимальное, удовлетворение безграничных потребностей общества.

Б. управление финансовыми ресурсами и финансовой деятельностью хозяйствующего субъекта, направленное на реализацию его стратегических и текущих целей.

С. совокупность современных технологий, принципов, методов, средств и форм управления, направленных на повышение эффективности работы различных предприятий.

Д. деятельность органов государственного, общественного, социального управления, направленная на реализацию поставленных

государством целей и задач по социально-экономическому развитию страны.

3. Проблема экономического выбора заключается в:

А. Удовлетворении ограниченных потребностей неограниченными ресурсами

Б. Удовлетворении неограниченных потребностей ограниченными невозобновляемыми ресурсами

С. Удовлетворении неограниченных потребностей ограниченными ресурсами

Д. Удовлетворении потребностей

4. Потребность в экономической теории это – ...

А. нужда, желание потребителей приобрести и использовать товары и услуги, которые доставляют им полезность

Б. все, что удовлетворяет любые действительные потребности

С. нужда, желание потребителей приобрести и использовать товары только производственного назначения

Д. свойство товаров приносить пользу потребителям

5. Какой фактор производства включает все виды инструментов, машины, оборудование, фабрично-заводские, складские, транспортные средства и сбытовую сеть, используемые в производстве товаров и услуг и доставке их конечному потребителю?

А. Земля

Б. Труд

С. Капитал

Д. Предпринимательские способности

6. Экономический смысл закона возрастающих альтернативных издержек заключается в ...

А. постоянно растущие потребности

Б. отсутствие совершенной эластичности, или взаимозаменяемости, ресурсов

С. ограниченность ресурсов

Д. совершенная эластичность, или взаимозаменяемость ресурсов

7. Производительность труда как мера эффективности использования трудового ресурса может быть оценена такими показателями как:

А. Фондоемкость и фондоотдача

В. Выработка и трудоемкость

С. Оборачиваемость и ликвидность

Д. Рентабельность и деловая активность

8. Какой признак характеризует товарное производство?

А. Преобладание ручного труда

В. Наличие прямых экономических связей между производством и потреблением

С. Общественное разделение труда

Д. Консерватизм и традиционность производства

9. Одной из объективных причин перехода к товарному производству выступает...

А. Развитие факторов производства, повлекшее за собой углубление общественного разделения труда

Б. Появление сети-Интернет

С. Некачественные продукты и услуги

Д. Развитие информационно-коммуникационных технологий

10. Субъективная оценка, которую дает каждый покупатель роли определенного блага в удовлетворении его личных потребностей представляет собой ...

А. Потребность

Б. Необходимость

С. Стоимость

Д. Полезность

11. Дополнительная полезность, полученная от потребления последующей единицы данного блага по сравнению с предыдущей

А.Максимальная полезность

В.Предельная полезность

С.Минимальная полезность

Д.Средняя полезность

12. Разновидность цифровой валюты, не имеющей физического воплощения и единого центра, который бы ее контролировал, функционирующая на основе блокчейн-технологии это ...

А.Криптовалюта

В.Цифровой рубль

С.Кредитные деньги

Д.Безналичные деньги

13. Денежная система это ...

А.непрерывное движение денег в качестве орудия расчета и платежа как в наличной, так и в безналичной формах

В.выпуск денег в обращение, наличных и в форме кредитов, ведущий к увеличению денежной массы.

С.исторически сложившаяся и закрепленная законом форма организации денежного обращения в государстве

Д.совокупность наличных и безналичных денежных средств, которыми располагают резиденты РФ

14. Закон денежного обращения определяет:

А.скорость оборота денег

В.величину денежной массы

С.покупательную способность денег

Д.уровень инфляции

15. Субъекты экономических отношений, участвующие в производстве, распределении, обмене и потреблении жизненных благ это...

А.Домашние хозяйства

В.Фирмы

С.Государство

D. Все выше перечисленные

16. В чем заключается экономический интерес фирм?

A. максимизация прибыли

B. максимизация полезности благ

C. обеспечение общенационального интереса

D. рост богатства нации

17. Первобытнообщинный тип собственности характеризуется:

A. частной собственностью на средства производства, в том числе и на работника производства -- раба

B. члены рода (племени), объединенные кровным родством, сообща добывали средства к жизни и соответственно общим являлось все их имущество

C. частной собственностью на землю

D. господством частной капиталистической собственности на средства производства, основанной на эксплуатации труда формально свободных пролетариев, но лишенных всяких средств к существованию

18. На каком этапе развития экономических систем произошел массовый переход от ручного труда к машинному, от мануфактуры к фабрике?

A. Доиндустриальное общество

B. Индустриальное общество

C. Постиндустриальное общество

D. Информационное общество

19. Совокупность экономических отношений, базирующихся на регулярных обменных операциях между производителями товаров (услуг) и потребителями представляет собой...

A. Рынок

B. Базар

C. Производство

D. Воспроизводство

20. Что из перечисленного выступает важнейшими условиями развития и формирования рынка?

- A. Общественное разделение труда
- B. Экономическая обособленность
- C. Свободный обмен ресурсов
- D. Все перечисленные условия

Экономические задачи

1. Дана таблица производственных возможностей выпуска 2 продуктов: колбасы и роботов. Необходимо начертить кривую производственных возможностей и рассчитать: альтернативные издержки на производство 3-й единицы колбасы; общие издержки на производство 3-х единиц колбасы; альтернативные издержки на производство 4-й единицы колбасы; общие издержки на производство 4-х единиц колбасы.

Вид продукта	Альтернатива				
	A	B	C	D	E
X: Колбаса, у.е.	0	1	2	3	4
Y: Роботы, у.е.	10	9	7	4	0

2. Дана таблица производственных возможностей выпуска 2 продуктов: торты и пушки. Определите альтернативные издержки: одного дополнительного торта; одной дополнительной пушки.

Вид продукта	Альтернатива					
	A	B	C	D	E	F
X: Торт, у.е.	0	1	2	3	4	5
Y: Пушка, у.е.	25	22	18	13	7	0

3. Определить выработку продукции на одного работника в натуральном и денежном выражении если известно: годовой объем выпуска продукции предприятия – 200 000 штук, годовой объем валовой продукции – 2 000 000 рублей, среднесписочное число работающих на предприятии – 500 человек.

4. Определите выработку продукции на одного работающего в натуральном и денежном выражении на основе следующих данных: годовой объем выпуска продукции предприятия – 700 000 шт.; годовой объем валовой продукции – 2 600 000 руб.; среднесписочное число работающих на предприятии – 300 человек.

5. В анализируемом периоде предприятие «Рассвет» произвело 500 000 штук изделий, стоимость каждого изделия составила 28 рублей. Средняя списочная численность рабочих предприятия составила 20 человек. Период рабочих дней 255 дней с длительностью рабочего дня 8 часов. Определить среднегодовую, среднедневную и среднечасовую выработку в денежном выражении.

6. В анализируемом периоде предприятие «ГарантЭлит» произвело 4 000 штук изделий, стоимость каждого изделия составила 500 рублей. Средняя списочная численность рабочих 200 человек. Период 255 дней, рабочий день продолжается 8 часов. Определить среднегодовую, среднедневную и среднечасовую выработку в денежном выражении.

7. По данным приведенным в таблице, определить фондоотдачу и фондоемкость и фондовооруженность, выработку.

Показатели	Предприятие
TR тыс.руб.	340 000
ОПФ, тыс.руб.	12 600
ССЧ, чел.	560

8. По данным приведенным в таблице, определить фондоотдачу и фондоемкость и фондовооруженность, выработку.

Показатели	Предприятие
TR тыс.руб.	520 000
ОПФ, тыс.руб.	13 000
ССЧ, чел.	160

9. Предельная полезность первой единицы блага равна 420. При потреблении первых трёх единиц блага предельная полезность каждой

последующей единицы уменьшается в 2 раза; предельная полезность каждой последующей единицы блага при дальнейшем потреблении падает в 4 раза. Найти предельную полезность 7 единицы блага

10. Предельная полезность первой единицы блага равна 1550. При потреблении первых трёх единиц блага предельная полезность каждой последующей единицы уменьшается в 3 раза; предельная полезность каждой последующей единицы блага при дальнейшем потреблении падает в 5 раз. Найти предельную полезность 5 единицы блага

11. Рассчитайте скорость обращения денег в данный период, если: количество реализованного товара (транзакции) 18 млн.шт.; объем денежной массы в обращении 990 млн. руб.; средняя цена 220 руб.

12. Рассчитайте скорость обращения денег в данный период, если: количество реализованного товара (транзакции) 10 млн. шт., объем денежной массы в обращении 400 млн. руб., средняя цена 200 руб.

13. Определите количество транзакций в экономике, если: денежная масса 5 млн.рублей, скорость денежного оборота – 3 оборота, уровень цен 50 рублей.

14. Определите количество транзакций в экономике, если: денежная масса 2 000 000 рублей, скорость денежного оборота - 5 оборота, уровень цен 100 рублей.

ГЛАВА 5. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО МИКРОЭКОНОМИКЕ

Глава 5 учебного пособия содержит контрольные вопросы, тестовые задания, задания на установление соответствия и заполнения пропусков, кейс-задачи, экономические задачи, тематику докладов.

5.1. Введение в микроэкономику

Контрольные вопросы

1. Что такое «экономическая теория» как наука? Решением какой проблемы она занимается?
2. Из каких укрупненных разделов состоит экономическая теория?
3. Что такое «микроэкономика» и какова ее цель как науки?
4. Микроэкономика как раздел экономической науки изучает поведение каких экономических субъектов?
5. Какие компромиссы пытаются достичь работники, фирмы и потребители?
6. Перечислите основные экономические школы, занимающиеся вопросами микроэкономики?
7. Перечислите основные разделы микроэкономики?
8. Приведите пример частных и общих методов микроэкономики?

Тематика докладов

1. Понятие, цель и функции микроэкономики
2. Неоклассическое направление: Австрийская, Кембриджская и Американская и Лозаннская экономические школы
3. Современные экономические школы
4. Теория игр
5. Теория выбора в условиях неопределенности

Тестовые задания

1. Экономическая теория включает в себя такие разделы как:
А. Финансовый менеджмент и стратегический менеджмент;

- В. Микроэкономика и макроэкономика;
- С. Маркетинг и стратегический менеджмент;
- Д. Производственный менеджмент и финансовый менеджмент.

2. Микроэкономика изучает:

- А. Рациональные экономические решения;
- В. Ценообразование;
- С. Оптимальное размещение ресурсов;
- Д. Все вышеперечисленное.

3. Раздел экономической теории, изучающий поведение отдельных экономических агентов в ходе их производственной, распределительной, потребительской и обменной деятельности – это:

- А. Макроэкономика;
- Б. Микроэкономика;
- С. Мезоэкономика;
- Д. Миниэкономика.

4. К общим методам микроэкономики не относится:

- А. Абстракция;
- Б. Индукция;
- С. Синтез;
- Д. Корреляция.

5. Какое из определений наиболее полно характеризует предмет экономической науки:

- А. это наука о динамике материальных и духовных потребностей человека;
- Б. это наука о производстве и критериях распределения производимых благ;
- С. это наука о наиболее общих законах развития человеческого общества в условиях ограниченности ресурсов;
- Д. это наука, изучающая поведение людей и групп в производстве, распределении, обмене, потреблении материальных благ в целях

удовлетворения потребностей при ограниченных ресурсах.

Задания на восстановление пропусков

1. Микроэкономика — раздел экономической науки, который имеет дело с поведением отдельных экономических единиц — _____, _____, _____, — а также с рынками, в состав которых они входят.

2. Экономика — это совокупность отношений, возникающих по поводу _____, _____, _____ и _____ благ и услуг, необходимых для удовлетворения потребностей.

3. Экономический анализ — это _____ в экономическом познании фрагментов какого-либо целого на составляющие его части.

4. Экономическая индукция представляет собой метод исследования, который основан на переходе от _____ экономических фактов к _____ выводам и положениям.

5. Экономическая дедукция выступает методом экономического исследования, который основан на переходе от _____ утверждений, которые уже установлены, о любых экономических теориях или фактах к более _____ выводам и позициям.

Экономические кейсы

Кейс «Чеболизация в России»

Российская экономика движется в сторону чеболизации, толчком стали международные санкции, заявил замминистра промышленности и торговли Василий Осьмаков. По его словам, пока рынок оставался глобальным, а кредиты — доступными, промышленность «работала как бы сама по себе», но ситуация изменилась после введения по-настоящему серьезных санкций. «Появилась необходимость в финансовом партнёре и сбыте продукции через торговые компании. То есть сейчас требуется синергия финансового, торгового и промышленного капитала —

чеболизация по форме, не по генезису. И этот тренд будет продолжаться».

Слово «чеболизация» образовано от корейского «чеболь» — это корейское произношение японского иероглифа «дзайбацу», означающего довоенные японские концерны. Эта форма хозяйствования в Южной Корее означает конгломерат предприятий, обычно принадлежащий одной семье, которая начала с торговой деятельности, но впоследствии получила разнопрофильные промышленные активы. Наиболее заметные примеры в Южной Корее: Samsung, Daewoo, LG, Hyundai. На пять крупнейших конгломератов приходится свыше половины ВВП страны.

Стремительный экономический рост Южной Кореи был тесно связан с ростом чеболей: их ранние успехи повысили заработные платы и уровень жизни, а также стимулировали экспорт страны, однако такая система стала и корнем глубоких проблем.

В отличие от большинства западных крупных корпораций чеболи имеют непрозрачную структуру владения и финансовых потоков, их миноритарные акционеры фактически бесправны, а управляются холдинги влиятельными семьями. Исторически чеболи поддерживают государство, и далеко не всегда бескорыстно: деятельность чеболей тесно связана с коррупцией, искоренить которую не удалось до сих пор, в Южной Корее периодически гремят скандалы. Эксперты считают чеболей фактором экономической уязвимости, усугубляющим неравенство и способствующим коррупции.

Правительство Южной Кореи неоднократно инициировало реформы чеболей, но наталкивалось на сопротивление со стороны этих финансово-промышленных групп. В результате чеболи до сих пор сохраняют определяющее влияние на экономику страны.

Пример чеболизации в России — банк ВТБ и Объединенная судостроительная корпорация (ОСК), активно в этом направлении работает «Сбер», продолжил Осьмаков. «Есть у нас и свой «квазичеболь» — Газпромбанк, с большой «промышленной юбкой». У банков есть деньги, а

значит, и возможность формировать и финансировать долгосрочную стратегию для своих промышленных «дочек», — добавил замминистра.

ФАС негативно оценивала практику чеболей. «Корейское экономическое чудо случилось исключительно благодаря тому, что они разрушили свои монополии. Они провели гигантскую реформу, преобразовали свои чеболи в акционерные общества, раздробили их и поддержали малый бизнес», — объяснял в 2019 году занимавший пост главы ведомства Игорь Артемьев. Он призвал «уничтожить российские госкорпорации — перевести в другие организационные формы», сделав «простыми акционерными обществами без привилегий».

Вопросы для обсуждения:

1. Раскройте понятие «чеболизация» в экономике?
2. Перечислите достоинства и недостатки чеболизации?
3. Каковы условия «корейского экономического чуда»?
4. Каково в настоящее время состояние экономики в России?
5. Каковы основные тенденции развития российской экономики?

Кейс «Первый русский экономист – кто он?»

Значимый вклад в развитие учения о национальном богатстве внес Иван Тихонович Посошков (годы жизни 1652–1726 г.г.) - он первый русский экономист-теоретик, также публицист, предприниматель и изобретатель, пытавшийся решать наиболее волнующие проблемы жизни. Посошков одним из первых подробно и строго на научной основе рассмотрел национальное богатство как важную категорию экономики, права, социологии.

Посошков был одним из главных идеологов петровских реформ, и многие его идеи и разработки были реализованы на практике. Его интересы были достаточно разнообразны и включали вопросы морали, военное дело, денежное обращение и богословские проблемы.

Наиболее крупным исследованием Посошкова явилась «Книга о скудости и богатстве. Книга «Книга о скудости и богатстве» не имеет узко

экономического характера. Это целая программа переустройства русского государства, включающая и такие мероприятия, которые не получили осуществления и до настоящего времени. Не сводя богатство к деньгам, Посошков различал богатство вещественное и невещественное. Вещественным богатством Посошков полагал совокупное богатство государства и народа. К нему он относил развитую промышленность, ремесленные мастерские, рудники и произведенные ими «материальные товары», а также освоенные сельскохозяйственные земли и природные ресурсы. Он призывал беречь, не тратить попусту полезные ископаемые, сохранять леса и реки с их животным и растительным миром. Что в настоящее время можно отождествить с валовым продуктом. Под невещественным – «истинную правду», т. е. законность, правовые условия, хорошее управление страной – те ценности, которые сегодня мы называем «институтами».

Источником богатства он называл производительный труд, а причинами скудости – отсталость сельского хозяйства, недостаточное развитие промышленности, неудовлетворительное состояние торговли. Для уничтожения скудости и достижения богатства Посошков предлагал два условия: 1) уничтожить праздность и заставить всех людей прилежно и производительно работать; 2) решительно бороться с непроизводительными затратами, осуществлять строжайшую экономию.

Посошков внимательно относился к внешней торговле, организация которой должна была защитить русское купечество от иностранной конкуренции и способствовать приумножению денег в стране, считал необходимым ввозить только то, что не производится в России. Ограничение ввоза предметов роскоши должно было сохранить, по его мнению, деньги в стране. Он предлагал прекратить вывоз из страны промышленного сырья и вывозить за границу лишь готовые изделия. В отношении внутренней торговли Посошков предлагал установить одинаковые цены на товары. «Установленная цена» должна была

назначаться государством или «купеческим правлением», а соблюдение торговли по «установленным ценам» обеспечиваться строгой системой надзора за торговлей.

Посошков считал, что экономика не может регулироваться самостоятельно. У нее нет способности развиваться без внешнего вмешательства. Источником такого управления и регулирования он признавал государство - государственный аппарат. Ученый считал, что существующая на то время в России форма государственного устройства препятствует развитию экономики и приводит к неудовлетворительному качеству жизни населения. Оптимальной формой государственного устройства, способной решать актуальные экономические проблемы, он полагал монархию, но ограниченную и построенную на соблюдении законов.

Посошков отмечал необходимость развития отечественной промышленности, диверсифицированное развитие которой и в настоящее время является актуальной проблемой для России. В числе мер, направленных на её развитие, он рассматривал насаждение приоритетных отраслей крупной промышленности, как важное средство сохранения и приумножения денег в стране, а также рациональное использование природных ресурсов, увеличение исследований месторождений полезных ископаемых. Он предлагал усилить на их базе строительство новых заводов за счет расширения государственного субсидирования и даже предлагал строить заводы за государственный счёт и передавать их затем в частные руки.

Заслуга И. Т. Посошкова состоит в том, что он внес значительный вклад в дело экономического развития России, правильно понял основные задачи ее развития и боролся за их осуществление. Все сделанное им с полным обоснованием позволяет назвать его «первым русским экономистом».

Вопросы для обсуждения:

1. Почему И.Т. Посошкова считают первым русским экономистом?
2. Как называется его исследовательская работа? В каком году она выпущена, и какие идеи в ней содержатся?
3. Что по мнению исследователя выступает источником богатства?
4. Каково отношение ученого ко внутренней и внешней торговле?
5. Какие идеи ученого актуальны и на сегодняшний день?

5.2. Равновесие на рынках товаров и услуг

Контрольные вопросы

1. Что отражает спрос на товары и услуги?
2. Существует обратная или прямая зависимость между ценой и величиной спроса?
3. В чем экономический смысл закона спроса?
4. Перечислите ценовые и неценовые факторы спроса?
5. Разведите понятия «изменение величины спроса» и «изменение спроса»?
6. Что отражает предложение на товары и услуги?
7. В чем экономический смысл закона предложения?
8. Существует обратная или прямая зависимость между ценой и величиной предложения?
9. Перечислите ценовые и неценовые факторы предложения?
10. Разведите понятия «изменение величины предложения» и «изменение предложения»?
11. Дайте характеристику ценовой эластичности спроса и предложения?
12. В каких случаях рассчитывается точечная эластичность, а в каких дуговая?
13. Дайте характеристику: совершенно эластичные спрос, совершенно неэластичные спрос, относительно неэластичные спрос, единичная эластичность, относительно эластичные спрос? Представьте

графически.

14. В чем экономический смысл эффектов Гиффена и Веблена?
15. В каких случаях устанавливается равновесная цена?
16. Как влияет изменение спроса и предложения на равновесную цену? Отразите графически.
17. Отразите линейные функции спроса и предложения.

Тематика докладов

1. Закон спроса и закон предложения
2. Ценовые и неценовые факторы спроса и предложения
3. Эластичность спроса и предложения: формула, графическое изображение
4. Действие эффектов Гиффина и Веблена
5. Равновесие на конкурентном рынке по Маршаллу и Вальрасу

Тестовые задания

1. Количество товара или услуг, которое потребители желают и могут приобрести по определенной цене в определенное время и в определенном месте представляет собой...

- A. Спрос;
- B. Предложение;
- C. Равновесная цена;
- D. Равновесный объем.

2. Закон спроса:

А. между объемом и ценой существует прямая (положительная связь) – при прочих равных условиях, чем выше цена, тем меньше объем спроса, и наоборот.

В. между объемом и ценой существует обратная (отрицательная связь) – при прочих равных условиях, чем выше цена, тем меньше объем спроса, и наоборот.

С. между объемом и ценой существует обратная (отрицательная связь) – при прочих равных условиях, чем ниже цена, тем меньше объем

спроса, и наоборот.

D. между объемом и ценой существует обратная (отрицательная связь) – при прочих равных условиях, чем ниже цена, тем больше объем спроса, и наоборот.

3. Изменение объема (величины) спроса означает:

A. передвижение из одной точки в другую той же самой кривой спроса;

B. передвижение всей кривой спроса;

C. не влияет на кривую спроса;

D. оказывает влияние на кривую предложения;

4. К неценовым факторам спроса можно отнести:

A. Вкусы и предпочтения потребителей;

B. Число покупателей на рынке;

C. Наличие и доступность товаров заменителей;

D. Все перечисленное

5. Количество товаров и услуг, которое готовы произвести и предложить фирмы рынку по определенной цене в определенное время и в определенном месте.

A. Спрос;

B. Предложение;

C. Равновесная цена;

D. Равновесный объем

6. Закон предложения:

A. при прочих равных условиях количество предлагаемого товара изменяется прямо пропорционально его цене;

B. при прочих равных условиях количество предлагаемого товара изменяется обратно пропорционально его цене;

C. при прочих равных условиях количество предлагаемого товара не изменяется под влиянием цены;

D. нет верного ответа

7. Что относится к неценовым факторам предложения:

- A. Цены на ресурсы;
- B. Технология;
- C. Ожидания;
- D. Все перечисленное.

8. Восприимчивость, или чувствительность, потребителей к изменению цены продукта определяется

- A. Уровнем цен;
- B. Ценовой эластичностью спроса;
- C. Ценовой эластичностью предложения;
- D. Индексом цен.

9. В случае если при снижении цены покупатели повышают объем спроса на неограниченную величину, а при повышении цены - полностью отказываются от товара, то спрос

- A. Совершенно неэластичный спрос;
- B. Совершенно эластичный спрос;
- C. Относительно неэластичный спрос;
- D. Единичная эластичность.

10. В случае если объем спроса не изменяется при изменении цены, то спрос:

- A. Совершенно неэластичный спрос;
- B. Совершенно эластичный спрос;
- C. Относительно неэластичный спрос;
- D. Единичная эластичность.

11. В случае если изменение спроса абсолютно пропорционально изменению цены, то спрос:

- A. Совершенно неэластичный спрос;
- B. Совершенно эластичный спрос;
- C. Относительно неэластичный спрос;
- D. Единичная эластичность.

12. Товар, потребление которого увеличивается при повышении цены и уменьшается при снижении цены –

- A. Товар Гиффена;
- B. Товар Веблена;
- C. Товары первой необходимости;
- D. Товары повседневного спроса.

13. Демонстративное потребление, которое возникает при потреблении благ, недоступных для большинства обычных потребителей в связи с их высокой ценой

- A. Товар Гиффена;
- B. Товар Веблена;
- C. Товары первой необходимости;
- D. Товары повседневного спроса.

14. Цена на конкурентном рынке, при которой величина спроса и величина предложения равны, то есть цена, при которой нет дефицита или избытка товаров и услуг, а значит на рынке нет тенденций роста или снижения –

- A. Равновесная цена;
- B. Рыночная цена;
- C. Средняя цена;
- D. Нет верного ответа.

15. Линейная функция спроса принимает вид:

- A. $Q(d) = a + b * P;$
- B. $Q(d) = a - b * P;$
- C. $Q(s) = m + n * P;$
- D. $Q(s) = m - n * P.$

16. Линейная функция предложения принимает вид:

- A. $Q(d) = a + b * P;$
- B. $Q(d) = a - b * P;$
- C. $Q(s) = m + n * P;$

$$D.Q(s) = m - n*P.$$

Задания на восстановление пропусков

1. Спрос на товары и услуги – отражает _____ товара или услуг, которое _____ желают и могут приобрести по определенной _____ в определенное время и в определенном месте.
2. Предложение товаров и услуг показывает _____ товаров и услуг, которое готовы произвести и предложить _____ рынку по определенной цене в определенное время и в определенном месте.
3. Рынок находится в _____, если цена товара такова, что количество товара, которое покупатели (Q_d) хотят приобрести, совпадает с количеством товара, которое продавцы готовы предложить к продаже (Q_s)
 $Q_d=Q_s$.
4. _____ цена — цена на конкурентном рынке, при которой величина спроса и величина предложения равны, то есть цена, при которой нет дефицита или избытка товаров и услуг, а значит на рынке нет тенденций роста или снижения.

Экономические задачи

«Эластичность спроса и предложения»

1. Если эластичность спроса по цене на телевизоры равна -3 , то каково будет процентное изменение объема спроса на них, которое последует после 10% увеличения цены?
2. Если эластичность спроса по цене на холодильники равна -2 , то каково будет процентное изменение объема спроса на них, которое последует после 15% увеличения цены?
3. Если эластичность спроса по цене на компьютеры равна -2 , то каково будет процентное изменение объема спроса на них, которое последует после 5% сокращения цены?

4. Предположим, что коэффициент перекрестной эластичности спроса на огурцы по цене помидоров по модулю равен 4. Что случится с количеством огурцов, покупаемых на рынке, если цена одного килограмма помидоров уменьшится на 5%

5. Предположим, что коэффициент перекрестной эластичности спроса на кофе по цене сливок по модулю равен 3. Что случится с количеством кофе, покупаемого на рынке, если цена одного литра сливок уменьшится на 10%

6. Цена на товар выросла с 20 до 23 ден. ед. Коэффициент точечной эластичности спроса по цене равен (-2). Найти первоначальный объем рыночного спроса на товар, если после повышения цены он составлял 1200 штук.

7. Цена на товар выросла с 50 до 54 ден. ед. Коэффициент точечной эластичности спроса по цене равен (-3). Найти первоначальный объем рыночного спроса на товар, если после повышения цены он составлял 2100 штук.

8. К какой категории относят товар, если известно, что при среднем доходе покупателя 2300 ден. ед. объем индивидуального спроса на товар 5 ед., а при доходе 2500 ден. ед. – 6 ед.?

9. К какой категории относят товар, если известно, что при среднем доходе покупателя 1500 ден. ед. объем индивидуального спроса на товар 5 ед., а при доходе 2000 ден. ед. – 4 ед.?

10. Коэффициент эластичности спроса по цене равен -1,5. Объем спроса на начало периода составляет 200 тыс. ед., цена за единицу товара равна 50 руб. Определите, насколько изменится объем спроса и объем выручки фирмы, если: цена снизится на 5%; цена возрастет на 12%.

11. Коэффициент эластичности спроса по цене равен -3. Объем спроса на начало периода составляет 500 тыс. ед., цена за единицу товара равна 100 руб. Определите, насколько изменится объем спроса и объем выручки фирмы, если: а) цена снизится на 15%; б) цена возрастет на 15%.

12. При цене продукта 50 денежных единиц объем его предложения составил 100 единиц. При снижении цены до 40 денежных единиц объем предложения сократился до 80 единиц. Рассчитайте коэффициент эластичности предложения.

13. При цене продукта 120 денежных единиц объем его предложения составил 500 единиц. При снижении цены до 100 денежных единиц объем предложения сократился до 400 единиц. Рассчитайте коэффициент эластичности предложения.

14. Вычислить дуговую эластичность предложения по двум точкам: величина предложения увеличивается со 120 до 160 штук при росте цены с 4 до 10 ден. ед.

15. Возьмите в качестве примера любой товар (одежда, обувь, недвижимость, автомобили, техника и т.д.). Необходимо:

- 1) построить график спроса и предложения по данному товару, учитывая эластичность;
- 2) на графике отметить рыночную цену и количество продаж;
- 3) сдвинуть кривую спроса вправо;
- 4) показать новую рыночную цену и количество продаж;
- 5) назвать детерминанты спроса по вашему товару.

16. На рынке установилось равновесие при $P = 4$ и $Q = 18$. При этом коэффициент эластичности спроса равнялся: -0,05, а коэффициент эластичности предложения: +0,1. Какова будет цена товара, если спрос на него возрастет на 10%, а предложение - на 5% при условии, что в пределах указанных изменений спроса и предложения их графики прямолинейны?

17. P – рыночная цена товара. Функции спроса и предложения заданы аналитически: $Q_s = 1500 + 2,4P$; $Q_d = 35000 - 2,9P$. Определить условия рыночного равновесия.

5.3. Краткосрочный и долгосрочный анализ издержек

Контрольные вопросы

1. В чем отличие краткосрочного периода от долгосрочного в анализе издержек?
2. Каков экономический смысл закона возрастающих альтернативных издержек?
3. Закон убывающей отдачи переменного ресурса гласит ...
4. Изобразите кривую производственных возможностей, дайте характеристику точкам на кривой и за ее пределами?
5. Дайте определение экономической и бухгалтерской прибыли?
6. Дайте определение общим, постоянным и переменным издержкам производства?
7. Дайте определение экономическим, бухгалтерским и альтернативным издержкам?
8. Приведите примеры постоянных и переменных издержек в торговой организации?

Тестовые задания

1. Проблема экономического выбора заключается в:
 - A. Удовлетворении ограниченных потребностей неограниченными ресурсами
 - B. Удовлетворении неограниченных потребностей невозобновляемыми ресурсами
 - C. Удовлетворении неограниченных потребностей ограниченными ресурсами
 - D. Удовлетворении потребностей
2. Потребность в экономической теории это – ...
 - A. нужда, желание потребителей приобрести и использовать товары и услуги, которые доставляют им полезность
 - B. все, что удовлетворяет любые действительные потребности

С. нужда, желание потребителей приобрести и использовать товары только производственного назначения

Д. свойство товаров приносить пользу потребителям

3. Средства, с помощью которых удовлетворяются потребности это...

А. Полезность

В. Блага

С. Потребность

Д. Необходимость

4. К материальным благам не относится:

А. Акции

В. Патент

С. Деловая репутация

Д. Промышленный робот

5. Экономический смысл закона возрастающих альтернативных издержек заключается в ...

А. постоянно растущие потребности

Б. отсутствие совершенной эластичности, или взаимозаменяемости, ресурсов

С. ограниченность ресурсов

Д. совершенная эластичность, или взаимозаменяемость ресурсов

6. Издержки производства, зависящие от объема производства называются ...

А. Переменные

В. Постоянныe

С. Альтернативные

Д. Средние постоянные

7. К бухгалтерским издержкам необходимо отнести:

А. Амортизационные отчисления

В. Процент по кредиту

С. Заработка платы управленческого персонала

D. Всё перечисленное

8. Экономическая прибыль это...

A. Общая выручка за вычетом альтернативных и бухгалтерских издержек

B. Общая выручка за вычетом альтернативных издержек

C. Общая выручка за вычетом бухгалтерских издержек

D. Общая выручка за вычетом переменных издержек

9. Какие издержки формируют экономические издержки?

A. Бухгалтерские и альтернативные издержки

B. Только бухгалтерские

C. Только альтернативные

D. Вмененные издержки

10. Что не относится к постоянным издержкам?

A. Заработка платы управленческого персонала

B. Арендная плата

C. Заработка платы сотрудников со сдельной формой оплаты

D. Проценты по кредиту

11. Дополнительные, или добавочные, издержки, возникшие в результате производства еще одной дополнительной единицы продукта представляют собой...

A. Удельные издержки

B. Переменные издержки

C. Предельные издержки

12. Кривая предельных издержек (MC) пересекает кривые средних общих (ATC) и средних переменных издержек (AVC) в точках значения каждой из них.

A. Минимального

B. Максимального

C. Среднего

D. Не пересекаются.

13. Кривые _____ издержек и средних переменных издержек (AVC) представляют собой зеркальное отражение кривых предельного продукта (MP) и среднего продукта (AP) соответственно

- A.Предельных
- B.Общих
- C.Постоянных
- D.Не пересекаются

14. К отрицательному эффекту масштаба можно отнести:

- A.Специализация труда
- B.Производство побочных продуктов
- C.Специализация управленческого персонала
- D.Снижение эффективности управления

15. Операционный анализ имеет цель:

- A.отслеживание зависимости финансовых результатов бизнеса от издержек и объемов производства
- B.отслеживание зависимости стоимости бизнеса от издержек
- C.отслеживание зависимости объема производства от издержек
- D.отслеживание зависимости спроса и предложения от издержек

16. Маржинальная прибыль представляет собой:

- A.общая выручка за вычетом альтернативных и бухгалтерских издержек
- B.общая выручка за вычетом альтернативных издержек
- C.разность между ценой продажи и переменными затратами на единицу продукции
- D.общая выручка за вычетом бухгалтерских издержек

17. Объем производства, при котором выручка от реализации точно равна затратам на производство и реализацию продукции называется...

- A.Критический объем
- B.Максимальный объем
- C.Минимальный объем

D.Средний объем

18. Сила воздействия операционного рычага указывает на

- A.уровень инвестиционной привлекательности
- B.уровень издержек предприятия
- C.степень предпринимательского риска предприятия
- D.уровень инновационного потенциала предприятия

Экономические задачи

«Операционный анализ»

1. Сумма выплат по статьям амортизация, заработка платы управленческого персонала, налоговые и арендные платежи составляют 600 000 рублей, переменные издержки – 30 рублей на единицу. Рыночная стоимость продукции составляет 45 рублей. Сколько необходимо продукции произвести предприятию (в натуральном и денежном выражении), чтобы не нести убытки, но и не получать прибыль? Каким должен быть объем реализации продукции для получения прибыли в размере 210 000 рублей?

2. Выручка от реализации продукции составляет 50 000 рублей, себестоимость выпуска продукции (материалы, сырье, заработка платы) – 25 000 рублей, административные расходы – 10 000 рублей, объем производства – 5 000 изделий.

Рассчитать:

- 1) объем реализации, при котором прибыль предприятия равна нулю;
- 2) объем реализации, необходимый для получения прибыли в размере 30 000 рублей;
- 3) объем реализации при уменьшении переменных издержек на 25%, а постоянных издержек на 3000 рублей, прибыль предприятие не получает;
- 4) необходимое изменение объема реализации при увеличении постоянных издержек на 5000 рублей с целью сохранения прежнего уровня рентабельности продаж;

5) необходимое изменение цены при увеличении объемов продаж на 2500 единиц, сохранении прежнего уровня рентабельности продаж и росте переменных издержек на 10%.

3. По итогам хозяйственной деятельности ткацкого цеха за анализируемый период были получены следующие результаты: выручка от реализации составила 120 000 рублей, затраты на материалы – 25 000 рублей, заработка плата рабочих – 20 000 рублей. электроэнергия в ткацком цехе – 15 000 рублей, административные расходы – 40 000 рублей, объем выпуска продукции – 3 000 изделий.

Рассчитать:

- 1) объем реализации, при котором прибыль предприятия равна нулю;
- 2) объем реализации, необходимый для получения прибыли в размере 30000 рублей;
- 3) объем реализации при увеличении переменных издержек на 25%, а постоянных издержек на 5000 рублей, прибыль предприятие не получает;
- 4) необходимое изменение объема реализации при сокращении постоянных издержек на 5000 рублей и получения прибыли в размере 20000 рублей.
- 5) необходимое изменение цены при увеличении объемов продаж на 5000 единиц, сохранении прежнего уровня рентабельности продаж и росте переменных издержек на 20%.

«Издержки. Прибыль»

4. В базовом периоде выручка предприятия составила 5 000 000 рублей. Предприятие планирует увеличить выручку с реализации на 250 000 рублей в плановом периоде. При этом объем производства в базовом периоде составил 10 800 изделий, удельные переменные затраты на изделие равны 52 рубля, постоянные затраты – 3 800 000 рублей. На сколько процентов возрастет прибыль в плановом периоде по сравнению с базовым, при условии, что объем производства останется на уровне базового года?

5. Выручка предприятия за анализируемый период составила 33 900 рублей, при этом переменные затраты предприятия составляют 9 723 рубля, постоянные затраты – 22 688 рублей. Рыночная цена закрепилась на уровне 113 рублей.

Определить, как изменится прибыль в следующих ситуациях:

1) увеличение объема продаж на 7% при снижении цены на 10%;
2) улучшение потребительских свойств продаваемого товара требует единовременных затрат в размере 8 500 рублей, но позволит поднять цены на 6% без снижения уровня реализации, либо поднять цены на 4% одновременно с ростом объема продаж на 3%. Какой вариант наиболее выгоден для предприятия?

6. Фирма планирует увеличить выручку с 10 000 000 рублей до 15 000 000 рублей. При этом объем производства в базовом периоде составил 20 000 штук, средние переменные затраты равны 100 рублей, постоянные затраты – 4 300 000 рублей. На сколько процентов изменится прибыль в плановом периоде по сравнению с базовым?

7. Абитуриент поступил в ФГБОУ ВО «ЮУрГПУ» на программу бакалавриата 44.03.04. Профессиональное обучение (по отраслям), профиль Экономика и управление. Стоимость обучения в год составляет 125 000 рублей (оплата единовременная в начале учебного года), комиссия банка составляет 1% от суммы. На данный момент процент по рублевым вкладам Сбербанка для жителей России составляет 11% годовых на тарифе "Промо Управляй". Каковы альтернативные, бухгалтерские и экономические издержки студента за 1 год?

8. Евгений рассматривает 2 варианта: поехать на курсы «WEB-разработчик» и сдавать квартиру в этот период за 15 000 рублей в месяц или трудоустроиться в магазин и не сдавать квартиру.

Общая стоимость курсов составляет 9 000 рублей, включая проезд до места проведения курсов, заработка плата в магазине 21 000 рублей в месяц, проезд до места работы составляет 500 рублей в месяц.

Длительность курсов 5 месяцев. Определите альтернативные, бухгалтерские и экономические издержки.

9. Абитуриент поступил в ФГБОУ ВО «ЮУрГПУ» на программу бакалавриата 44.03.04. Профессиональное обучение (по отраслям), профиль Информатика и вычислительная техника стоимость обучения в год составляет 140 000 рублей (оплата единовременная в начале учебного года), комиссия банка составляет 1% от суммы. На данный момент процент по рублевым вкладам Сбербанка для жителей России составляет 15% годовых на тарифе "Промо Управляем". Так же абитуриент при поступлении выбрал программу дополнительного профессионального образования по направлению «Робототехника». Стоимость обучения составила 50 000 рублей. Каковы альтернативные, бухгалтерские и экономические издержки студента за 1 год?

10. Анастасия рассматривает 2 варианта: пойти на курсы флористики и далее устроиться в цветочный магазин или без прохождения курсов сразу трудоустроиться в цветочный магазин.

Общая стоимость курсов за 3 месяца составляет 10 000 рублей, длительность курсов 3 месяца, стоимость проезда до места проведения курсов 600 рублей в месяц. В случае трудоустройства после прохождения курсов Анастасия получит премию в первый рабочий день в размере 40 000 рублей. Заработная плата в цветочном магазине без курсов составляет 15 000 рублей. Стоимость проезда до места работы составит 700 рублей в месяц. Определите альтернативные, бухгалтерские и экономические издержки для 2 вариантов. Какой вариант предпочтительнее?

11. Евгений желает приобрести квартиру стоимостью 5 200 000 рублей. Он может нанять риелтора, стоимость услуг риелтора составляет 5% от стоимости недвижимости. Так же Евгений может самостоятельно заняться подбором недвижимости в отпуске без сохранения заработной платы продолжительностью 15 дней. Заработная плата в день составляет 1500 рублей. В период отпуска коллега, замещающий Евгения, заключит

контракт стоимостью 200 000 рублей, премия за заключенный контракт составит 20% от его стоимости. Какой вариант предпочтительнее для Евгения?

12. Дмитрий зарабатывает 240 000 рублей в год, будучи торговым представителем. На счету у Дмитрия размещены денежные средства в размере 500 000 рублей, которые ежегодно приносят доход в размере 10 000 рублей. Дмитрий сдает свободное помещение за 60 000 рублей в год. Дмитрий принял решение открыть собственный магазин розничной торговли в свободном помещении. Стоимость закупки товаров составила 650 000 рублей, коммунальные услуги для обслуживания помещения 100 000 рублей, заработка плата нанятого продавца 180 000 рублей в год. Дмитрий получил в конце года выручку в размере 2 000 000 рублей. Рассчитайте экономическую и бухгалтерскую прибыль.

13. Вам предложили купить фирму за 1 500 000 руб. которая приносит доход в размере 2 000 000 рублей в год. У вас есть 1 500 000 рублей, которые приносят годовой доход в 350 000 рублей. Кроме того, вы получаете на своей работе зарплату 600 000 рублей в год. Какой вариант предпочтительней?

14. Собственник квартиры желает приобрести шкаф-купе. Рассматривает предложения компаний «Интерьер» и «ЛайфМебель».

Компания «Интерьер» предлагает шкаф-купе со скидкой 15% от его стоимости при условии покупки на сумму от 70 000 рублей, услуги сборки компания не предоставляет. Стоимость подходящей мебели составляет 65 000 рублей. Собственник квартиры может установить самостоятельно двери в неоплачиваемом отпуске длительностью 10 дней. Заработка плата составляет 45 000 рублей в месяц (средняя продолжительность месяца 30 дней).

Компания «ЛайфМебель» предоставляет скидку на мебель 5%, так же компания предлагает услуги сборщика мебели в размере 20% от

стоимости мебели без учета скидки. Стоимость подходящей мебели составляет 70 000 рублей.

Какой вариант предпочтительнее по экономическим издержкам?

15. Сергей желает приобрести квартиру стоимостью 3 200 000 рублей. Он может нанять риелтора, стоимость услуг риелтора составляет 4% от стоимости недвижимости. Так же Сергей может самостоятельно заняться подбором недвижимости в отпуске без сохранения заработной платы продолжительностью 25 дней. Заработка плата в день составляет 2 500 рублей. В период отпуска коллега, замещающий Сергея, заключит контракт стоимостью 300 000 рублей, премия за заключенный контракт составит 30% от его стоимости. Какой вариант предпочтительнее для Сергея?

16. Дмитрий зарабатывает 25 000\$ в год, будучи торговым представителем компании, производящей компьютеры. Дмитрий принял решение открыть собственный магазин розничной торговли компьютерами. Дмитрий вкладывает 20 000\$ своих сбережений, которые приносили 1 500\$ в год. Также Дмитрий решил отвести под новую фирму принадлежащее ему маленькое торговое помещение, которое до этого сдавал в аренду за 5 000\$ в год. Кроме того, для помощи в магазине нанял себе одного продавца, заработка плата которого составила 20 000\$. Выручка в год составила 120 000\$, себестоимость компьютеров 40 000\$, коммунальные услуги 5 000\$. Рассчитайте экономическую и бухгалтерскую прибыль.

17. Собственник квартиры желает установить 4 межкомнатные двери. Рассматривают предложения компаний «Ромашка» и «Лютик».

Компания «Ромашка» предлагает двери со скидкой 25%, услуги монтажа компания не предоставляет. Стоимость одной двери без учета скидки 19 000 рублей. Собственник квартиры может установить самостоятельно двери в неоплачиваемом отпуске длительностью 10 дней.

Заработка плата составляет 65 000 рублей в месяц (средняя продолжительность 30 дней).

Компания «Лютик» поставляет двери по цене 19 000р, максимальную скидку компания может предоставить 5%. Стоимость демонтажных работ составляет 15% от стоимости дверей без учета скидки. Для выполнения монтажных работ требуется бригада из 2 монтажников. За установку одной двери каждому монтажнику необходимо заплатить 600 рублей.

Какой вариант предпочтительнее по экономическим издержкам?

18. Постоянные издержки туристической фирмы составляют 10 000 рублей в период. Совокупные издержки на печать бланков при продажи каждой путевки составляют 5 000 рублей, единовременная премия туристического агента при перевыполнении плана продаж составляет 15 000 рублей. В анализируемом периоде агент реализовал 3 000 путевок, тем самым перевыполнив план на 5%. Определите совокупные издержки, средние издержки, средние переменные и средние постоянные издержки.

19. Предприятие производит 20 000 телевизоров в год при средних переменных издержках – 1 750 рублей и средних издержках производства в 2 150 рублей. Какую прибыль получит фирма, если рыночная цена одного телевизора – 2 500 рублей? Каковы совокупные переменные издержки?

20. Кондитер организует кондитерский цех. Он арендует помещение за 10 000 д.е. в год, приглашает второго кондитера, заработка плата которого составляет 24 000 д.е. в год, и покупает сырья на 40 000 д.е. в год. Производственное оборудование, находящееся в собственности, оценивается в 80 000 д.е. Сумма средств, затраченных на производственное оборудование которая могла бы приносить ему годовой доход 8 000 д.е. Годовая амортизация оборудования составляет 10 000 д.е. До этого кондитер, работая на хлебозаводе, получал заработную плату 30 000 д.е. в год. Кондитер знает, что у него есть предпринимательские

способности, и оценивает их в 6 000 д.е. В первый год работы кондитерской выручка достигла 144 000 д.е. Вычислите бухгалтерскую и экономическую прибыль кондитерского цеха.

21. Швейный цех в анализируемом периоде выпустил 4 000 единиц продукции. Издержки за аренду помещения составили 30 000 рублей, выплата кредита 15 000 рублей в период. Кроме того, затраты единицу продукции на оплату труда рабочих составляют 42 рубля, а затраты на сырье и материалы – 35 рублей. Рассчитайте общие, постоянные и переменные издержки производства, а также средние общие издержки.

22. ООО «Ромашка» в анализируемом периоде произвело 500 штук продукции по цене 1 000 д.е. за штуку. Затраты на производство этого количества продукции составили: на сырье и материалы – 50 д.е. на единицу, на электроэнергию производственного помещения – 15 000 д.е., на аренду помещений и служебного транспорта – 40 000 д.е., заработка плата составила: административных работников 60 000 д.е., основных рабочих – 30 000 д.е. На предприятии установлено оборудование стоимостью 200 000 д.е., амортизационные отчисления 20 000 д.е. Средства, затраченные на приобретение оборудования, могли принести 10 % годового дохода, при ином варианте их использования. Фирма платит 15 000 д.е. за заемные средства. Свой риск фирма оценивает в 60 000 д.е. Определите TFC, TVC, TC, AFC, AVC, ATC, экономическую и бухгалтерскую прибыль.

23. В анализируемом периоде издержки кондитерской на аренду помещения составили 20 000 рублей. Собственник закупил ресурсов на 20 000 рублей, упаковочных материалов на 10 000 рублей, счет за электроэнергию в кондитерском цехе составил 10 000 рублей. В период кондитерская изготовила 2 000 единиц продукции. Определите совокупные издержки, средние издержки, средние переменные и средние постоянные издержки.

24. Издержки торговой фирмы на оплату труда сотрудников по повременной системе оплаты труда составляют 40 000 рублей, на аренду помещения 20 000 рублей. Премия за перевыполнение плана продаж составляет 10 000 рублей. Объем реализации фирмы в анализируемом периоде составил 4 000 единиц продукции. Определите совокупные издержки, средние издержки, средние переменные и средние постоянные издержки.

25. Выручка предприятия составила 1 500 000 рублей в год при средних переменных издержках – 153 руб. и средних совокупных издержках производства в 310 руб. Какую экономическую прибыль получит фирма, если рыночная цена одного товара – 600 руб.? Каковы совокупные переменные издержки? Каковы совокупные постоянные издержки?

26. Выручка предприятия составила 2 500 000 рублей в год. Издержки на аренду офиса составили 56 рублей на единицу, на оплату труда административного персонала 130 рублей на единицу, средние совокупные издержки производства составили в 350 рублей. Какую экономическую прибыль получит предприятие, если рыночная цена одного товара – 500 рублей? Каковы совокупные переменные издержки? Каковы совокупные постоянные издержки?

27. На основе анализа показателей эффективности реализации бизнес-проекта было принято решение об открытии пекарни. Предприниматель арендует помещение за 22 000 рублей в месяц, заработная плата пекаря составляет 25 000 рублей в месяц, его помощника 15 000 рублей в месяц, коммунальные услуги составляют 5 000 рублей в месяц, затраты на ресурсы составляют 28 000 рублей в месяц. Структура расходов в течении года не меняется. Организуя бизнес, предприниматель отказывается от другого проекта, который приносил бы ему 150 000 рублей в год. Выручка пекарни в первый год работы составляет 1 950 000

рублей. Вычислите бухгалтерскую и экономическую прибыль пекарни за год.

28. На основе анализа показателей эффективности реализации бизнес-проекта было принято решение об открытии магазина игрушек. Предприниматель арендует помещение за 35 000 рублей в месяц, заработка плата продавца-консультанта составляет 27 000 рублей в месяц, коммунальные услуги составляют 15 000 рублей в месяц, затраты на приобретение игрушек составляют 30 000 рублей в месяц, затраты на маркетинг 23 000 рублей в месяц. Структура расходов в течении года не меняется. Организуя бизнес, предприниматель отказывается от другого проекта, который приносил бы ему 200 000 рублей в год. Выручка магазина в первый год работы составляет 1 800 000 рублей. Вычислите бухгалтерскую и экономическую прибыль магазина.

29. Швейный цех при годовом объеме выпуска 5 600 единиц несет издержки за аренду помещения в размере 20 000 рублей в месяц. Был привлечен заемный капитал в объеме 80 000 рублей, ежемесячно собственник выплачивает 15% от суммы заемного капитала. Кроме того, затраты на оплату труда при выпуске единицы изделия составляют 50 рублей, а затраты на сырье и материалы 40 рублей. Рассчитайте общие, постоянные и переменные издержки производства, а также средние общие издержки, при условии, что структура и объем постоянных затрат стабильны в течении всего года.

30. Предприятие производит 4 000 единиц товара, арендные платежи составляют 30 000 рублей в месяц. Был привлечен заемный капитал в объеме 100 000 рублей, ежемесячно собственник выплачивает 20% от суммы заемного капитала. Кроме того, затраты при выпуске на единицу товара на оплату труда производственных рабочих составляют 70 рублей, затраты на материалы – 50 рублей, затраты на электроэнергию производственного цеха составили – 20 рублей. Рассчитайте общие, постоянные и переменные издержки производства, а также средние общие

издержки, при условии, что структура и объем постоянных затрат стабильны в течении всего года.

31. ООО «Профит» в анализируемом периоде произвела 2 000 единиц продукции по цене 300 д.е. Затраты на производство этого количества продукции составили: на сырье и материалы – 50 д.е. на единицу продукции, на коммунальные услуги административного помещения – 15 000 д.е., на аренду помещений – 40 000 д.е., платеж по кредиту 15 000 д.е. Заработка плата административных работников 80 000 д.е., заработка плата основных рабочих – 43 000 д.е. Свой риск фирма оценивает в 50 000 д.е. Определите TFC, TVC, TC, AFC, AVC, ATC, экономическую и бухгалтерскую прибыль.

32. Торговая компания в анализируемом периоде реализовала 700 единиц товара по цене 255 д.е. Затраты на реализацию этого количества товара составили: на упаковочные материалы – 30 д.е. на единицу товара, на электроэнергию торгового помещения – 8 000 д.е., на рекламную акцию – 20 000 д.е.. Заработка плата продавцов составила 40 000 д.е., заработка плата промоутеров составила 1000 д.е. за 100 листовок, раздали 500 листовок. Компания отказалась от вложения капитала, который мог бы приносить 25 000 д.е дохода. Определите TFC, TVC, TC, AFC, AVC, ATC, экономическую и бухгалтерскую прибыль.

33. Принято решение об открытии цветочного салона. Предприниматель арендует помещение за 30 000 рублей в месяц, заработка плата флориста высшей категории составляет 30 000 рублей в месяц, его помощницы 17 000 рублей в месяц. При перевыполнении плана продаж и флорист, и помощница получают премию в размере 5% от продаж. План продаж в анализируемом периоде (месяц) составил 120 букетов. Коммунальные услуги составляют 5 000 рублей в месяц, затраты на ресурсы – 55 000 рублей в месяц. Организуя бизнес, предприниматель отказался от вложения средств в инвестиционный фонд, который мог бы приносить доход в размере 100 000 рублей в месяц. В анализируемом

периоде было продано 40 букетов по средней цене 2 000 рублей, 60 букетов по цене 5 000 рублей, и 30 букетов по цене 8 000 рублей. Вычислите бухгалтерскую и экономическую прибыль цветочного салона за месяц.

5.4. Четыре модели рынка

Контрольные вопросы

1. По каким критериям можно определить тип рыночной структуры?
2. Дайте характеристику рыночной структуре – монополии?
3. Дайте характеристику рыночной структуре – олигополии?
4. Дайте характеристику рыночной структуре – монополистической конкуренции?
5. Дайте характеристику рыночной структуре – чистой конкуренции?
6. В чем отличие монополистической конкуренции от монополии?
7. Перечислите основные положения модели Курно?

Тестовые задания

1. К характеристикам рыночной структуры не относят:
А. количество и размер хозяйствующих субъектов;
Б. количество покупателей;
С. изменчивость факторов внешней среды хозяйствующих субъектов;
Д. тип продукта;
2. К несовершенной конкуренции не относим:
А. монополистическая конкуренция;
Б. чистая конкуренция;
С. олигополия;
Д. чистая монополия.
3. В условиях какой рыночной структуры в отрасли одновременно действует очень большое число фирм, производящих стандартизованный продукт?
А. монополистическая конкуренция;

В. чистая конкуренция;

С. олигополия;

Д. чистая монополия.

4. Рыночная структура монополия предлагает продукты...

А. уникальные;

В. дифференцированные;

С. однородные

5. Какой из факторов не приводит к монополии

А. авторские права

Б. лицензии

С. производство и сбыт товара, имеющего много близких субститутов

Д. контроль над единственным источником товара

6. Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка называется:

А. совершенной конкуренцией

В. монополистической конкуренцией

С. монополией

Д. олигополией

7. Какой тип рынка характеризуется множеством покупателей и продавцов, однородностью продукции и неспособностью отдельного продавца влиять на цену своей продукции:

А. монополия;

В. монополистическая конкуренция;

С. совершенная конкуренция;

Д. олигополия.

8. Рынок чистой монополии НЕ отвечает следующему признаку:

А. фирма обладает полным контролем над ценой;

В. в отрасли функционирует только одна фирма;

С. доступ в отрасль прочих фирм не заблокирован.

Д. товар уникален

2. Рыночная власть может возникнуть или усилиться вследствие:
- А. права исключительного доступа к ресурсам;
 - Б. поглощения фирмой своего основного конкурента;
 - С. приверженности товарной марке, возникающей у группы покупателей;
 - Д. верно все перечисленное.
7. Тип рыночной структуры, при которой существует единственный покупатель определенного товара – это:
- А. монопсония;
 - Б. олигопсония;
 - С. монополия;
 - Д. олигополия.
8. Примерами естественной монополии являются любые компании, за исключением:
- А. городского метрополитена;
 - Б. железной дороги;
 - С. газопровода;
 - Д. сотового оператора МТС;
9. Первым экономистом, создавшим модель олигополии, был:
- А.А. Маршалл;
 - Б. О. Курно;
 - С. В. Парето;
 - Д. К. Маркс.
10. Фирма на рынке монополистической конкуренции имеет тем большую вероятность получения экономической прибыли (при прочих равных условиях), чем:
- А. больше ее продукция схожа с продукцией конкурентов;
 - Б. более эластичен спрос на ее продукцию;
 - С. более интенсивно фирмы выходят на рынок;
 - Д. интенсивнее она использует рекламу

Экономические кейсы

Кейс «Созидаельное разрушение» как конкурентная сила»

Известный австрийский - а впоследствии американский - экономист Иозеф Шумпетер (Joseph Schumpeter; 1883-1950) полагал, что рыночные модели, подобные модели чистой конкуренции, не отвечают своему предназначению, поскольку рынки рассматриваются в них в статичном, «секундном» состоянии. Шумпетер считал технический прогресс куда более важной динамичной формой конкуренции, которая действует на протяжении продолжительных периодов времени.

Шумпетер рассматривал конкуренцию как динамический процесс, охватывающий разработку и создание новых продуктов и рынков, новых производственных и транспортных технологий и даже новых форм организации бизнеса. Подобные нововведения Шумпетер называл «созидаельным разрушением», поскольку создание новых продуктов и методов производства одновременно подрывает рыночные (зачастую монопольные) позиции фирм, приверженных существующим продуктам и старым методам ведения бизнеса. По словам Шумпетера: «В капиталистической действительности... конкуренция... возникает на почве новых товаров, новых технологий, новых источников предложения, новых типов организации (например, укрупнения управленческих подразделений) - конкуренция, которая определяет решающие преимущества в сфере издержек и качества, и которая угрожает не прибылям или производству нынешних фирм, но самим основам их существования. Этот тип конкуренции... настолько... важен, что уже не так существенно, более или менее исправно действует конкуренция в обычном смысле этого понятия; во всяком случае, этот могучий рычаг, который в долгосрочной перспективе увеличивает производство и сбивает цены, сделан из совсем другого материала».

История знает множество примеров «созидаельного разрушения», действующего как конкурентная сила. Так, в 1800-х годах железные

дороги вступили в конкуренцию за грузовые перевозки с фургонами, судами и баржами, но лишь затем, чтобы впоследствии уступить завоеванные ведущие позиции на этом рынке грузовым автомобилям, а чуть позже самолетам. Точно так же стремительное развитие производства обезвоженной и быстрозамороженной пищи в период второй мировой войны обострило конкуренцию, в ходе которой бумажные и пластиковые упаковки стали постепенно вытеснять жестяные консервные банки. Кинематограф, успешно конкурировавший с театром, в свою очередь столкнулся с серьезным соперничеством со стороны телевидения. Производители пишущих машинок испытывают острую конкуренцию из-за развития текстовых редакторов и персональных компьютеров. Кабельное телевидение наступает на традиционные телесети; факсовые аппараты приходят на смену почте; крупные универмаги со сниженными ценами, такие, как Wal-Mart, теснят Sears и Montgomery Ward; персональные компьютеры бросают вызов ЭВМ. Современные методы глазной хирургии конкурируют с очками и контактными линзами в лечении близорукости и астигматизма.

После второй мировой войны ацетатные пластинки для граммофонов со скоростью 78 оборотов в минуту уступили место виниловым долгоиграющим дискам, которые затем столкнулись с конкуренцией со стороны магнитофонных кассет, а сейчас вытесняются бурно развивающимися компакт-дисками. В 1983 г., когда компакт-диски только появились, звукозаписывающие компании продали свыше 295 млн долгоиграющих пластинок и только 800 тыс. компакт-дисков. А уже в 1992 г. было выпущено всего 3 млн долгоиграющих пластинок в сравнении с 407 млн компакт-дисков. Такое же конкурентное давление последние оказывают и на магнитофонные кассеты, продажи которых сократились с 450 млн в 1988 г. до 360 млн в 1991 г.

Вопросы для обсуждения:

1. Перечислите характерные черты такой модели рынка как «Чистая

конкуренция».

2. Что Вы понимаете под терминами «конкуренция» и «конкурентные силы»?

3. Что значит «созидаельное разрушение»? Что лежит в его основе?

4. Как научно-технический прогресс влияет на экономику?

5. Может ли научно-технический прогресс разрушить монополии?

Кейс «Бриллианты корпорации De Beers: вечная монополия?»

Консолидированные алмазные корпорации De Beers в ЮАР являются одной из сильнейших и долгоживущих монополий в мире, которая в течение 60 лет доминирует на мировом рынке алмазов.

Корпорация De Seers производит 50% всех необработанных алмазов мира и покупает для перепродажи большую долю алмазов, добываемых в других странах. В результате она продает свыше 80% алмазов в мире избранной группе производителей обработанных алмазов и дилерам.

Она продает только то количество бриллиантов, которое обеспечивает соответствующую монопольную цену. Эта цена далека от издержек производства, а прибыль при этом огромна. В «хорошие» годы прибыль составляет 60% совокупных доходов, а норма прибыли на капитал достигает 30% или более.

Когда спрос падает, корпорация De Seers ограничивает продажи, чтобы поддержать цену. Излишки произведенной, но не проданной продукции пополняют растущие товарные запасы. Корпорация также старается «подстегнуть» спрос путем рекламы. Когда спрос велик, De Beers увеличивает продажи путем уменьшения своих запасов.

Существует несколько способов, с помощью которых корпорация De Beers контролирует производство не принадлежащих ей добывающих компаний. Первый способ заключается в том, что корпорация пытается убедить независимых производителей, что единый канал или монопольный маркетинг отвечает их интересам, так как максимизирует прибыль. Второй способ состоит в том, что добывающие компании, которые не

сотрудничают с De Beers, скорее всего, обнаружат, что рынок наводнен взятыми из запасов алмазами именно того вида, который производят эти компании. Отсюда следуют падение цены и упущенная прибыль, что, вероятнее всего, заставит эти компании прийти с поклоном к корпорации De Beers. В результате корпорация просто скупит и отложит в запасы алмазы, произведенные независимыми производителями, так чтобы их дополнительное предложение не «портило» рынок.

Однако даже такая живучая монополия, как De Beers, сталкивается с угрозами и проблемами. Одна из важнейших проблем состоит в том, что открытие новых месторождений алмазов приводит к их попаданию на мировой рынок в обход корпорации De Beers. Например, «дикая» разведка и торговля алмазами в Анголе привели к тому, что корпорация De Seers стала тратить 300 млн дол. (или более) в год, чтобы не допустить их на рынок. Недавнее открытие потенциально больших месторождений алмазов на северо-западе Канады представляет угрозу для корпорации. Кроме того, Россия, хотя и заключила соглашение с корпорацией De Beers, ежегодно продает алмазов на 500 млн дол. (около 1/4 ее годового производства). Когда же будут пущены в эксплуатацию алмазные рудники в Сибири, угроза алмазному рынку со стороны России возрастет. Общие запасы алмазов в России, оцениваемые в 4-8 млрд дол., также являются потенциальным источником не контролируемого корпорацией De Seers предложения.

В настоящее время запасы алмазов корпорации De Seers оцениваются в 5 млрд дол., то есть составляют более чем годовой объем продаж. Наблюдателей интересует, достигнет ли критической точки и как скоро способность этой монополии поглощать будущее неконтролируемое производство.

Вопросы для обсуждения:

1. Перечислите характерные черты такой модели рынка как «Монополия».

2. Как корпорация может контролировать производство не принадлежащих ей добывающих компаний?
3. С какими «проблемами» может столкнуться монополия?
4. Как развитие монополий влияет на экономику?
5. Приведите пример естественных монополий?

Кейс «Рекламный экономикс»

Монополистически конкурентный производитель может по крайней мере на время опередить соперников, изменив свою продукцию, а также достичь того же результата, пытаясь повлиять на предпочтения потребителей с помощью рекламы и продвижения товара. Реклама может служить механизмом, посредством которого фирма способна увеличить долю рынка и улучшить отношение потребителей к своему конкретному продукту.

Существуют различные позиции по поводу того, насколько желательна реклама с экономической и социальной точек зрения.

Противоречивость породила две точки зрения на рекламу. Описывая эти точки зрения, следует иметь в виду, что реклама относится не только к монополистической конкуренции. Дифференциация продукции и большой объем рекламы также характерны для многих олигополистических отраслей.

Традиционная точка зрения считает рекламу избыточными и экономически неоправданными расходами, которые создают экономическую концентрацию и монополистическую власть. Новая точка зрения рассматривает рекламу как эффективный способ обеспечения потребителей информацией и стимулирования конкуренции. Давайте сравним эти точки зрения в трех аспектах.

1. Принуждение или информация? В соответствии с традиционной точкой зрения считается, что главная цель рекламы - принуждение потребителя или манипулирование им, то есть изменение его предпочтений в пользу рекламируемого продукта. Реклама пива по

телевидению или рекламное объявление в газете несет мало полезной информации. Часто реклама основана на неверных или экстравагантных заявлениях, которые сбивают потребителей с толку, вместо того, чтобы просвещать их. Иногда реклама действительно может вынудить потребителей платить высокую цену за широко разрекламированные, но низкокачественные продукты, не покупать лучшие, но не рекламируемые продукты, продаваемые по более низким ценам.

Сторонники новой точки зрения утверждают, что потребителям для принятия рациональных решений необходима информация о характеристиках продукта и его цене. Реклама, по их мнению, является способом предоставления такой информации при низких издержках. Предположим, что вы хотите купить проигрыватель компакт-дисков, но рекламы этого продукта вы не нашли в газетах и журналах. Чтобы определить цены и свойства различных моделей и сделать рациональный выбор, вам придется потратить несколько дней на посещения магазинов, торгующих электроникой. Это повлечет за собой как прямые затраты (бензин, плата за парковку), так и непрямые затраты (цена вашего времени). Сторонники новой точки зрения считают, что реклама сокращает «время поиска» и минимизирует издержки.

2. Концентрация или конкуренция? Создает ли реклама монополию или стимулирует конкуренцию?

Сторонники традиционной точки зрения считают, что некоторые фирмы добились больших успехов в привлечении потребителей с помощью рекламы. В результате они способны увеличивать продажи, свою долю рынка и получать большую прибыль.

Возрастание прибыли позволяет давать больше рекламы и еще больше увеличивать долю рынка и прибыли. Другими словами, успешная реклама приводит к усилинию одних фирм за счет других и, следовательно, к возрастанию промышленной концентрации. В результате потребители со временем теряют преимущества конкурентных рынков и

сталкиваются с недостатками монополизированных рынков. Более того, потенциальные новые участники отрасли будут вынуждены увеличивать затраты на рекламу, чтобы ввести свой продукт на рынок; таким образом, издержки на рекламу могут послужить препятствием на пути вхождения фирмы в отрасль.

Новый взгляд предполагает, что реклама усиливает конкуренцию. Представляя информацию о различных доступных продуктах-заменителях, реклама уменьшает власть монополий. Реклама часто ассоциируется с введением новых товаров, предназначенных для конкуренции с уже существующими торговыми марками. Могли бы автомобили компаний Hyundai и Isuzu закрепиться на американском рынке без рекламы?

3. Бесполезная или эффективная? Сторонники традиционного взгляда считают, что реклама бесполезна с экономической точки зрения. Во-первых, она делает рынки менее конкурентными и, следовательно, препятствует достижению эффективного производства и размещения ресурсов. Во-вторых, предполагается, что реклама отвлекает людские ресурсы и средства от более эффективного использования. Например, бревна, необходимые для строительства жилья, применяются для рекламных щитов и производства бумаги, на которой печатаются рекламные приложения к газетам. Предполагается также, что реклама ведет к неэффективному использованию редких ресурсов. И, в-третьих, расходы на рекламу приводят к более высоким издержкам, отражающимся в повышении потребительских цен.

Сторонники новой точки зрения рассматривают рекламу как деятельность, способствующую повышению эффективности. Реклама, по их мнению, является недорогим способом предоставления полезной информации потребителям и снижения затрат на поиск. Усиливая конкуренцию, реклама приводит к большей эффективности производства и

размещения ресурсов. Наконец, облегчая успешное продвижение новых товаров, реклама способствует техническому прогрессу.

Реклама обладает двумя эффектами: увеличивает спрос; повышает издержки. Сторонники рекламы утверждают, что она увеличивает объем производства и уменьшает издержки на единицу продукции в результате эффекта масштаба. Некоторые критики считают, что реклама скорее увеличивает средние совокупные издержки и оставляет объем производства практически неизменным.

Вопросы для обсуждения:

1. Перечислите характерные черты таких моделей рынка как «Монополистическая конкуренция» и «олигополия»? В чем их отличие?
2. Традиционная или «новая» точка зрения на рекламу Вам ближе? Поясните свою точку зрения.
3. Реклама создает барьеры для вхождения в отрасль, которые, в свою очередь, укрепляют монопольную власть? Или же эти барьеры не связаны с рекламой, но являются источником монопольных прибылей, позволяют фирмам щедро тратиться на рекламу своих продуктов?
4. Заинтересованы ли монополисты в рекламе своих продуктов?

Кейс «РЖД: монополия – кому это выгодно?»

Большинство экономистов подразделяют существующие в мировых экономиках монополии на три крупных типа: закрытые (государственные) монополии, которые существуют за счет юридических ограничений, связанных с защитой от возможной конкуренции; открытые, появляющиеся на относительно небольшой срок в связи с естественно сложившейся ситуации на рынке; естественные монополии, возникающие в ситуациях, когда удовлетворение спроса происходит эффективнее при отсутствии конкуренции в силу технологических особенностей производства.

В Российской Федерации деятельность подобных компаний регулируется правовыми нормами Федерального закона № 147 «О естественных монополиях» от 17.08.1995 года. Данный нормативно-

правовой акт определяет функционирование субъектов естественных монополий во многих сферах экономики, относятся к ним и железнодорожные перевозки. Контролем над деятельностью таких предприятий занимается Федеральная антимонопольная служба. На данный момент в реестре естественных монополий находятся 6011 компаний. Кроме того, обязанности по соблюдению требований данного закона могут быть наложены и на организации, которые фактически осуществляют деятельность, предусмотренную вышеназванным Федеральным законом, что уже неоднократно приводило к различным коллизиям по итоговому определению компаний как субъекта естественной экономики.

Если продолжать беседу именно о железнодорожных перевозках, то можно прийти к выводу, что создание в данной отрасли вместо одной фирмы нескольких автоматически приведет к увеличению затрат на производство и цен, что невыгодно ни фирме, ни государственным властям, ни общественным интересам.

Открытое акционерное общество «РЖД» приступило к своей деятельности 1 октября 2003 года. Единственным акционером и учредителем ОАО «РЖД» является Российская Федерация. Полномочия акционера от имени государства осуществляет правительство России. На данный момент компания является практически абсолютным монополистом, предоставляющим услуги по грузовым и пассажирским железнодорожным перевозкам. В собственности РЖД находится третья в мире по протяженности железнодорожная сеть и смежная инфраструктура в Российской Федерации. В компании и ее дочерних организациях на конец 2022 года трудоустроены более 0,8 миллиона человек (свыше 1% от всех занятых в отечественной экономике), что делает холдинг крупнейшим работодателем в РФ.

Президент страны Владимир Путин в 2022 году отмечал, что в современных условиях компания выполняет важнейшие функции, работая

максимально эффективно, подчеркнув, что в руководстве холдинга трудятся высококвалифицированные люди, которым надо отдать должное.

Стоит также уточнить, что, несмотря на монопольное положение на рынке железнодорожных услуг, ОАО «РЖД» стремится к созданию более эффективной структуры управления холдингом и поддержанию высоких стандартов предоставления оказываемых услуг. Развитие компании будет способствовать успешной реализации всей реформы железнодорожного транспорта в Российской Федерации, что должно принести положительные результаты как для самой организации, так и для потребителей.

Однако одновременно с этим статус естественной монополии у ОАО «РЖД» является причиной низкой конкуренции на рынке грузовых перевозок и ее фактического отсутствия в сфере пассажирских перевозок в России. Главной целью компании, как и любой коммерческой организации, является извлечение финансовой прибыли. Здесь и кроется одна из главных проблем данного экономического феномена, заключающаяся в том, что соответствующим Федеральным законом, речь о котором шла выше, на ОАО «РЖД» накладываются различные ограничения и социальные функции, которые не свойственны хозяйствующим субъектам. Так, например, тарифы на пригородные железнодорожные перевозки, которые осуществляет компания, контролируются региональными органами власти, при их установке стараются достичь баланса между социальными интересами и безубыточностью перевозок. Никакой речи об извлечении прибыли здесь уже не ведется. Одним из немногих законных способов решения данной проблемы может стать создание ОАО «РЖД» дочерних организаций, учреждение зависимых компаний позволяет справиться с негативными последствиями переложения на хозяйствующий субъект обязанностей государства в сфере социальной политики.

Кроме того, на данный момент отечественная железнодорожная отрасль остро нуждается в реформировании по ряду причин, одной из которых является именно монополистическое положение ОАО «РЖД» на

рынке. В России наблюдается довольно низкий уровень технического состояния подвижного железнодорожного состава (многие вагоны и локомотивы ввиду длительных сроков эксплуатации и неудовлетворительного технического состояния подлежат замене). Для решения данных проблем можно рассмотреть создание других государственных вертикально интегрированных организаций, которые будут заниматься железнодорожными перевозками. Можно задуматься и о формировании необходимых экономических условий для появления коммерческих компаний на региональном уровне перевозок железнодорожным транспортом. Довольно плачевная ситуация наблюдается и с состоянием железнодорожного полотна в некоторых регионах, существуют фактически заброшенные дороги.

Вопросы для обсуждения:

1. Что представляет собой естественная монополия?
2. Каковы причины возникновения естественных монополий?
3. Какие проблемы можно выделить на рынке ЖД-перевозок в России?
4. Как организована система ЖД-перевозок в Европе и США?
5. Как монополия ограничивает развитие организаций?

5.5. Теория потребительского поведения

Контрольные вопросы

1. Что представляет собой потребительское поведение?
2. Какая теория полезности предполагала измерение субъективной полезности, или удовлетворения, которую потребитель получает от потребления благ, в зависимости от их потребляемого количества?
3. Как соотносится общая и предельная полезность?
4. Каков экономический смысл Закона убывающей предельной полезности?

5. Какие условные единицы отражают предельную полезность с точки зрения представителей кардиналистической теории?

6. От чего помимо количества зависит ценность блага, по положениям ординалистской теории (Вильфредо Парето)?

7. На каких предположениях основывается ординалистский подход к оценке предпочтений потребителя?

8. С помощью какого инструмента осуществляется анализ потребительских предпочтений?

9. Что представляет собой бюджетная линия? Как она соотносится с кривой безразличия?

10. Какие самостоятельные эффекты влияют на выбор потребителя при изменении цен?

Тематика докладов

1. Положения кардиналистского подхода

2. Положения ординалистского подхода

3. Кривые безразличия

4. Оптимальный потребительский выбор

5. Равновесия потребителя

6. Эффект дохода

7. Эффект замещения

Тестовые задания

1. Процесс формирования спроса покупателей, осуществляющих выбор товаров с учетом цен и личного бюджета, то есть собственных денежных доходов представляет собой:

А. Потребительское поведение.

Б. Рациональный выбор.

С. Построение бюджетной линии.

Д. Определение полезности.

2. Что выступает руководящим принципом потребительского

поведения людей?

А.Извлечение материальной выгоды

Б.Максимизация полезности

С.Минимизация рисков

Д.Достижение общественного блага

3. Какие основные факторы оказывают влияние на принятие решения о покупке какого-либо товара?

А.полезность товара.

В.цена товара.

С.доход покупателя.

Д.все перечисленные.

4. Какая теория предполагала измерение субъективной полезности, или удовлетворения, которую потребитель получает от потребления благ, в зависимости от их потребляемого количества?

А.Маржинальная теория

В.Кардиналистская (количественная) теория

С.Ординалистская теория

Д.Качественная теория

5. Какую единицу измерения использовали кардиналисты для измерения полезности?

А.условные единицы.

В.натуральные единицы.

С.ютилы.

Д.денежные единицы.

6. Ключевая цель покупателя с точки зрения последователей ординалистской теории заключается в:

А.максимизации прибыли.

В.оптимизации состава потребительской корзины.

С.оптимизации заемных и собственных средств.

Д.максимизации блага.

7. С помощью каких функций осуществляется анализ потребительских предпочтений?

- A.функции спроса
- B.функции предложения
- C.функции предельной полезности
- D.функции полезности

8. Отрезок прямой, все точки на которой показывают комбинации благ, которые потребитель в состоянии приобрести при данных ценах при полном расходовании его дохода называется:

- A.Бюджетная линия
- B.Кривая спроса
- C.Кривая производственных возможностей
- D.Кривая предложения

9. Каким эффектом объясняется ситуация, при которой при снижении цены одного из благ потребительской корзины покупатель может предъявить возросший спрос на него при прежней величине дохода, а при повышении цены на товар вынужден будет снизить спрос на данный товар при прежнем доходе?

- A.Эффект дохода
- B.Эффект замещения
- C.Эффект Веблена
- D.Эффект Гиффена

Экономические кейсы **Кейс «Цифровая революция»**

Цифровая революция меняет нашу жизнь и общество с беспрецедентной быстротой и небывалым размахом, создавая при этом как огромные возможности, так и колоссальные трудности. Новые технологии могут внести значительный вклад в достижение целей в области устойчивого развития, однако получение положительных результатов отнюдь не гарантировано. Чтобы в полной мере раскрыть социально-

экономический потенциал цифровых технологий, избегая при этом нежелательных последствий, необходимо как можно скорее укрепить международное сотрудничество.

Движущей силой растущей цифровой экономики являются цифровые данные... Цифровая экономика продолжает развиваться с невероятной скоростью благодаря её способности собирать, использовать и анализировать огромные объемы машиночитаемой информации (цифровых данных) практически обо всем. Такие цифровые данные собираются на основе анализа «цифровых следов», которые остаются на различных цифровых платформах в результате активности физических лиц, социальных групп или предприятий.

Объем глобального трафика на основе Интернет-протокола (IP), который позволяет получить приблизительное представление о масштабах потоков данных, вырос с примерно 100 гигабайт (ГБ) в день в 1992 году до более чем 45 000 ГБ в секунду в 2017 году. И это при том, что сейчас экономика, основанная на данных, находится лишь на начальном этапе своего развития; согласно прогнозам, к 2025 году объем глобального IP-трафика достигнет 180 700 ГБ в секунду в результате появления все большего числа новых пользователей в Интернет-сети и расширения Интернета вещей.

Влияние, которое оказывает сбор и использование данных на процесс развития и политику, во многом зависит от типа соответствующих данных: персональных или обезличенных; закрытых или общедоступных; используемых для коммерческих или государственных целей; предоставляемых добровольно, получаемых путем наблюдения или экстраполируемых аналитически; конфиденциальных или неконфиденциальных.

Второй движущей силой цифровой экономики выступает распространение платформ. За последнее десятилетие в мире появилось множество цифровых платформ, использующих бизнес-модели,

основанные на данных, и трансформирующих существующие отрасли экономики. О значимости этих платформ говорит тот факт, что семь из восьми крупнейших компаний мира по показателю рыночной капитализации используют платформенные бизнес-модели.

Цифровые платформы выступают в качестве механизмов, позволяющих различным сторонам взаимодействовать в режиме онлайн. Можно провести различие между операционными платформами и инновационными платформами.

Операционные платформы представляют собой двусторонние/многосторонние рынки с инфраструктурой, работающей в режиме онлайн и обеспечивающей осуществление операций между различными сторонами. Они стали основной бизнес- моделью для крупных цифровых корпораций (таких, как «Амазон», «Алибаба», «Фейсбук» и «иБэй»), а также для корпораций в секторах, где широко используются цифровые технологии (таких, как «Убер», «Диди чусин» или «Эйрбнб»).

Инновационные платформы представляют собой среду, в которой разработчики кодов и контента создают приложения и программное обеспечение, например, в форме операционных систем (таких, как «Андроид» или «Линукс») или технологических стандартов (например, формат MPEG для видеофайлов).

Предприятия, работающие на платформах, обладают существенными преимуществами в экономике, основанной на данных. Выступая в качестве посредников и инфраструктурных площадок, они располагают возможностями для регистрации и извлечения всех данных, связанных с онлайн-активностью и операциями между пользователями платформ. Рост цифровых платформ напрямую связан с их способностью собирать и анализировать цифровые данные, однако их интересы и методы работы в значительной степени зависят от того, как они монетизируют эти данные для получения дохода.

Развитие цифровых технологий будет иметь важное значение, затронет все страны, секторы и заинтересованные стороны. В настоящее время в мире наблюдается колossalный разрыв между странами со слабым развитием Интернет-связи и странами с весьма высоким уровнем цифровизации.

Например, в наименее развитых странах (НРС) Интернетом пользуется лишь каждый пятый житель, тогда как в развитых странах доступ к Интернету имеют четверо из каждого пяти человек. Это лишь один из примеров цифрового разрыва. В других областях, таких как возможности для использования цифровых данных и передовых технологий, этот разрыв значительно больше. Например, в Африке и Латинской Америке в совокупности находится менее 5% всех арендуемых центров по обработке данных в мире.

Без принятия соответствующих мер данный разрыв приведет лишь к дальнейшему увеличению неравенства в распределении доходов. В связи с этим необходимо понять, каким образом эта (р)эволюция может повлиять на развивающиеся страны с точки зрения создания стоимости и получения выгод и что необходимо сделать для улучшения существующего положения дел. В экономической географии цифровой экономики не прослеживается традиционного разрыва между Севером и Югом.

Ведущую роль неизменно играют две страны, одна из которых является развитой, в другая – развивающейся, а именно Соединенные Штаты и Китай. Например, на них приходится 75% всех патентов, связанных с технологиями блокчейн, 50% мировых расходов на Интернет вещей и более 75% мирового рынка открытых технологий облачных вычислений. И наиболее показательно, что на их долю приходится 90% рыночной капитализации 70 крупнейших цифровых платформ мира.

Доля Европы составляет 4%, а Африки и Латинской Америки в совокупности – всего 1%. На долю семи «суперплатформ», а именно компании «Майкрософт» и следующих за ней компаний «Эппл»,

«Амазон», «Гугл», «Фейсбук», «Тенсент» и «Алибаба», приходится две трети совокупной капитализации рынка. Таким образом, во многих областях развития цифровых технологий остальной мир, и в особенности Африка и Латинская Америка, намного отстают от Соединенных Штатов и Китая. Некоторые из нынешних торговых противоречий являются проявлением стремления к глобальному доминированию в сфере передовых цифровых технологий.

Вопросы для обсуждения:

1. Как вы понимаете термин «цифровая экономика»?
2. Соотнесите понятия «цифровая экономика», «цифровизация» и «цифровая трансформация»?
3. Выделите 2 движущие силы цифровой экономики?
4. Что такое «цифровая платформа»?
5. В чем отличие инновационных платформ от операционных?
6. Какими преимуществами обладают предприятия, работающие на платформах?
7. Чем обусловлено различие уровня цифровизации стран?

Кейс «Стратегия голубого океана»

«Стратегия голубого океана» (англ. Blue Ocean Strategy) — книга по стратегии бизнеса, изданная в 2005 году, авторы: Ким Чан и Рене Моборн из Института Стратегии голубого океана из INSEAD, европейской топ-бизнес-школы. Книга иллюстрирует бурный рост и высокую прибыльность компаний, которые могут генерировать продуктивные бизнес-идеи, создавая не существовавший ранее спрос на новом рынке («голубой океан»), где практически отсутствуют конкуренты, вместо того, чтобы конкурировать со множеством конкурентов на малоприбыльных рынках («алый океан»).

Голубые океаны означают все отрасли, которые на сегодня не существуют, это неизвестные участки рынка. В алых океанах границы отрасли определены и согласованы, а правила конкуренции всем известны.

В них задачей компаний является превосходство над соперниками для того, чтобы перетянуть на себя большую часть спроса. Со временем на рынке становится теснее, возможности для роста и получения прибыли сокращаются, продукция превращается в ширпотреб, а конкуренты «режут друг другу глотки», заливая океан алой кровью. Голубые океаны являются нетронутыми участками рынка, в них конкуренция никому не грозит, они дают возможности расти и получать прибыль, но для освоения требуется творческий подход. Как правило, большинство голубых океанов возникает внутри алых, что раздвигает границы отрасли. Но часть голубых океанов создается за пределами известных границ.

Пять основных идей книги:

1. Не следует ставить конкуренцию во главу угла — в основе стратегии ложится ориентация на клиента и задачей становится повышение ценности товаров и услуг для покупателей, но не ориентация на соперников и реакция на их шаги; уходящие в голубые океаны компании не заботятся о конкуренции, а сосредотачиваются на новом.

2. Структура отрасли не определена раз и навсегда; на неё можно влиять — ранее при разработках стратегии считалось, что структура любой отрасли неизменна, и поэтому под неё подстраивается стратегия; но такой подход означает игру с нулевой суммой, так как нельзя выйти за границы рынка; стратегия голубого океана базируется на формировании новой отрасли и на изменения действий и взглядов игроков.

3. Стратегическую креативность можно использовать постоянно — исследования авторов показывают, что нет ничего загадочного в стратегической креативности, и предлагают свои действия и подходы для упорядочивания создания голубых океанов.

4. Реализацию стратегии можно встроить в процесс её создания — в большинстве компаний создание и реализацию стратегии принято разделять; авторы говорят о необходимости их объединения, так как иначе

это приводит к медленной и неуверенной реализации и механическому поддержанию всех процессов.

5. Пошаговая модель создания стратегии — авторы различают планирование и создание стратегии и говорят о том, что вопрос теории построения стратегии не проработан в мировой практике; здесь предлагается модель создания новых рынков и избегания ловушек конкуренции

1. McDonald's. Формирование рынка фаст-фуда.

Во времена открытия первого МакДональдса еда вне дома означала помпезный, длительный и дорогостоящий поход в ресторан. Если нужен был простой перекус, еду брали с собой. Именно поэтому эффект МакДональдс всех поразил

2. Cirque du Soleil. Новый рынок на границе между цирком и театральными постановками.

Во время формирования стратегии дю Солей публика делилась на две категории: 1. Элитарная и культурная, которая ходила на театральные постановки; 2. Простой народ, предпочитавший более дешевые и простые цирковые увеселения.

Цирк создал, как говорят в маркетинге, голубой океан - изящные цирковые постановки по цене театральных билетов, привлекая в цирк обеспеченную публику

3. IKEA. Опережающий время рынок: дешевая недолговечная мебель, доступная каждому

В то время продавалась готовая качественная мебель из массива древесины, дорогая, долговечная и тяжелая для транспортировки, поэтому была доступна далеко не всем. IKEA же и создала голубой океан - рынок дешевой мебели. Это привлекло большое число малообеспеченных покупателей

4. Crocs. Новый рынок, сформированный новой целевой аудиторией

Калоши и аналогичная обувь традиционно считалась обувью для сельских жителей, Crocs удалось создать аналогичный продукт для городских жителей, включая людей с достатком, и сформировав при этом голубой океан

5. Amazon. Инновационный рынок, почтовая доставка товаров в ассортименте

Амазон - это первый магазин с возможностью дистанционной покупки ассортиментом гипермаркета. На момент создания компании аналогичные услуги никто не оказывал, поэтому основатели и сформировали голубой океан

6. Tesla Инновационный рынок экологичных авто

Тесла предложили продукт, которого ранее не было - электромобиль, чем привлекли внимание защитников экологии и людей, которые ответственно относятся к этому вопросу

7. Cassella Wines Новый рынок, сформированный новой целевой аудиторией

Традиционно вино считалось напитком для гурманов, стоило дорого и обладало соответствующим набором вкусовых характеристик. Cassella Wines сформировали голубой океан - рынок дешевого вина, выбрав в качестве клиентов потребителей пива.

Вопросы для обсуждения:

1. Как можно охарактеризовать голубой и алый океан?
2. В чем уникальность создания голубого океана?
3. Что такое конкуренция и конкурентоспособность? Перечислите факторы конкурентоспособности промышленного предприятия в современных условиях?
4. Подумайте, какой уникальный товар/услугу можно предложить, создав свой голубой океан?

Кейс «Потребительское поведение в современных условиях: сочетаем доступные цены и бренды»

Насколько ассортимент, скидки и качество сервиса влияют на лояльность? Этот вопрос задает себе каждый ритейлер. Чтобы узнать, восстановилось ли потребление после шока последних лет и что сегодня стало главным фактором при выборе товара, разработчик e-commerce решений Aero и Retail Business Russia провели серию опросов и глубинных интервью с крупнейшими игроками российского ритейл-рынка. Исследование проводилось осенью 2023 года и состояло из 2-х этапов — количественного исследования (опроса) и глубинных интервью. Всего в исследовании приняли участие 55 респондентов из 20 сегментов рынка, представляющих крупные компании с годовым оборотом более 500 миллионов рублей. Среди респондентов есом-директора, CEO, директора по маркетингу и владельцы продукта Xiaomi, Simple Wine, Selgros, «Лукойл», «Подружка», «Азбука Вкуса», SPLAT, Unilever, «Лента» и др. компаний.

Как изменилось потребление? Исследование показало, что невзирая на сокращение импорта потребление стало более рациональным. И хотя темпы продаж возобновляются, а эффект отложенного спроса минимален, россияне по-прежнему сравнивают цены и отдают предпочтение более бюджетным брендам. Это стимулирует компании искать новые неценовые преимущества и бороться за место в кошельке клиента. Людмила Казунеткина, ех-директор по e-com в Phillips DA, рассказала, что с падением рубля те, кто хотел обновить уже имеющиеся дома товары, в одночасье опустошили полки магазинов, затем спрос в этом сегменте резко упал. Инноваторы, то есть те, кто присматривался к покупке нового предмета бытовой техники и электроники, в большинстве сегментов отложили эту идею. По ее словам, люди стали осознаннее относиться к тратам, так как спрос больше всего снизился на товары, у которых нет четкого рационального применения. Кроме того, кредиты стали дороже, а

их одобряемость снизилась, что также оказывает давление на отрасль в целом и high-end сегмент, в частности.

Что касается брендов, то одни потребители держатся за проверенные оставшиеся марки, другие – переходят на более бюджетные, в том числе, совершенно новые для рынка. Среди опрошенных ритейлеров 41% отметили, что покупатели смотрят на стоимость, но лояльность к брендам сохраняется. По оценке 15% респондентов, цена наибольшим образом влияет на выбор — особенно это заметно в сегментах аптечных и продовольственных товаров. При этом 19% респондентов заявили, что лояльности в прежнем понимании более нет, и россияне выбирают бренды в зависимости от своих ежеминутных предпочтений — выбирая, у какого производителя купить товары, россияне обращают внимание не на популярность бренда, а на ассортимент магазина, стоимость товаров и программы лояльности. По словам Аскара Кинжигалиева, e-сом директора «Винлаб», лояльность потребителя алкогольным брендам — вопрос, волнующий всех дистрибуторов и продавцов. Рынок становится все более цивилизованным и все больше россиян покупают алкоголь в официальных магазинах, а не у по-name продавцов. Доверие к ритейлерам, гарантирующим качество продукта и сервиса, однозначно растет. «Покупатели стали находить альтернативу ушедшим брендам, и мы наблюдаем рост спроса на российских производителей.

По оценке 85% опрошенных ритейлеров, программы лояльности по-прежнему стимулируют россиян к покупке. Среди наиболее популярных бонусных систем: постоянная или накопительная скидка по карте лояльности (44% ответов), кэшбек бонусами (22%) или деньгами (8%) на карту, а также товар в подарок при покупке других позиций (11%). Бонусы не влияют на решение о покупке в категориях fashion, автомобилей и запчастей, оптики и аптек — так ответили 15% опрошенных.

Устойчивый люкс Люкс оказался самым стойким — потребители premium-сегмента стремятся поддерживать привычный уровень жизни

любой ценой, невзирая на изменение стоимости и бонусные программы. «Потребитель premium-класса, как и все, изменил свое покупательское поведение, мы это явно видим по статистике продаж. Важными факторами для него становятся нивелирование рисков, поиск дополнительных преимуществ и попытки адаптировать свои привычки, которые формировались годами, к новым реалиям.

Вопросы для обсуждения:

1. Как санкционное давление отразилось на потребительском поведении?
2. Какой сегмент рынка наиболее пострадал от ведения санкций?
3. Как российские производители обходят санкции и получают выгоду?
4. Как бренды оказывают влияние на потребительское поведение?
5. Как на Ваш взгляд, можно повысить интерес к отечественным производителям? Выберите любой товар/отрасль и приведите примеры мероприятий.

Кейс «Почему покупатель уходит на маркетплейсы?»

Рынок маркетплейсов набирает обороты вместе со всей онлайн-торговлей. Некоторые площадки показывают рост до 140%. Маркетплейс — это интернет-платформа, на которой продавцы и покупатели находят друг друга и взаимодействуют между собой. У таких платформ бывает очень разная специализация — от универсальных торговых площадок с товарами на все случаи жизни до отраслевых маркетплейсов услуг. Например, финансовых, страховых или консалтинговых. В зависимости от конкретной площадки продавцами могут выступать как компании, так и физлица.

Увеличение онлайн-продаж отметили 67% ритейлеров — это происходит в основном благодаря маркетплейсам. Потребители уходят с прямых каналов продаж брендов на маркетплейсы из-за более привлекательной цены — так ответили 30% ритейлеров.

Важнее цена или ассортимент? Расширенный ассортимент – второй важный критерий выбора продавца после цены. Широкий выбор товаров особенно важен для покупателей в категориях fashion, парфюмерия и товары для красоты, аптеки и стройматериалы — так ответили 67% ритейлеров. Обратная тенденция, когда покупатель предпочитает максимально узкий ассортимент «проверенных» товаров и доверяет свой выбор магазину, прослеживается у 33% ритейлеров в следующих категориях — бытовая техника и электроника, мебель и товары для дома, оптика, алкоголь и табачные изделия, автомобили и автозапчасти. Каждый третий (30%) ритейлер отмечает, что пользователи уходят на маркетплейсы из-за привлекательных цен — это характерно для сегментов fashion, e-grocery, парфюмерной и косметической продукции, а также автомобилей и запчастей. Возможность сравнить товары у нескольких продавцов выделяют 26% опрошенных — это ключевое преимущество в сегментах ювелирных украшений и стройматериалов. Широкий выбор и высокий уровень сервиса становятся основными причинами выбора маркетплейсов для заказа аптечных товаров.

Также маркетплейсы выбирают из-за удобной доставки и самовывоза — 19% ритейлеров отмечают удобство для покупателя при получении товаров из ПВЗ, а 14% — возможность экспресс-доставки. Причем в обоих случаях важна скорость — 30% покупателей надеются забрать товары с ПВЗ день в день или на следующий день, а для 18% принципиальна экспресс-доставка до 1–3 часов с момента оформления заказа. Доля онлайн-продаж увеличивается — так отметили 82% опрошенных ритейлеров, причем 67% прогнозируют бурный рост и в следующем году.

Вопросы для обсуждения:

1. Каковы причины перехода потребителей на маркетплейсы?
2. Каковы риски использования маркетплейсов для продавцов и покупателей?
3. Как часто Вы используете маркетплейсы, поясните свой выбор?

4. Какова на Ваш взгляд перспектива развития маркетплейсов в России?

5. Популярны ли маркетплейсы в Европе и США? Почему?

ГЛАВА 6. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО МАКРОЭКОНОМИКЕ

Глава 6 учебного пособия содержит контрольные вопросы, тестовые задания, задания на установление соответствия и заполнения пропусков, кейс-задачи, экономические задачи, тематику докладов, а также вопросы к итоговому контрольному мероприятию.

6.1. Введение в макроэкономику

Контрольные вопросы

1. Какую сферу экономических отношений изучает макроэкономика?
2. В чем заключается главное отличие макроэкономики от микроэкономики?
3. Какие специфические показатели имеет макроэкономика?
4. В чем заключается важность изучения макроэкономики?
5. Каковы основные макроэкономические проблемы?
6. Перечислите основные макроэкономические показатели?
7. Каковы основные положения классического подхода к макроэкономике?
8. Каковы основные положения кейнсианского подхода к макроэкономике?
9. Перечислите основные экономические методы, используемые в исследовании?

Тематика докладов

1. Агрегирование в экономической теории
2. Основные макроэкономические проблемы
3. Краткая характеристика основных макроэкономических показателей
4. Основные положения классического подхода в макроэкономике
5. Основные положения кейнсианского подхода в макроэкономике
6. Монетаризм в макроэкономике

7. Новая классическая макроэкономика
8. Теория реального делового цикла
9. Теория экономики предложения

Тестовые задания

1. Раздел экономической теории, изучающий функционирование экономики в целом, экономическую систему как единое целое, совокупность экономических явлений представляет собой:
 - A. макроэкономику.
 - B. микроэкономику.
 - C. миниэкономику.
 - D. мезоэкономику.
2. Отрасль экономической науки, изучающая функционирование экономики в целом с точки зрения обеспечения условий устойчивого экономического роста, полной занятости ресурсов и минимизации уровня инфляции.
 - A. макроэкономику.
 - B. микроэкономику.
 - C. миниэкономику.
 - D. мезоэкономику.
3. Какой ученый впервые применил термин «макроэкономика» и ввел понятия «микроэкономической» и «макроэкономической динамики»?
 - A. Адам Смит
 - B. Дэвид Юм
 - C. Рагнар Фриш
 - D. Джон Бэйтс Кларк
4. Какие общенаучные методы применяют в макроэкономике?
 - A. метод научной абстракции
 - B. метод анализа и синтеза
 - C. системно-функциональный анализ,
 - D. макроэкономическое агрегирование

Экономические кейсы

Кейс «Мировая макроэкономическая проблема»

В 2023 году мировая экономическая повестка была довольно плотной. В июле состоялся Политический форум высокого уровня ООН, посвящённый мониторингу прогресса в достижении «Целей устойчивого развития» (ЦУР). В сентябре прошёл второй Саммит ЦУР, а также саммит «Большой двадцатки» в Нью-Дели; в октябре – годовые собрания Всемирного банка и Международного валютного фонда в Марракеше. В ноябре ООН приняла важное решение о международном налоговом сотрудничестве. Так же мировые лидеры встречаются в Дубае на ежегодной Конференции ООН по изменению климата (СОП28).

Уже сейчас один из очевидных уроков этих встреч заключается в том, что мир далёк от достижения «Целей устойчивого развития» (это особенно касается ликвидации нищеты и обеспечения продовольственной безопасности) и от значимого прогресса в борьбе с изменением климата. Можно сделать и другой вывод: мировая экономика сталкивает правительства с множеством рисков. Всплеск инфляции в 2022 году привёл к резкому повышению процентных ставок во многих странах, что, наряду с быстрым увеличением госдолга, ограничило возможности проведения властями экспансионистской бюджетной политики для борьбы с замедлением темпов экономического роста. Хотя инфляция пошла на спад, высокие процентные ставки и низкие темпы роста экономики сохраняются.

Среди мер, предлагавшихся в этом году на различных встречах и в их кулуарах, можно выделить три. Во-первых, нужно существенно увеличить международное финансирование развития. Во-вторых, развивающимся странам требуется больше помощи, чтобы они могли вносить свой вклад в обеспечение глобальных благ (это особенно касается борьбы с глобальными пандемиями и изменением климата) и справляться с последствиями сбоев в работе мировой экономики. В-третьих, странам с высоким риском долговых проблем, а в эту группу входит как минимум

треть всех развивающихся стран, нужно обязательно облегчить долговое бремя тем или иным способом.

Конкретных решений, помогающих достичь этих целей, принято пока очень мало, но похоже, что вокруг некоторых идей начинает складываться консенсус. В частности, многосторонним банкам развития нужно выходить за рамки своей традиционной роли поддержки инвестиционных проектов развивающихся стран в сфере социального развития и инфраструктуры и начинать помогать обеспечению глобальных общественных благ. Последнее требует льготного финансирования, в том числе для стран со средним уровнем доходов, а также для инвестиций частного сектора, которые получили поддержку этих финансовых учреждений.

Кроме того, странам с очень высоким уровнем задолженности нужен доступ к новым формам кредитных линий, а также, по возможности, пауза в обслуживании долгов или даже сокращение их долговых обязательств в кризисные времена. Наряду с многосторонними банками развития (МБР), свой вклад должен внести МВФ, используя специальные механизмы финансирования, такие как Фонд устойчивости (Resilience and Sustainability Trust) и Фонд роста экономики и сокращения бедности (Poverty Reduction and Growth Trust). Эти фонды были созданы для финансирования развивающихся стран с помощью специальных прав заимствования (сокращённо СДР, это резервный актив МВФ), которые не используются развитыми странами. Аналогичные фонды можно создать для направления неиспользованных СДР в развивающиеся страны через МБР.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое макроэкономика? Каковы основные функции макроэкономики?
2. Что включают в категорию «Цели устойчивого развития»?
3. Каковы основные макроэкономические проблемы (риски) на

сегодняшний день стоят перед государствами?

4. Какие конкретные решения / мероприятия были реализованы для нивелирования рисков?

5. Каковы функции Фонда роста экономики и сокращения бедности?

6.2. Макроэкономический кругооборот

Контрольные вопросы

1. Перечислите основных макроэкономических агентов, какова их характеристика?

2. Какие рынки позволяет выделить агрегирование?

3. Из каких элементов состоит простая двухсекторная модель экономики?

4. Из каких элементов состоит трехсекторная модель экономики?

5. Из каких элементов состоит четырехсекторная модель экономики?

6. Что представляет собой совокупный спрос и предложение в экономической системе?

7. Выделите неценовые факторы совокупного спроса и предложения?

8. Охарактеризуйте основные типы макроэкономической политики?

Тестовые задания

1. Отрасль экономической науки, изучающая функционирование экономики в целом с точки зрения обеспечения условий устойчивого экономического роста, полной занятости ресурсов и минимизации уровня инфляции представляет собой

А. Микроэкономику

Б. Макроэкономику

С. Мезоэкономику

Д. Миниэкономику

2. Главное отличие макроэкономики состоит в том, что....

А. изучает агрегированное состояние

В. изучает положения спроса и предложения

С. изучает рыночные структуры

3. Совокупный, рационально действующий макроэкономический агент, цель экономической деятельности которого состоит в максимизации полезности представляет собой:

А. Домохозяйства

Б. Государство

С. Хозяйствующие субъекты

Д. Рынок

4. Основная цель деятельности фирмы заключается в:

А. увеличении рентабельности

В. сокращении дебиторской задолженности

С. сокращение издержек

Д. максимизация прибыли

5. Рационально действующий макроэкономический агент, представленный совокупностью государственных учреждений и организаций, обладающих политическим и юридическим правом воздействовать на ход экономических процессов и регулировать экономику представляет собой:

А. Домохозяйства

Б. Государство

С. Хозяйствующие субъекты

Д. Рынок

6. Частный и государственный секторы образуют:

А. открытую экономику

В. закрытую экономику

С. теневую экономику

7. Рынок экономических ресурсов (resource market) в макроэкономических моделях представлен:

А. рынком труда

Б. рынком заемных средств

С. рынком ценных бумаг

Д. рынком капитала

Выбор верных / неверных утверждений

1. Выберите верные утверждения

А. Простая двухсекторная модель экономики состоит из двух макроэкономических агентов — домохозяйств и фирм — и двух макроэкономических рынков — рынка товаров и услуг и рынка экономических ресурсов.

В. Домохозяйства действуютrationально, поэтому тратят на потребление — покупку потребительских товаров и услуг весь свой доход, полученный от продажи услуг экономических ресурсов.

С. Совокупные расходы в двухсекторной модели экономики включают два компонента: потребительские расходы домохозяйств и инвестиционные расходы фирм.

Д. Включение в анализ иностранного сектора превращает двухсекторную модель экономики в трехсекторную (модель смешанной закрытой экономики) и означает появление новых видов макроэкономических взаимосвязей.

2. Выберите верные утверждения

А. Государственные закупки товаров и услуг, трансферты и субсидии представляют собой расходы правительства, а налоги — основной источник правительственных доходов, обеспечивающих возможность оплаты расходов.

Б. К трансфертам относим пенсии, стипендии, пособия по безработице, пособия по бедности, пособия по нетрудоспособности и др.

С. Чтобы профинансировать профицит бюджета, правительство берет заем на финансовом рынке, выпуская государственные акции и продавая их населению.

Д. Для трехсекторной модели экономики справедливы все выводы, сделанные для двухсекторной модели, однако совокупные расходы

состоят теперь из трех компонентов: потребительских С, инвестиционных I и государственных закупок товаров и услуг G.

3. Выберите неверные утверждения

A. Включение в анализ иностранного сектора дает четырехсекторную модель экономики и означает необходимость учета взаимоотношений национальной экономики с экономиками других стран, поэтому в диаграмме кругооборота появляются новые потоки.

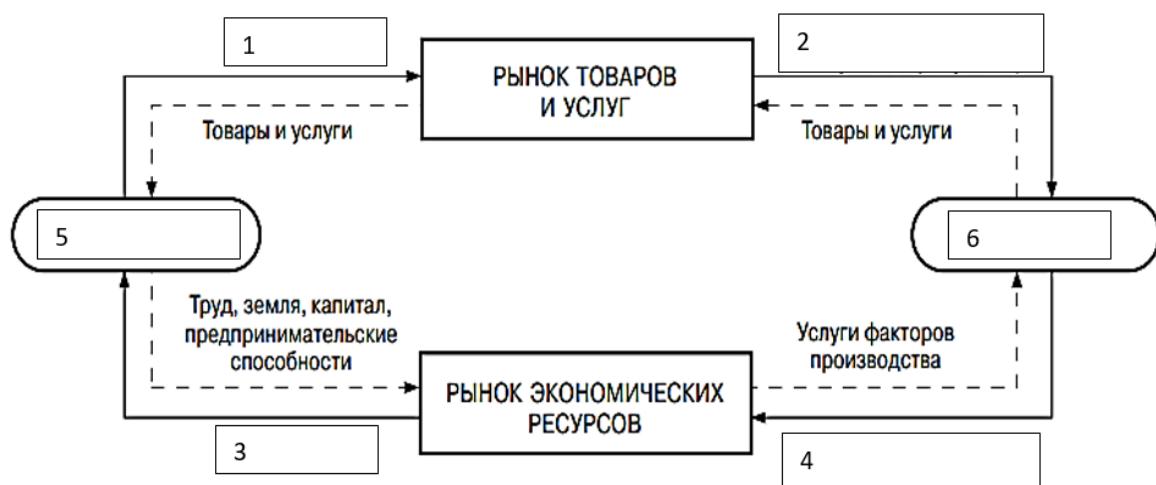
B. Отток капитала — это поступления денежных средств в экономику страны в результате продажи национальных финансовых активов иностранным покупателям и/или займов иностранных финансовых посредников

C. В модели открытой экономики равенство совокупных доходов и расходов не сохраняется.

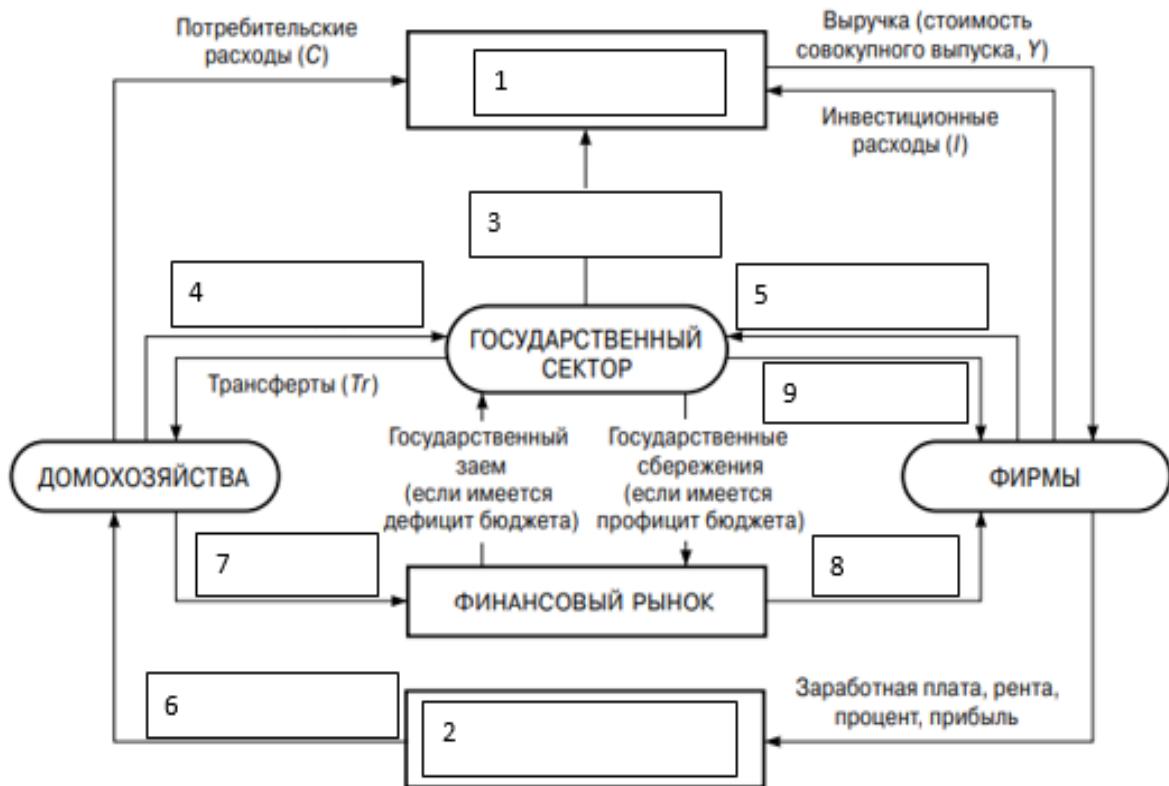
D. Потребительские расходы не относятся ни к инъекциям, ни к изъятиям, так как является и частью совокупных расходов, и частью совокупного дохода

Восстановление пропусков

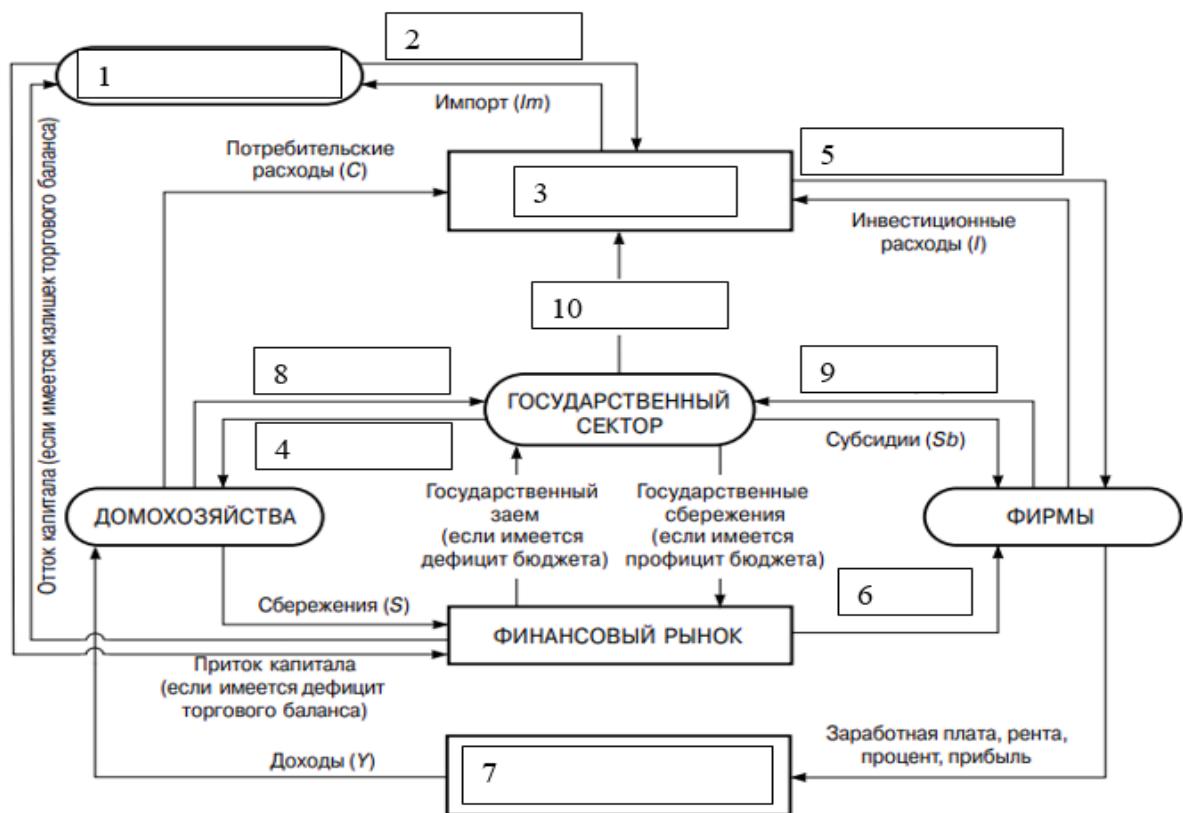
1. Заполните пропущенные элементы на диаграмме кругооборота в простой (двухсекторной) модели экономики.



2. Заполните пропущенные элементы на диаграмме кругооборота в трехсекторной модели экономики.



3. Заполните пропущенные элементы на диаграмме кругооборота в четырехсекторной модели экономики.



4. Заполните таблицу

Название показателя	Английский перевод	Обозначение
потребительские расходы домохозяйств	consumption spending	
инвестиционные расходы фирм	investment spending	
национальный доход и национальный продукт	yield	
совокупные расходы	expenditures	
сбережения	savings	
государственные расходы	government spending	
налоги	taxes	
трансферты	transfers	
чистые налоги		
экспорт	export	
импорт	import	
чистый экспорт		
располагаемый доход домохозяйств	disposable yield	

5. Заполните таблицу

Формулировка соотношения	Формула
Совокупные расходы равны сумме расходов всех макроэкономических агентов: домохозяйств, фирм, государства и иностранного сектора	
Совокупные доходы равны сумме потребления, сбережений и налогов	
В состоянии равновесия $E = Y$. Это равенство носит название <i>макроэкономического тождества</i>	
Стоймость совокупного (валового) внутреннего продукта (ВВП) равна величина совокупных расходов	
Располагаемый доход равна сумме сбережения и потребления	

Экономические задачи

1. Предположим, что в двухсекторной экономике домохозяйства получают следующие доходы от фирм: заработную плату 1200 руб.; процентные платежи 60 руб.; ренту 20 руб.; прибыль 170 руб. Потребительские расходы домохозяйств С равны 1350 руб. и инвестиционные расходы фирм равны 100 руб. Фирмы производят 145 ед. продукции и продают ее домохозяйствам по 10 руб. за единицу. Чему равна стоимость совокупного выпуска в этой экономике?

2. Предположим, что в двухсекторной экономике домохозяйства получают следующие доходы от фирм: заработную плату 1200 руб.; процентные платежи 60 руб.; ренту 20 руб.; прибыль 170 руб. Потребительские расходы домохозяйств С равны 1350 руб. и инвестиционные расходы фирм равны 100 руб. Фирмы производят 145 ед. продукции и продают ее домохозяйствам по 10 руб. за единицу. Чему равна стоимость совокупного выпуска в этой экономике?

3. Предположим, что в закрытой экономике заработка плата равна 850 руб., процентные платежи — 60 руб., рента — 25 руб., прибыль — 105 руб. Потребительские расходы С составляют 900 руб., инвестиционные расходы I — 200 руб., государственные закупки G — 250 руб., прямые налоги Tx — 125 руб., косвенные налоги Tx — 135 руб. и трансферты Tr — 15 руб. Определить основные макроэкономические показатели в этой экономике.

4. Предположим, что в модели открытой экономики совокупный выпуск $Y = 6000$ руб., потребительские расходы $C = 4000$ руб., инвестиционные расходы $I = 1200$ руб., чистые налоги $T = 1100$ руб., государственные закупки $G = 1050$ руб., экспорт $Ex = 100$ руб. и импорт $Im = 350$ руб. Определить основные макроэкономические показатели в этой экономике.

6.3. Общее макроэкономическое равновесие

Контрольные вопросы

1. В чем особенность совокупного спроса и предложения?
2. Приведите пример ценовых факторов совокупного спроса и предложения?
3. Приведите пример неценовых факторов совокупного спроса и предложения?
4. Что включает политика долгосрочного экономического роста?
5. Перечислите основные виды стабилизационной политики?

Тестовые задания

1. Какое понятие характеризует сумму спросов всех макроэкономических агентов на товары и услуги — сумму потребительских расходов, инвестиционных расходов, государственных закупок и спроса на чистый экспорт — и определяется желанием макроэкономических агентов покупать товары и услуги?
 - A. Совокупный спрос
 - B. Спрос
 - C. Совокупное предложение
 - D. Предложение
2. К ценовым факторам совокупного спроса не относят:
 - A. Эффект процентной ставки
 - B. Эффект кассовых остатков
 - C. Эффект богатства
 - D. Предложение денег
3. Ситуация, при которой если уровень цен повышается, то товары данной страны становятся относительно более дорогими для иностранцев, и поэтому сокращается экспорт, каким объясняется эффектом?
 - A. Эффект импортных товаров
 - B. Эффект процентной ставки

С. Эффект кассовых остатков

Д. Эффект богатства

4. Какое понятие характеризует количество товаров и услуг, произведенных всеми фирмами в экономике, — величину совокупного выпуска — и определяется количеством и качеством экономических ресурсов (рабочей силы, капитала, земли и предпринимательских способностей) и уровнем существующей технологии?

А. Совокупный спрос

В. Спрос

С. Совокупное предложение

Д. Предложение

5. Политика какого типа нацелена на стимулирование увеличения экономического потенциала и производственных возможностей экономики и предполагает изменения прежде всего в совокупном предложении?

А. Политика долгосрочного экономического роста

В. Стабилизационная политика

С. Фискальная политика

Д. Монетарная политика

Экономические кейсы

Кейс «Совокупный спрос»

Экономическая активность в РФ в начале 2023 года повысилась, при отсутствии новых значимых вызовов динамика ВВП РФ в этом году может оказаться лучше, чем ожидается в базовом прогнозе Банка России, говорится в бюллетене «О чем говорят тренды», подготовленном департаментом исследований и прогнозирования ЦБ.

«Судя по оперативным показателям, в целом позитивная динамика в российской экономике ускорилась в начале года за счет усиления внутреннего спроса. При этом в экспортных отраслях, особенно в добыче, преобладали негативные тенденции», - говорится в докладе.

«При отсутствии новых значимых вызовов для крупнейших отраслей

и населения динамика российского ВВП в 2023 г. может оказаться лучше, чем предполагается в базовом сценарии Банка России», - считают в департаменте исследований и прогнозирования ЦБ.

Как сообщалось, Банк России ожидает динамику ВВП РФ в 2023 году от минус 1% до плюс 1%. В то же время аналитики ЦБ отмечают, что добровольное сокращение РФ добычи нефти с марта на 0,5 млн б/с отразится на уровне ВВП начиная со II квартала 2023 года.

«Усиление ограничений на поставки основных российских экспортных товаров со стороны недружественных стран привело к некоторому снижению добычи полезных ископаемых. Добровольное сокращение добычи нефти с марта на 0,5 млн б/с вызовет дополнительное снижение выпуска и в смежных обрабатывающих отраслях, торговле и транспорте, что в полной мере отразится на уровне ВВП в II квартале 2023 г. и далее», - говорится в обзоре.

Как минимум, частично нивелировать негативное влияние на совокупный спрос со стороны внешнего сектора, по мнению аналитиков ЦБ, может вклад в совокупный спрос со стороны бюджетной политики.

В докладе также отмечается, что вслед за расширением государственного спроса, которое наблюдалось в конце 2022 г., в I квартале 2023 г. начали появляться признаки расширения частного, в первую очередь потребительского спроса и выпуска в потребительских отраслях.

Расширению потребительской активности способствует как снижение тревожных настроений, так и продолжающееся увеличение трудовых доходов на фоне растущей конкуренции за работников. Улучшение баланса оценок текущего финансового положения может привести к постепенному снижению нормы сбережений с повышенного уровня, стимулируя рост потребления, - считают аналитики ЦБ.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое совокупный спрос?
2. Какие факторы влияют на совокупный спрос?

3. Какая зависимость наблюдается между совокупным спросом и ВВП?

4. Как внешний сектор влияет на величину совокупного спроса?

Кейс «Спрос на золото»

Общий спрос на золото в мире (с учетом внебиржевого рынка) в 2023 г. увеличился на 3% к предыдущему году и достиг рекордного уровня в 4899 т. Об этом говорится в отчете Всемирного совета по золоту (WGC) от 31 января. В IV квартале общий спрос снизился на 0,2% к III кварталу и составил 1221 т.

Комплексный показатель спроса включает инвестиционные слитки, ювелирные изделия, монеты, покупки центральными банками, биржевыми фондами и внебиржевую деятельность, поясняется в документе.

Аналитики WGC отмечают, что мировые центральные банки продолжают активно скупать золото, что вместе со стабильным спросом на ювелирные украшения частично компенсировало отток из биржевых инвестиционных фондов. Тем не менее мировой спрос на золото без учета внебиржевого рынка в 2023 г. снизился на 5% до 4448 т, в IV квартале к предыдущему – на 12% до 1150 т. Но спрос на внебиржевом рынке в 2023 г. составил 450,4 т. Рост показателя достиг 753%, что является рекордом за последние 13 лет.

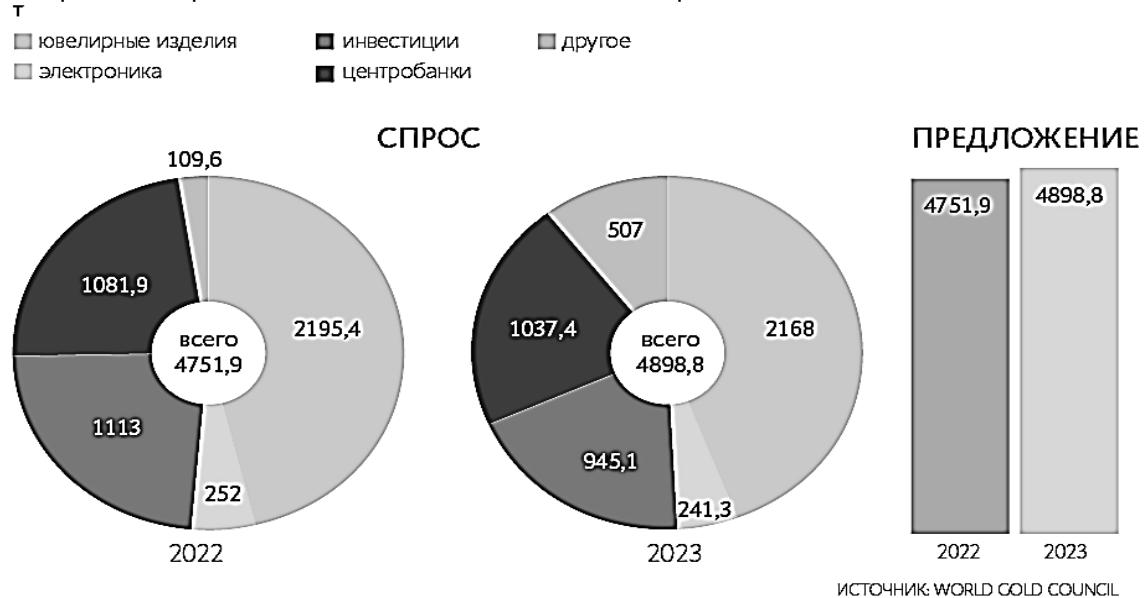
Цены на золото в 2023 г. выросли на 13% год к году, достигнув максимального уровня в декабре, «под воздействием политической и экономической неопределенности», указано в обзоре. Согласно данным Лондонского рынка драгметаллов (LBMA), на конец 2023 г. цена на золото закрепилась на уровне \$2078 за тройскую унцию, обеспечив инвесторам годовую доходность в 15%. Средняя цена на металл в прошлом году составила \$1940 за унцию, что превышает показатель 2022 г. на 8%.

Аналитик ИК «Велес капитал» Елена Кожухова отмечает, что во II и III кварталах 2023 г. котировки золота «чувствовали себя слабо». Они снижались в том числе из-за сохранения жесткого тона ФРС, крепкого

доллара и высоких доходностей гособлигаций – у 10-летних бондов США в октябре они ненадолго превысили 5%, поясняет она. Но как только доходности облигаций начали корректироваться вниз, покупатели также стали возвращаться в золото, указывает аналитик.

31 января котировки апрельских фьючерсов на золото на нью-йоркской бирже Comex выросли на 0,99% к предыдущей торговой сессии до \$2071 за унцию. Мировая добыча золота в 2023 г. выросла на 1% до 3644 т, в том числе 931 т была добыта в IV квартале. Заметный рост производства – на 14 т (+15%) – был зафиксирован в Южной Африке, где производство восстановилось после длительной промышленной забастовки в 2022 г., в России – на 6 т (+2%), в Мали – на 5 т (+4%), в Бразилии – на 4 т (+4%) и в Буркина-Фасо – на 3 т (+3%).

Спрос и предложение на золото в мире



Общее производство драгметалла, включая переработку лома, выросло в прошлом году на 3% к 2022 г. до 4881 т, говорится в обзоре. Получение металла из лома выросло в 2023 г. сразу на 9% до 1237 т.

Но в 2024 г. спрос на ювелирные изделия может столкнуться с трудностями из-за экономического спада и высоких цен на золото, прогнозируют в WGC. Исключением, по мнению WGC, может стать только

Индия, где хорошая рыночная конъюнктура будет стимулировать спрос, хотя высокие цены могут замедлить этот процесс. В то же время мировые центробанки продолжат покупать золото «впечатляющими темпами», превышающими среднегодовой показатель до 2022 г. (около 500 т в год).

Общий объем спроса на драгметалл, включая внебиржевой спрос, в 2024 г. будет еще выше, чем в прошлом году, ожидают аналитики WGC. При этом рост в основном будет обеспечен за счет внебиржевого сегмента, поясняется в обзоре.

Старший аналитик «БКС мир инвестиций» Дмитрий Казаков напоминает, что золото является инструментом защиты от инфляции. «Котировки золота растут, когда инвесторы воспринимают антиинфляционную политику ФРС США в периоды кризиса как недостаточно агрессивную, недостаточно защищающую от инфляции», – пояснил он.

По оценке Казакова, почти половину закупок золота в 2023 г. обеспечили центробанки пяти стран – Китая, Польши, Сингапура, Ливии и Чехии. В майском обзоре аналитики WGC объясняли наращивание закупок золота регуляторами ребалансировкой резервов в сторону увеличения целевого стратегического уровня золота в них, растущей инфляцией в мире, политикой дедолларизации в ряде стран и увеличением риска финансового кризиса.

Руководитель аналитических исследований Альфа-банка Борис Красноженов отмечает, что в мире в целом и в России в частности растет спрос на физическое золото как со стороны населения, так и со стороны центробанков, которые в 2022–2023 гг. купили рекордные объемы золота начиная с конца 1960-х гг., когда начался процесс отмены золотого стандарта (правительство США отказалось от конвертируемости долларов в золото по фиксированному курсу. – «Ведомости»). Мировые ЦБ уже 13 лет подряд являются нетто-покупателями золота, указывает Красноженов.

По его словам, цены на золото зависят «от идеи о его роли как

беспроцентного актива». Рост ставок ФРС или укрепление ожиданий того, что они длительное время будут сохраняться на текущем уровне, могут оказать давление на цены, учитывая деноминацию золота в долларах, говорит Красноженов. Согласно его прогнозу, в ближайшие три-шесть месяцев золото будет торговаться в диапазоне \$1950–2150 за унцию с возможным движением к \$2300–2500 в среднесрочной перспективе. Аналитик напоминает, что в течение последних 25 лет значительная турбулентность на мировых финансовых рынках привела более чем к пятикратному росту цены золота в долларах США.

Вопросы для обсуждения:

1. Что включает комплексный показатель спроса на золото?
2. Чем обусловлено рост величины спроса на золото?
3. Каковы прогнозы на рынке золота в России?
4. Как введенные санкции отразились на рынке золота?

6.4. Измерение результатов экономической деятельности

Контрольные вопросы

1. Что представляет собой система национальных счетов? Какие функции выполняет?
2. Раскройте три основных показателя совокупного выпуска (объема производства)?
3. Раскройте три показателя совокупного дохода?
4. В чем особенность открытой формы инфляции?
5. В чем особенность скрытой формы инфляции?
6. Охарактеризуйте умеренную (или ползучую) инфляцию, галопирующую инфляцию и гиперинфляцию?
7. Раскройте экономический эффект Фишера?
8. Раскройте экономический эффект Пигу?
9. Чем характеризуется механизм раскручивания инфляции спроса?
10. Чем характеризуется механизм инфляции издержек?

11. Приведите определение понятия «занятость»?
12. Раскройте основные типы занятости?
13. Приведите определение понятия «безработица»?
14. Раскройте основные типы безработицы?
15. Как соотносится уровень инфляции и уровень безработицы?
16. Чем обусловлено существование экономических циклов?

Тематика докладов

1. История развития системы национальных счетов
2. Эффект Фишера
3. Эффект Пигу
4. Инфляция спроса и предложения
5. Инфляция: определение, типы и причины
6. Занятость: определение и типы
7. Безработица: типы и причины
8. Кривая Филлипса: связь инфляции и безработицы
9. Теория рациональных ожиданий
10. Теорию адаптивных ожиданий
11. История исследования циклов в экономической теории
12. Характеристика фаз цикла
13. Цикл Китчина
14. Цикл Джаглара
15. Циклы Кузнецца
16. Цикл Кондратьева

Тестовые задания

1. Балансовый метод комплексной взаимосвязи объединенных в таблицы макроэкономических показателей, отражающих экономические процессы представляет собой:

- A. Система национальных показателей
- B. Система национальных счетов
- C. Система показателей деловой активности

D. Система показателей финансовой устойчивости

2. Какие принципы лежат в основе системы национальных счетов?

A. Принципы бухгалтерского учета

B. Принципы управленческого учета

C. Принципы налогообложения

D. Принцип финансового учета

3. СНС выполняет несколько важных функций, к которым не относится функция:

A. измерение объемов производства за определенный промежуток времени.

B. выявление существующих тенденций в экономике.

C. оценка финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов.

D. организация экономической политики государства.

4. К основным показателям совокупного выпуска не относят:

A. валовой внутренний продукт

B. валовой национальный продукт

C. чистый внутренний продукт

D. личный доход

5. К основным показателям совокупного дохода не относят:

A. национальный доход

B. личный доход

C. валовой национальный продукт

D. личный располагаемый доход

6. К основному критерию ВВП относят:

A. территориальная принадлежность

B. объем выпуска

C. использование всех факторов производства

D. ограниченность периода расчета

7. Валовой внутренний продукт измеряет:

А. рыночную стоимость всех конечных (т.е. предназначенных непосредственно для потребления) товаров и услуг, произведенных за определенный период времени во всех отраслях экономики на территории государства для потребления, экспорта и накопления, вне зависимости от национальной принадлежности использованных факторов производства.

В. совокупная стоимость всех конечных товаров и услуг, произведенных с помощью отечественных факторов производства как на территории страны, так и за ее пределами

С. величину стоимости ВВП, идущей на потребление населения и на частные инвестиции.

Д. совокупный доход собственников всех факторов производства: заработной платы, прибыли, ренты, процента.

8. Динамика ВВП позволяет оценить:

А. темпы деловой активности

Б. темпы экономического роста.

С. уровень финансовой устойчивости

Д. уровень ликвидности

9. ВВП отражающий реальный объем производства с учетом уровня цен текущего года, можно охарактеризовать как:

А. реальный

Б. номинальный

С. базовый

Д. текущий

10. ВВП, исчисленный в ценах какого-либо базового года, называется:

А. реальный

Б. номинальный

С. базовый

Д. текущий

11. Отношение номинального ВВП к реальному ВВП, показывающая как изменился уровень цен в текущем году по сравнению с базовым годом называется:

- A. Дефлятор
- B. Инфляция
- C. Темп роста
- D. Темп прироста

12. Совокупная стоимость всех конечных товаров и услуг, произведенных с помощью отечественных факторов производства как на территории страны, так и за ее пределами представляет:

- A. национальный доход
- B. личный доход
- C. валовой национальный продукт
- D. личный располагаемый доход

13. Чистый внутренний продукт определяется вычитанием из ВВП

- A. амортизационных отчислений
- B. косвенных налогов
- C. экспорта
- D. импорта

14. Устойчивая тенденция роста общего уровня цен представляет собой:

- A. инфляция
- B. дефляция
- C. станфляция
- D. бифляция

15. Прогнозируемый темп инфляции, при котором обесценение денег настолько незначительно, что сделки заключаются в номинальных ценах это –...

- A. умеренная (ползучая) инфляция
- B. галопирующая инфляция

С. гиперинфляция

Д. скрытая инфляция

16. Обесценение денежных средств происходит настолько стремительно, что цены могут пересчитываться ежедневно и даже по несколько раз в день, это характеристика:

А. умеренная (ползучая) инфляция

В. галопирующая инфляция

С. гиперинфляция

Д. скрытая инфляция

17. Инфляционные ожидания в экономике это:

А. оценка государством изменения темпов инфляции в будущем периоде.

В. оценка субъектами рынка изменения темпов инфляции в текущем периоде.

С. оценка государством изменения темпов инфляции в текущем периоде.

Д. оценка субъектами рынка изменения темпов инфляции в будущем периоде.

18. Процесс включения человека в общественно полезную деятельность в обмен на зарплату или доход.

А. экономическая занятость

Б. продуктивная занятость

С. социально-полезная занятость

Д. социальная занятость

19. Вид безработицы, связанный с действием закона спроса и предложения:

А. Фрикционная (добровольная) безработица

В. Структурная безработица

С. Технологическая безработица

Д. Скрытая безработица

20. Кривая Филлипса отражает взаимосвязь между такими явлениями как:

- A. уровень занятости и уровень инфляции
- B. уровень ВВП и уровень инфляции
- C. уровень безработицы и уровень ВНП
- D. уровень безработицы и уровень инфляции

Экономические задачи

«Расчет ВВП»

1. Произведите расчет ВВП доходным методом, если известно, что: заработка плата составила 16 000 д.е., рентный платеж 10 000 д.е., процентные платежи 6 000 д.е., доходы собственников 11 000 д.е., прибыль корпораций 22 000 д.е., косвенные налоги 7 500 д.е., амортизационные отчисления 5 000 д.е., чистый доход иностранных факторов 3 500 д.е.

2. Произведите расчет ВВП доходным методом, если известно, что: заработка плата составила 20 000 д.е., рентный платеж 16 000 д.е., сумма заемного капитала 200 000 д.е., процентные платежи составляют 10% от суммы заемного капитала, доходы собственников на территории рассматриваемой страны составляют 15 000 д.е., доходы за рубежом 25 000 д.е., прибыль корпораций 30 000 д.е., косвенные налоги 11 500 д.е., амортизационные отчисления 8 000 д.е., чистый доход иностранных факторов 14 000 д.е., стоимость реализованных ценных бумаг 16 000 д.е.

3. Произведите расчет ВВП доходным методом, если известно, что: заработка плата составила 25 000 д.е., рентный платеж 13 000 д.е., сумма заемного капитала 180 000 д.е., процентные платежи составляют 18% от суммы заемного капитала, доходы собственников на территории рассматриваемой страны составляют 14 000 д.е., доходы за рубежом 38 000 д.е., прибыль корпораций 35 000 д.е., косвенные налоги 6 000 д.е., амортизационные отчисления 7 000 д.е., чистый доход иностранных факторов 13 000 д.е., государственные трансферты 3 000 д.е.

4. Используя основное тождество системы национальных счетов

(CHC) произведите расчет добавленной стоимости (ВВП), если известно, что расходы на потребление составили 1 500 д.е., суммарные инвестиции частного сектора 950 д.е., государственные закупки – 1 600 д.е., из страны был произведен вывоз товаров на сумму 2 100 д.е., импортировали на сумму 1 300 д.е.

5. Используя основное тождество системы национальных счетов (CHC) произведите расчет чистого экспорта, если известно, что: добавленная стоимость (ВВП) составила 5 600 д.е., расходы на потребление составили 1 450 д.е., суммарные инвестиции частного сектора 1000 д.е., государственные закупки – 1250 д.е.

6. Используя основное тождество системы национальных счетов (CHC) произведите расчет объема государственных закупок, если известно, что: добавленная стоимость (ВВП) составила 11 800 д.е., расходы на потребление составили 3 550 д.е., суммарные инвестиции частного сектора 3 820 д.е., чистый экспорт – 1 550 д.е.

«Номинальный и реальный ВВП»

7. Представлены данные о ценах и количестве двух категорий товаров, необходимо рассчитать:

- 1) номинальный ВВП 2024 г.
- 2) номинальный ВВП 2025 г.;
- 3) реальный ВВП 2024 г. и 2025 г., приняв за базовый 2024.
- 4) абсолютное изменение, темп роста и темп прироста реального ВВП.

Товары	2024		2025	
	q, н.е.	p, д.е.	q, н.е.	p, д.е.
Яблоки	30	1,50	36	2,00

8. Представлены данные о ценах и количестве двух категорий товаров, необходимо рассчитать:

- 1) номинальный ВВП 2024 г.

- 2) номинальный ВВП 2025 г.;
- 3) реальный ВВП 2024 г. и 2025 г., приняв за базовый 2024.
- 4) абсолютное изменение, темп роста и темп прироста реального ВВП.

Товары	2024		2025	
	q, н.е.	p, д.е.	q, н.е.	p, д.е.
Гречка	120	80	140	90
Рис	130	110	150	130

«Дефлятор»

9. Рассчитайте изменение уровня цен в текущем году по сравнению с базовым годом если известно, что ВВП реальный составил 35 000 д.е., ВВП номинальный 20 000 д.е.

10. Рассчитайте изменение уровня цен в текущем году по сравнению с базовым годом если известно, что ВВП реальный составил 25 000 д.е., ВВП номинальный 30 000 д.е.

11. Рассчитайте ВВП номинальный, если известно, что изменение уровня цен в текущем году по сравнению с базовым годом составило 50%, ВВП реальный 55 000 д.е.

12. Рассчитайте ВВП номинальный, если известно, что изменение уровня цен в текущем году по сравнению с базовым годом составило (-45%), ВВП реальный 38 000 д.е.

«Система национальных счетов»

13. Рассчитайте значение чистого внутреннего продукта и чистого национального продукта, если известно, что ВВП составляет 156 000 д.е., ВНП 120 000 д.е., а стоимость инвестиционных товаров, остающихся в сфере производства составила 85 000 д.е.

Используя полученные данные произведите расчет национального и внутреннего дохода, если известно, что косвенные налоги составляют 5 000 д.е.

14. Рассчитайте значение чистого внутреннего продукта и чистого национального продукта, если известно, что ВВП составляет 145 000 д.е., ВНП 138 000 д.е., а стоимость инвестиционных товаров, остающихся в сфере производства составила 58 000 д.е.

Используя полученные данные произведите расчет национального и внутреннего дохода, если известно, что косвенные налоги составляют 7 000 д.е.

15. Рассчитайте значение личного дохода и располагаемого личного дохода, если известно, что национальный доход составил 98 000 д.е., взносы на социальное страхование 16 000 д.е., нераспределенная прибыль хозяйствующих субъектов 19 000 д.е., трансферты 22 000 д.е.. проценты по государственным облигациям 15 000 д.е., подоходный налог 17 000 д.е., неналоговые платежи 8 000 д.е.

16. Рассчитайте значение личного дохода и располагаемого личного дохода, если известно, что национальный доход составил 150 000 д.е., взносы на социальное страхование 38 000 д.е., нераспределенная прибыль хозяйствующих субъектов 23 000 д.е., трансферты 45 000 д.е.. проценты по государственным облигациям 27 000 д.е., подоходный налог 30 000 д.е., неналоговые платежи 20 000 д.е.

«Инфляция»

17. Каким должен быть уровень инфляции для текущего года, если ожидаемый уровень цен равен 112,4, а в предшествующем году он был 117,5.

18. Каким должен быть уровень инфляции для текущего года, если ожидаемый уровень цен равен 120,5, а в предшествующем году он был 118,5.

«Безработица»

19. Определите уровень общей безработицы, если количество населения составляет 160 000 человек, не включаются в рабочую силу 50 000 человек, к занятым относят 80 000 человек.

20. Определите уровень общей безработицы, если количество населения составляет 180 000 человек, не включаются в рабочую силу 40 000 человек, к занятым относят 120 000 человек.

21. В обществе экономически активное население составляет 250 000 человек, 5000 человек ожидают выход на работу, 6000 человек остались без работы в связи с цифровой трансформацией общественной жизни, 3000 человек остались без работы в связи со спадом в экономике и сокращением производства.

Необходимо рассчитать: уровень фрикционной, структурной, циклической естественной и фактической и общей безработицы.

22. В обществе экономически активное население составляет 300 000 человек, 8000 человек ожидают выход на работу, 5000 человек остались без работы в связи с цифровой трансформацией общественной жизни, 4000 человек остались без работы в связи со спадом в экономике и сокращением производства.

Необходимо рассчитать: уровень фрикционной, структурной, циклической естественной и фактической и общей безработицы.

Задания на восстановление пропусков

1. Заполните таблицу

Показатель	Формула
Абсолютное изменение (прирост) реального ВВП	
Темп роста реального ВВП	
Темп прироста реального ВВП (температура экономического роста)	

2. Заполните пропуски:



3. Заполните таблицу

Тип безработицы	Определение	Формула
Фрикционная безработица		$U_{\text{фрикц.}} = (U_{\text{фрикц.}}/L) * 100\%$
Структурная безработица	Обусловлена структурными сдвигами (structural shifts) в экономике. Причина структурной безработицы – несоответствие структуры рабочей силы структуре рабочих мест	
Циклическая безработица		$U_{\text{цикл.}} = (U_{\text{цикл.}}/L) * 100\%$
Естественная безработица	Сумма фрикционной и структурной безработицы	
Фактическая безработица		$ \begin{aligned} U_{\text{факт.}} &= (U/L)*100\% = \\ (U_{\text{фрикц.}} + U_{\text{структур.}} + U_{\text{цикл.}}) / L & \\ * *100\% &= \\ = U_{\text{фрикц.}} + U_{\text{структур.}} + U_{\text{цикл.}} & \\ = U^* + U_{\text{цикл.}} \end{aligned} $

4. Заполните таблицу

Название	Продолжительность	Особенности
Цикл Китчина	3-5 лет	.
Цикл Джаглара		Являются основной разновидностью циклов, характерной для экономики США. Экономисты не могут прийти к согласию относительно причин этих циклов.
Циклы Кузнецка	15-25 лет	
Цикл Кондратьева		Их еще называют «длинными волнами». За 200 последних лет наблюдалось 4 больших цикла. Что касается причин длинных волн, то одна из теорий связывает их со значительными техническими нововведениями, которые могут привести к изменению планируемых затрат.

Экономические кейсы

Кейс «В СССР инфляции не было?»

За свою двадцатилетнюю историю новая Россия прошла через все виды инфляционных потрясений, в том числе и гиперинфляцию. До сих пор нам не удается добиться так называемой "ползучей" инфляции, присущей развитым странам, которая составляла бы 3-5% в год и была бы комфортной для населения и экономики.

Считается, что в СССР инфляции не было, но это не так. Отсутствие свободного рынка вовсе не означает реальную стабильность цен. До 1991г. население России не сталкивалось с открытой инфляцией, зато испытывало на себе все негативные особенности скрытой. Периодически возникавший дефицит товаров представлял собой именно скрытую инфляцию. Известный исследователь этого вопроса Янош Корнаи утверждает, что дефицит - это скрытый налог, снижавший реальную заработную плату работника в социалистических системах.

С настоящей инфляцией советские люди столкнулись только в начале 1990-х гг. Реформы Егора Гайдара познакомили россиян не только с товарным изобилием, но и с денежным дефицитом, который возник вследствие резко выросших цен. В марте 1991 г. государство впервые объявило о своей неспособности контролировать цены и вынуждено было сразу повысить их более чем в два раза. Политика "либерализации цен" привела к гиперинфляции, которую правительство Е.Гайдара пыталось сдержать через "сжимание" денежной массы, что в свою очередь привело к коллапсу взаимных неплатежей. В итоге в 1992 г. инфляция составила 2600%. Впрочем, мировой рекорд Россией побит не был: в Венгрии в годы Второй мировой войны потребительские цены увеличивались каждый месяц почти в двести раз.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое инфляция и какие виды инфляции существуют?
2. Каковы причины скрытой инфляции? В чем ее опасность?
3. Что входило в «Реформы Егора Гайдара» и каковы экономические последствия?
4. Каковы причины товарного дефицита?

Кейс «Особенности инфляции в России»

Россия в последние годы столкнулась с большим количеством внешних шоков, оказавших негативное влияние на ее экономическое развитие. Они носили как глобальный характер, так и приходили со стороны ее основных внешнеэкономических партнеров. Среди ключевых шоков последнего периода можно выделить в первую очередь: глобальный экономический и финансовый кризис 2007-2009 гг., европейский долговой кризис 2010-2013 гг., сворачивание политики количественного смягчения в США (2013-2014 гг.), экономические санкции ЕС и США (и ряда других стран) против России 2014-2015 гг., падение мировых цен на нефть во второй половине 2014 г. Значимость и характер распространения этих шоков существенно различались.

Проводимая в настоящее время в России экономическая политика не предусматривает смены экономической модели, основанной на сырьевой зависимости, и не решает кардинальным образом проблему стимулирования экономического роста.

В рамках данного вопроса целесообразно уделить внимание взаимосвязи инфляции и экономических циклов. Исторический опыт показывает, что наиболее жесткие периоды спада деловой активности (например, финансово-экономический кризис 2008 г.) сопровождались не просто замедлением темпов инфляции, но и реальным падением уровня цен, т. е. темп инфляции был на высоком уровне, хотя после 2009 г. ситуация, подобная описываемой, более не повторялась. Наоборот, тенденция ускорения темпов инфляции имеет место, когда реальный объем производства поднимается выше своего естественного уровня, а экономическая система достигает наивысшей точки циклического подъема.

Рассмотрим особенности инфляции в РФ:

- 1) немонетарные факторы инфляции (инфляция в основном за счет роста тарифов естественных монополий);
- 2) сезонный фактор инфляции (июль – повышение цен на услуги естественных монополий; август, сентябрь – снижение цен на продовольственные товары; ноябрь, декабрь – рост инвестиционных расходов предприятий);
- 3) следование проциклической политики повышения тарифов, когда рост тарифов больше инфляции;
- 4) явление инфляции: одновременно с падением темпов производства происходит рост цен.

Причины изменения уровня инфляции на протяжении экономического цикла России достаточно сложны. Одно время было принято объяснять данную взаимосвязь исходя из непростой корреляции границы производственных возможностей экономической системы

и ситуации на рынке труда. Затем растущий спрос во взаимодействии с сокращением предложения приводит к общему росту цен и заработной платы. Возрастающий реальный объем производства рассматривается в качестве причины роста уровня цен. Такой научный подход в современных условиях считается утилитарным.

Ныне экономисты признают, что причинная связь между этими явлениями может существовать и в противоположном направлении. При определенных условиях ускорение темпов инфляции может сократить уровень безработицы и способствовать росту реального объема производства.

Преодоление инфляции дает ряд возможностей для роста экономики России, прежде всего, помогает стабилизировать инфляционные ожидания хозяйствующих субъектов и, как следствие, уменьшить как саму инфляцию, так и ее изменчивость. Низкая инфляция обеспечивает доверие к денежно-кредитной политике, поскольку последняя способна снизить инфляционные ожидания, и позволяет минимизировать негативные последствия инфляции. К сожалению, государство не может обеспечить в экономике эффекта саморегулирования, в связи с чем на сегодня для получения положительного эффекта необходимо сочетать регулирование из центра (государственное макроэкономическое регулирование) с механизмом рыночной конкуренции (саморегулирования экономики). В частности, можно выделить следующие ключевые проблемы преодоления инфляции в России:

1) органы монетарной власти способны в значительно меньшей степени, чем в развитой рыночной экономике, контролировать инфляцию, поскольку существенное влияние на такую инфляцию оказывают колебания валютного курса и немонетарные факторы. Колебания валютного курса остаются одним из ключевых факторов инфляции. При этом внедрение инфляционного таргетирования может привести к еще большей волатильности валютного курса, следовательно, и к финансовой

нестабильности, что в сегодняшних реалиях является особенно актуальным;

2) плохая прогнозируемость и управляемость инфляции вследствие существенного влияния на нее немонетарных факторов, в частности цен на сырье на мировых рынках, также остается проблемой для внедрения инфляционного таргетирования.

Кроме того, большую долю в индексах потребительских цен составляют продовольственные товары, цены на которые характеризуются сезонностью и влиянием погодных условий. Цены на многие виды товаров и услуг до сих пор остаются административно регулируемыми. Из этого следует, что индекс потребительских цен не всегда может отражать реальное развитие экономики и ценовую ситуацию в стране в целом.

Вопросы для обсуждения:

- 1) Каковы внешние шоки, оказавшие влияние на экономическое развитие России?
- 2) Как инфляция связана с экономическими циклами?
- 3) Каковы ключевые особенности инфляции в России?
- 4) Каковы ключевые проблемы преодоления инфляции в России

Кейс «Чему учит инфляция?»

Инфляция учит нас, что нашу экономику сдерживает предложение, а не спрос, и государственное заимствование ограничено

Неожиданное возобновление инфляции — это отрезвляющая пощечина, говорящая нам о том, что общепринятые идеи экономической политики ошибочны и требуют изменения. К счастью, «новые» идеи, в которых мы нуждаемся, хорошо проверены и готовы к использованию.

Инфляция возникает, когда совокупный спрос превышает совокупное предложение. Источник спроса найти несложно: в ответ на вызванные пандемией нарушения правительство США направило в форме чеков людям и компаниям около 5 триллионов долларов, 3 триллиона долларов из которых представляли собой новую денежную эмиссию, без каких-либо

планов по возврату этих средств. Другие страны провели аналогичное расширение бюджета и получили в результате пропорциональный прирост инфляции. Вопрос предложения является более спорным. Во время пандемии предложение действительно сократилось. Но инфляция взлетела, когда пандемия в основном закончилась, и многие отрасли, испытывавшие «шок предложения», производили столько же, сколько и раньше, но не могли угнаться за спросом.

Но какая именно часть инфляции пришлась на спрос, вызванный более либеральной бюджетной или денежно-кредитной политикой, а какая — на последствия сокращения предложения, не существенно для основного вынесенного урока. Инфляция заставляет нас увидеть тот факт, что «предложение», производственная мощность экономики, гораздо более ограничено, чем думали раньше большинство людей. Мантры 2010-х — «секулярная стагнация», «современная монетарная теория», «стимулирование» — которые проповедовали, что для процветания достаточно только того, чтобы правительство заняло или напечатало огромное количество денег и раздало их, оказались в мусорной корзине. Вы предложили, мы попробовали. Вышла инфляция, а не подъем.

Мантры 2010-х, которые проповедовали, что для процветания достаточно только того, чтобы правительство заняло или напечатало огромное количество денег и раздало их, оказались в мусорной корзине.

Для роста экономики, имеющей ограничения на стороне предложения, требуются ориентированные на предложение меры политики, а не стимулы. «Рабочие места» теперь являются издержками, а не выгодами.

При безработице в США в размере 3,7 процента каждый работник, занятый на проекте, имеющем целью создание рабочих мест, — это человек, который не занят чем-то более важным. Вследствие мер регулирования строительство жилья требует непомерно больших затрат средств и времени. Упорядоченная иммиграционная система создает

приток людей, которые работают, производят и платят налоги. Нам нужна государственная инфраструктура, но ее непристойно высокая стоимость — это бездонная дыра, в которую мы больше не можем себе позволить бросать деньги. Тарифы, заставляющие нас переплачивать за вещи, которые иностранцы могут предоставлять более эффективно, лишь истощают экономику. Политика, определяющая, кто что получает, теперь должна сосредоточиться на стимулах, которые являются ключом к росту.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое инфляция?
2. Что происходит, когда совокупный спрос превышает совокупное предложение?
3. Какое влияние оказала пандемия на уровень инфляции, совокупные спрос и предложение?
4. Какие условия обеспечивают рост экономики?

Кейс «Шринкфляция. Как рост цен играет в прятки с покупателями?»

Все мы знаем про инфляцию, и каждый справляется с ростом цен по-разному: кто-то ищет способы сэкономить, кто-то стремится больше заработать. Свои уловки есть и у бизнеса: вместо открытого увеличения прайса производители товаров и услуг часто прибегают к скрытым механизмам. Если вы давно не встречали на полке магазина шоколадку весом в 100 г, то знайте, у этого явления есть устоявшееся название — шринкфляция.

Термин появился в английском языке из двух слов: к «инфляции» добавили глагол «сжиматься» (to shrink). В русскоязычном обществе он встречается редко — в отличие от самого явления. В России на шринкфляцию — уменьшение количества, объема или веса товара в упаковке при сохранении цены — особое внимание обратили в 2019 г., когда удмуртская птицефабрика выпустила упаковку с девятью яйцами вместо привычного десятка. По словам производителей, это был

маркетинговый эксперимент, птицефабрика и до этого производила нестандартные упаковки по 6 или 30 яиц. Но «девяток» вызвал у российских потребителей бурную реакцию и непроизвольно стал хрестоматийным примером.

Конечно, шринкфляция — явление не новое и распространение получила еще в 70-х гг. в США во время скачка инфляции. Один из популярных кейсов — жевательная резинка, которой добавили воздуха. Когда цены на сахар выросли, производители не могли просто повысить цены — жвачка продавалась в автоматах, которые принимали монеты определенного номинала. Уменьшить физически тоже не получалось — устройство не всегда корректно срабатывало при изменении размера товара. Поэтому у плотного некогда шарика внутри появилась полость.

Массовой тенденцией в мире шринкфляция стала во время и после кризисов 2000-х, а повсеместный характер приобрела после пандемии коронавируса. В России, по данным Института развития предпринимательства и экономики (ИРПЭ), после кризиса 2008–2009 гг. производители начали активно сокращать объем упаковки на 7–20%. Проверка московских универсамов в июле 2023 г. показала, что шринкфляции подверглось 87% молочной продукции и 97% ассортимента круп.

Уменьшается объем и вес практически любого товара — крупы, напитки, алкоголь, хлопья, масло, шоколад, мясные и колбасные изделия, гигиенические товары. Особенно страдают сыпучие продукты и товары в непрозрачных упаковках — а это большая часть ассортимента любого магазина.

Иногда шринкфляция маскируется под redesign упаковки — квадратная коробка приобретает скругленные углы, пластиковая бутылка — дополнительные изгибы или более выпуклое дно. Иногда — под обновленную маркетинговую или рецептурную «политику».

В августе 2023 г. в Америке на сеть ресторанов быстрого питания

даже подали коллективный иск: в нем утверждается, что реальные бургеры оказываются на треть меньше, чем на рекламных материалах и фото в меню, а котлета в них — в два раза тоньше. Бургер Кинг в ответ заявил, что не обязан делать бургеры в точности как на картинке. А PepsiCo, уменьшившая бутылку спортивного напитка Gatorade, аргументировала изменения заботой о клиенте — улучшенную упаковку легче держать в руке. Стоит ли уточнять, что цена напитка осталась прежней?

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое «шринкфляция»?
2. Каковы отрицательные стороны данного явления?
3. Есть ли положительные последствия шринкфляции?
4. Приведите пример из повседневной жизни, отражающий рассматриваемое в кейсе явление?
5. Как Вы думаете, законна ли шринкфляция?
6. Как государство может бороться с данным явлением?

Кейс «Скимпфляция. Как рост цен играет в прятки с покупателями?»

Термин, который идет рука об руку со шринкфляцией, это скимпфляция — от глагола «to skimp», экономить, скупиться, урезать. В этом случае производители начинают экономить на ингредиентах, снижая их качество, а иногда и количество. Так, в составе продуктов вместо сахара появляются различные подсластители на фруктозе, вместо полезных растительных жиров — пальмовое масло, вместо натуральных ингредиентов — ароматизаторы. Ухудшаются вкусовые характеристики, и покупатели с наслаждением вспоминают, каким вкусным пломбир был раньше.

В ноябре 2024 г. анонимный опрос 300 американских производителей продуктов питания и напитков показал, что две трети из них изменили рецептуру минимум шести товаров в своей линейке. 90% опрошенных назвали увеличение цен главной причиной изменений.

Ухудшается качество готовых блюд, непродовольственных товаров, одежды, косметики и даже услуг. За ту же цену потребители получают менее качественный сервис: в гостиницах исчезают бесплатные завтраки, сокращается регулярность уборок. В ресторанах увеличивается время ожидания, количество ошибок персонала.

Правда, иногда из таких «уловок» получаются по-настоящему революционные решения. По сути, именно благодаря скимпфляции у нас есть формат самообслуживания, который изменил сферу ритейла. Самостоятельно выбирая продукты и оплачивая их на кассе, мы делаем то, за что платят продавцам — это помогает ритейлерам снижать издержки.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое «скимпфляция»?
2. Каковы отрицательные стороны данного явления?
3. Есть ли положительные последствия скимпфляция?
4. Приведите пример из повседневной жизни, отражающий рассматриваемое в кейсе явление?
5. Как Вы думаете, законна ли скимпфляция?
6. Как государство может бороться с данным явлением?

6.5. Итоговый контроль

1. Что такое «экономическая теория» как наука? Решением какой проблемы она занимается? Из каких укрупненных разделов состоит экономическая теория?
2. Что такое «микроэкономика» и какова ее цель как науки?
3. Приведите пример частных и общих методов микроэкономики?
4. Что отражает спрос на товары и услуги? Существует обратная или прямая зависимость между ценой и величиной спроса? В чем экономический смысл закона спроса?
5. Перечислите ценовые и неценовые факторы спроса? Разведите понятия «изменение величины спроса» и «изменение спроса»?

6. Что отражает предложение на товары и услуги? В чем экономический смысл закона предложения? Существует обратная или прямая зависимость между ценой и величиной предложения?

7. Перечислите ценовые и неценовые факторы предложения? Разведите понятия «изменение величины предложения» и «изменение предложения»?

8. Дайте характеристику ценовой эластичности спроса и предложения? В каких случаях рассчитывается точечная эластичность, а в каких дуговая?

9. Дайте характеристику: совершенно эластичные спрос, совершенно неэластичные спрос, относительно неэластичные спрос, единичная эластичность, относительно эластичные спрос? Представьте графически.

10. В чем экономический смысл эффектов Гиффена и Веблена?

11. В каких случаях устанавливается равновесная цена? Как влияет изменение спроса и предложения на равновесную цену? Отразите графически.

12. Каков экономический смысл закона возрастающих альтернативных издержек?

13. Закон убывающей отдачи переменного ресурса гласит ...

14. Изобразите кривую производственных возможностей, дайте характеристику точкам на кривой и за ее пределами?

15. Дайте определение экономической и бухгалтерской прибыли?

16. Дайте определение общим, постоянным и переменным издержкам производства?

17. Дайте определение экономическим, бухгалтерским и альтернативным издержкам? Приведите примеры постоянных и переменных издержек в торговой организации?

18. Дайте характеристику рыночной структуре – монополии?

19. Дайте характеристику рыночной структуре – олигополии?

20. Дайте характеристику рыночной структуре –

монополистической конкуренции?

21. Дайте характеристику рыночной структуре – чистой конкуренции?

22. Что представляет собой потребительское поведение? Что представляет собой бюджетная линия? Как она соотносится с кривой безразличия?

23. Какие самостоятельные эффекты влияют на выбор потребителя при изменении цен?

24. Какую сферу экономических отношений изучает макроэкономика?

25. В чем заключается главное отличие макроэкономики от микроэкономики?

26. Какие специфические показатели имеет макроэкономика?

27. Каковы основные макроэкономические проблемы?

28. Перечислите основные макроэкономические показатели?

29. Перечислите основных макроэкономических агентов, какова их характеристика?

30. Какие рынки позволяет выделить агрегирование?

31. Что представляет собой совокупный спрос и предложение в экономической системе?

32. Выделите неценовые факторы совокупного спроса и предложения? Приведите пример ценовых факторов совокупного спроса и предложения?\

33. Что представляет собой система национальных счетов? Какие функции выполняет?

34. Раскройте три основных показателя совокупного выпуска (объема производства)?

35. Раскройте три показателя совокупного дохода?

36. В чем особенности открытой и скрытой формы инфляции?

37. Охарактеризуйте умеренную (или ползучую) инфляцию,

галопирующую инфляцию и гиперинфляцию?

38. Приведите определение понятия «занятость»? Раскройте основные типы занятости?

39. Приведите определение понятия «безработица». Раскройте основные типы безработицы?

40. Чем обусловлено существование экономических циклов?

Тестовые задания

1. Экономическая теория включает в себя такие разделы как:

А. Финансовый менеджмент и стратегический менеджмент

В. Микроэкономика и макроэкономика

С. Маркетинг и стратегический менеджмент

Д. Производственный менеджмент и финансовый менеджмент

2. Раздел экономической теории, изучающий поведение отдельных экономических агентов в ходе их производственной, распределительной, потребительской и обменной деятельности – это:

А. Макроэкономика

Б. Микроэкономика

С. Мезоэкономика

Д. Миниэкономика

3. Какое из определений наиболее полно характеризует предмет экономической науки:

А. это наука о динамике материальных и духовных потребностей человека;

Б. это наука о производстве и критериях распределения производимых благ;

С. это наука о наиболее общих законах развития человеческого общества в условиях ограниченности ресурсов;

Д. это наука, изучающая поведение людей и групп в производстве, распределении, обмене, потреблении материальных благ в целях удовлетворения потребностей при ограниченных ресурсах

4. Количество товара или услуг, которое потребители желают и могут приобрести по определенной цене в определенное время и в определенном месте представляет собой...

- A. Спрос
- B. Предложение
- C. Равновесная цена
- D. Равновесный объем

5. Закон спроса:

А. между объемом и ценой существует прямая (положительная связь) – при прочих равных условиях, чем выше цена, тем меньше объем спроса, и наоборот.

В. между объемом и ценой существует обратная (отрицательная связь) – при прочих равных условиях, чем выше цена, тем меньше объем спроса, и наоборот.

С. между объемом и ценой существует обратная (отрицательная связь) – при прочих равных условиях, чем ниже цена, тем меньше объем спроса, и наоборот.

Д. между объемом и ценой существует обратная (отрицательная связь) – при прочих равных условиях, чем ниже цена, тем больше объем спроса, и наоборот.

6. Изменение объема (величины) спроса означает:

А. передвижение из одной точки в другую той же самой кривой спроса

Б. передвижение всей кривой спроса

С. не влияет на кривую спроса

Д. оказывает влияние на кривую предложения

7. К неценовым факторам спроса можно отнести:

А. Вкусы и предпочтения потребителей

Б. Число покупателей на рынке

С. Наличие и доступность товаров заменителей

D. Все перечисленное

8. Количество товаров и услуг, которое готовы произвести и предложить фирмы рынку по определенной цене в определенное время и в определенном месте.

A. Спрос

B. Предложение

C. Равновесная цена

D. Равновесный объем

9. Закон предложения:

A. при прочих равных условиях количество предлагаемого товара изменяется прямо пропорционально его цене.

B. при прочих равных условиях количество предлагаемого товара изменяется обратно пропорционально его цене.

C. при прочих равных условиях количество предлагаемого товара не изменяется под влиянием цены

D. нет верного ответа

10. Что относится к неценовым факторам предложения:

A. Цены на ресурсы

B. Технология

C. Ожидания

D. Все перечисленное

11. Восприимчивость, или чувствительность, потребителей к изменению цены продукта определяется

A. Уровнем цен

B. Ценовой эластичностью спроса

C. Ценовой эластичностью предложения

D. Индексом цен

12. В случае если при снижении цены покупатели повышают объем спроса на неограниченную величину, а при повышении цены - полностью отказываются от товара, то спрос

- A. Совершенно неэластичный спрос
- B. Совершенно эластичный спрос
- C. Относительно неэластичный спрос
- D. Единичная эластичность

13. В случае если объем спроса не изменяется при изменении цены, то спрос:

- A. Совершенно неэластичный спрос
- B. Совершенно эластичный спрос
- C. Относительно неэластичный спрос
- D. Единичная эластичность

14. В случае если изменение спроса абсолютно пропорционально изменению цены, то спрос:

- A. Совершенно неэластичный спрос
- B. Совершенно эластичный спрос
- C. Относительно неэластичный спрос
- D. Единичная эластичность

15. Товар, потребление которого увеличивается при повышении цены и уменьшается при снижении цены –

- A. Товар Гиффена
- B. Товар Веблена
- C. Товары первой необходимости
- D. Товары повседневного спроса

16. Демонстративное потребление, которое возникает при потреблении благ, недоступных для большинства обычных потребителей в связи с их высокой ценой

- A. Товар Гиффена
- B. Товар Веблена
- C. Товары первой необходимости
- D. Товары повседневного спроса

17. Цена на конкурентном рынке, при которой величина спроса и

величина предложения равны, то есть цена, при которой нет дефицита или избытка товаров и услуг, а значит на рынке нет тенденций роста или снижения.

А.Равновесная цена

Б.Рыночная цена

С.Средняя цена

Д.Нет верного ответа

18. Экономический смысл закона возрастающих альтернативных издержек заключается в ...

А.постоянно растущие потребности

Б.отсутствие совершенной эластичности, или взаимозаменяемости, ресурсов

С.ограниченность ресурсов

Д.совершенная эластичность, или взаимозаменяемость ресурсов

19. Издержки производства, зависящие от объема производства называются ...

А.Переменные

Б.Постоянные

С.Альтернативные

Д.Средние постоянные

20. К бухгалтерским издержкам необходимо отнести:

А.Амортизационные отчисления

Б.Процент по кредиту

С.Заработка плата управленческого персонала

Д.Всё перечисленное

21. Экономическая прибыль это...

А.Общая выручка за вычетом альтернативных и бухгалтерских издержек

Б.Общая выручка за вычетом альтернативных издержек

С.Общая выручка за вычетом бухгалтерских издержек

D. Общая выручка за вычетом переменных издержек

22. Какие издержки формируют экономические издержки?

A. Бухгалтерские и альтернативные издержки

B. Только бухгалтерские

C. Только альтернативные

23. Что не относится к постоянным издержкам?

A. Заработка плата управленческого персонала

B. Арендная плата

C. Заработка плата сотрудников со сдельной формой оплаты

D. Проценты по кредиту

24. Дополнительные, или добавочные, издержки, возникшие в результате производства еще одной дополнительной единицы продукта представляют собой...

A. Удельные издержки

B. Переменные издержки

C. Предельные издержки

25. Анализ «затраты – объем – прибыль» или операционный анализ, или анализ безубыточности имеет цель:

A. отслеживание зависимости финансовых результатов бизнеса от издержек и объемов производства

B. отслеживание зависимости стоимости бизнеса от издержек

C. отслеживание зависимости объема производства от издержек

D. отслеживание зависимости спроса и предложения от издержек

26. Маржинальная прибыль (валовая маржа, маржинальный доход) представляет собой:

A. общая выручка за вычетом альтернативных и бухгалтерских издержек

B. общая выручка за вычетом альтернативных издержек

C. разность между ценой продажи и переменными затратами на единицу продукции

D. общая выручка за вычетом бухгалтерских издержек

27. Объем производства, при котором выручка от реализации точно равна затратам на производство и реализацию продукции называется...

A. Критический объем

B. Максимальный объем

C. Минимальный объем

D. Средний объем

28. К характеристикам рыночной структуры не относят:

A. количество и размер хозяйствующих субъектов;

B. количество покупателей;

C. изменчивость факторов внешней среды хозяйствующих субъектов;

D. тип продукта;

29. К несовершенной конкуренции не относим:

A. монополистическая конкуренция;

B. чистая конкуренция;

C. олигополия;

D. чистая монополия.

30. В условиях какой рыночной структуры в отрасли одновременно действует очень большое число фирм, производящих стандартизованный продукт?

A. монополистическая конкуренция;

B. чистая конкуренция;

C. олигополия;

D. чистая монополия.

31 Рыночная структура монополия предлагает продукты...

A. уникальные;

B. дифференцированные;

C. однородные

32. Какой из факторов не приводит к монополии

А. авторские права

Б. лицензии

С. производство и сбыт товара, имеющего много близких субститутов

Д. контроль над единственным источником товара

33. Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка называется:

А. совершенной конкуренцией

Б. монополистической конкуренцией

С. монополией

Д. олигополией

34. Какой тип рынка характеризуется множеством покупателей и продавцов, однородностью продукции и неспособностью отдельного продавца влиять на цену своей продукции:

А. монополия;

Б. монополистическая конкуренция;

С. совершенная конкуренция;

Д. олигополия.

35. Процесс формирования спроса покупателей, осуществляющих выбор товаров с учетом цен и личного бюджета, то есть собственных денежных доходов представляет собой:

А. Потребительское поведение.

Б. Рациональный выбор.

С. Построение бюджетной линии.

Д. Определение полезности.

36. Отрезок прямой, все точки на которой показывают комбинации благ, которые потребитель в состоянии приобрести при данных ценах при полном расходовании его дохода называется:

- A. Бюджетная линия
- B. Кривая спроса
- C. Кривая производственных возможностей
- D. Кривая предложения

37. Раздел экономической теории, изучающий функционирование экономики в целом, экономическую систему как единое целое, совокупность экономических явлений представляет собой:

- A. макроэкономику.
- B. микроэкономику.
- C. миниэкономику.
- D. мезоэкономику.

38. Главное отличие макроэкономики состоит в том, что....

- A. изучает агрегированное состояние
- B. изучает положения спроса и предложения
- C. изучает рыночные структуры

39. Совокупный, рационально действующий макроэкономический агент, цель экономической деятельности которого состоит в максимизации полезности представляет собой:

- A. Домохозяйства
- B. Государство
- C. Хозяйствующие субъекты
- D. Рынок

40. Основная цель деятельности фирмы заключается в:

- A. увеличении рентабельности
- B. сокращении дебиторской задолженности
- C. сокращение издержек
- D. максимизация прибыли

41. Рационально действующий макроэкономический агент, представленный совокупностью государственных учреждений и организаций, обладающих политическим и юридическим правом

воздействовать на ход экономических процессов и регулировать экономику представляет собой:

А. Домохозяйства

Б. Государство

С. Хозяйствующие субъекты

Д. Рынок

42. Какое понятие характеризует сумму спросов всех макроэкономических агентов на товары и услуги — сумму потребительских расходов, инвестиционных расходов, государственных закупок и спроса на чистый экспорт — и определяется — желанием макроэкономических агентов покупать товары и услуги?

Е. Совокупный спрос

Ф. Спрос

Г. Совокупное предложение

Н. Предложение

43. Какое понятие характеризует количество товаров и услуг, произведенных всеми фирмами в экономике, — величину совокупного выпуска — и определяется количеством и качеством экономических ресурсов (рабочей силы, капитала, земли и предпринимательских способностей) и уровнем существующей технологии?

А. Совокупный спрос

Б. Спрос

С. Совокупное предложение

Д. Предложение

44. Балансовый метод комплексной взаимосвязи объединенных в таблицы макроэкономических показателей, отражающих экономические процессы представляет собой:

А. Система национальных показателей

Б. Система национальных счетов

С. Система показателей деловой активности

D. Система показателей финансовой устойчивости

45. Какие принципы лежал в основе системы национальных счетов?

- A. Принципы бухгалтерского учета
- B. Принципы управленческого учета
- C. Принципы налогообложения
- D. Принцип финансового учета

46. К основным показателям совокупного выпуска не относят:

- A. валовой внутренний продукт
- B. валовой национальный продукт
- C. чистый внутренний продукт
- D. личный доход

47. К основным показателям совокупного дохода не относят:

- A. национальный доход
- B. личный доход
- C. валовой национальный продукт
- D. личный располагаемый доход

48. К основному критерию ВВП относят:

- A. территориальная принадлежность
- B. объем выпуска
- C. использование всех факторов производства
- D. ограниченность периода расчета

49. Валовой внутренний продукт измеряет:

A. рыночную стоимость всех конечных (т.е. предназначенных непосредственно для потребления) товаров и услуг, произведенных за определенный период времени во всех отраслях экономики на территории государства для потребления, экспорта и накопления, вне зависимости от национальной принадлежности использованных факторов производства.

B. совокупная стоимость всех конечных товаров и услуг, произведенных с помощью отечественных факторов производства как на территории страны, так и за ее пределами

С. величину стоимости ВВП, идущей на потребление населения и на частные инвестиции.

Д. совокупный доход собственников всех факторов производства: заработной платы, прибыли, ренты, процента.

50. ВВП отражающий реальный объем производства с учетом уровня цен текущего года, можно охарактеризовать как:

А. реальный

Б. номинальный

С. базовый

Д. текущий

51. ВВП, исчисленный в ценах какого-либо базового года, называется:

А. реальный

Б. номинальный

С. базовый

Д. текущий

52. Отношение номинального ВВП к реальному ВВП, показывающая как изменился уровень цен в текущем году по сравнению с базовым годом называется:

А. Дефлятор

Б. Инфляция

С. Темп роста

Д. Темп прироста

53. Совокупная стоимость всех конечных товаров и услуг, произведенных с помощью отечественных факторов производства как на территории страны, так и за ее пределами представляет:

А. национальный доход

Б. личный доход

С. валовой национальный продукт

Д. личный располагаемый доход

54. Устойчивая тенденция роста общего уровня цен представляет собой:

- A.инфляция
- B.дефляция
- C.станфляция
- D.бифляция

55 Прогнозируемый темп инфляции, при котором обесценение денег настолько незначительно, что сделки заключаются в номинальных ценах это –...

- A.умеренная (ползучая) инфляция
- B.галопирующая инфляция
- C.гиперинфляция
- D.скрытая инфляция

56. Обесценение денежных средств происходит настолько стремительно, что цены могут пересчитываться ежедневно и даже по несколько раз в день, это характеристика:

- A.умеренная (ползучая) инфляция
- B.галопирующая инфляция
- C.гиперинфляция
- D.скрытая инфляция

57. Инфляционные ожидания в экономике это:

A.оценка государством изменения темпов инфляции в будущем периоде.

B.оценка субъектами рынка изменения темпов инфляции в текущем периоде.

C.оценка государством изменения темпов инфляции в текущем периоде.

D.оценка субъектами рынка изменения темпов инфляции в будущем периоде.

58. Процесс включения человека в общественно полезную деятельность в обмен на зарплату или доход.

- A.экономическая занятость
- B.продуктивная занятость
- C.социально-полезная занятость
- D.социальная занятость

59. Вид безработицы, связанный с действием закона спроса и предложения:

- A.Фрикционная (добровольная) безработица
 - B.Структурная безработица
 - C.Технологическая безработица
 - D.Скрытая безработица
60. Чистый внутренний продукт определяется вычитанием из ВВП
- A.амортизационных отчислений
 - B.косвенных налогов
 - C.экспорта
 - D.импорта

Задания на выбор верных утверждений

1. Выберите верные утверждения

А.Простая двухсекторная модель экономики состоит из двух макроэкономических агентов — домохозяйств и фирм — и двух макроэкономических рынков — рынка товаров и услуг и рынка экономических ресурсов.

В.Домохозяйства действуютrationально, поэтому тратят на потребление — покупку потребительских товаров и услуг весь свой доход, полученный от продажи услуг экономических ресурсов.

С.Совокупные расходы в двухсекторной модели экономики включают два компонента: потребительские расходы домохозяйств и инвестиционные расходы фирм.

Д.Включение в анализ иностранного сектора превращает

двухсекторную модель экономики в трехсекторную, и означает появление новых видов макроэкономических взаимосвязей.

2. Выберите верные утверждения

А. Государственные закупки товаров и услуг, трансферты и субсидии представляют собой расходы правительства, а налоги — основной источник правительственных доходов, обеспечивающих оплату расходов.

В. К трансфертам относим пенсии, стипендии, пособия по безработице, пособия по бедности, пособия по нетрудоспособности и др.

С. Чтобы профинансировать профицит бюджета, правительство берет заем на финансовом рынке, выпуская государственные акции и продавая их.

Д. Для трехсекторной модели экономики справедливы все выводы, сделанные для двухсекторной модели, однако совокупные расходы состоят теперь из трех компонентов: потребительских С, инвестиционных I и государственных закупок товаров и услуг G.

3. Выберите неверные утверждения

А. Включение в анализ иностранного сектора дает четырехсекторную модель экономики и означает необходимость учета взаимоотношений национальной экономики с экономиками других стран, поэтому в диаграмме кругооборота появляются новые потоки.

Б. Отток капитала — это поступления денежных средств в экономику страны в результате продажи национальных финансовых активов иностранным покупателям и/или займов иностранных финансовых посредников

С. В модели открытой экономики равенство совокупных доходов и расходов не сохраняется.

Д. Потребительские расходы не относятся ни к инъекциям, ни к изъятиям, так как является и частью совокупных расходов, и частью совокупного дохода

1. Заполните пропущенные элементы на диаграмме кругооборота в простой (двуhsекторной) модели экономики.

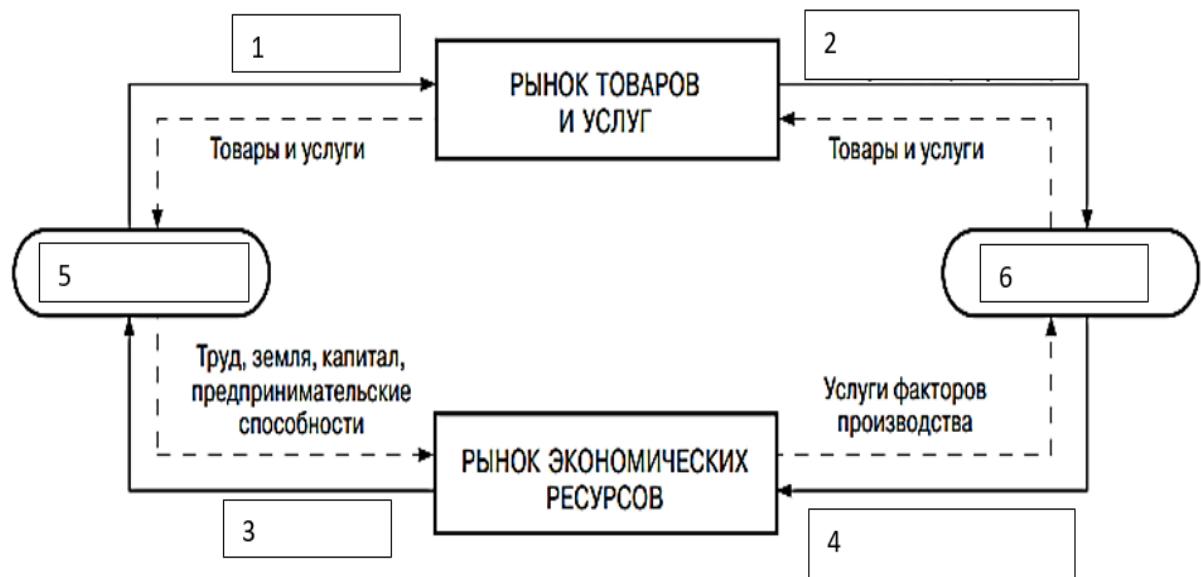


Рисунок 1 – Диаграмма кругооборота в простой (двуhsекторной) модели экономики

2. Заполните пропущенные элементы на диаграмме кругооборота в трехсекторной модели экономики.

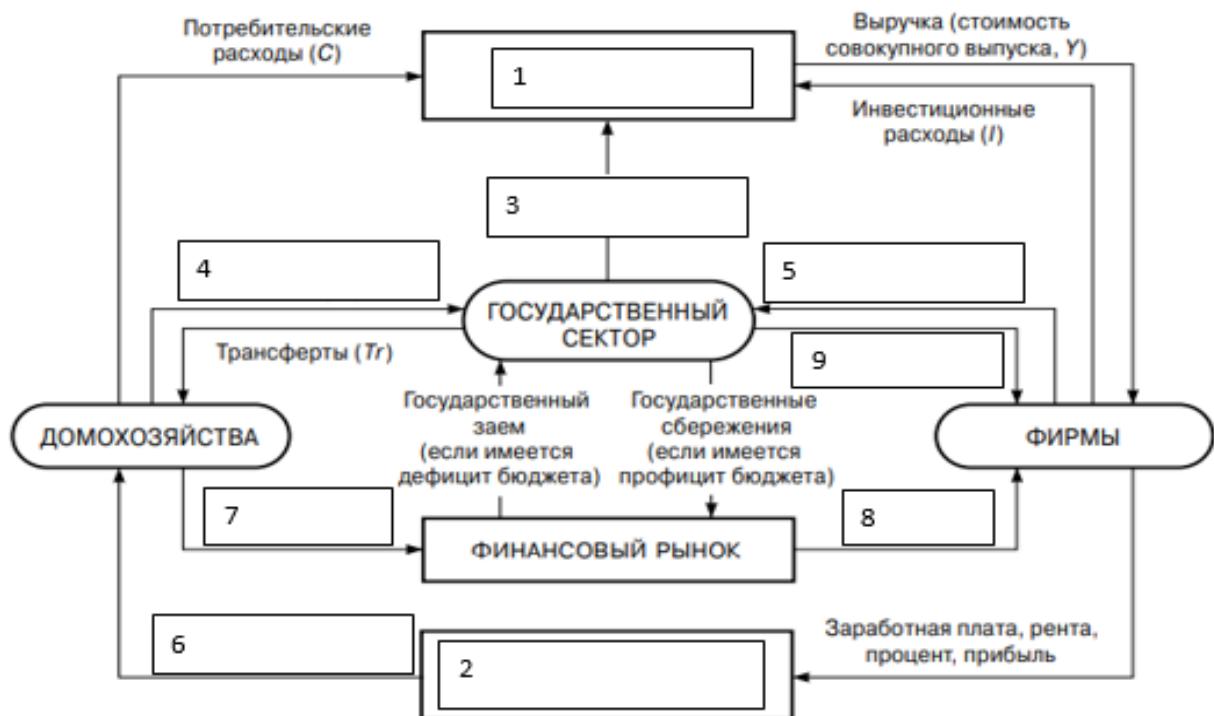


Рисунок 2 – Диаграмма кругооборота в трехсекторной модели экономики

3. Заполните пропущенные элементы на диаграмме кругооборота в

четырехсекторной модели экономики.

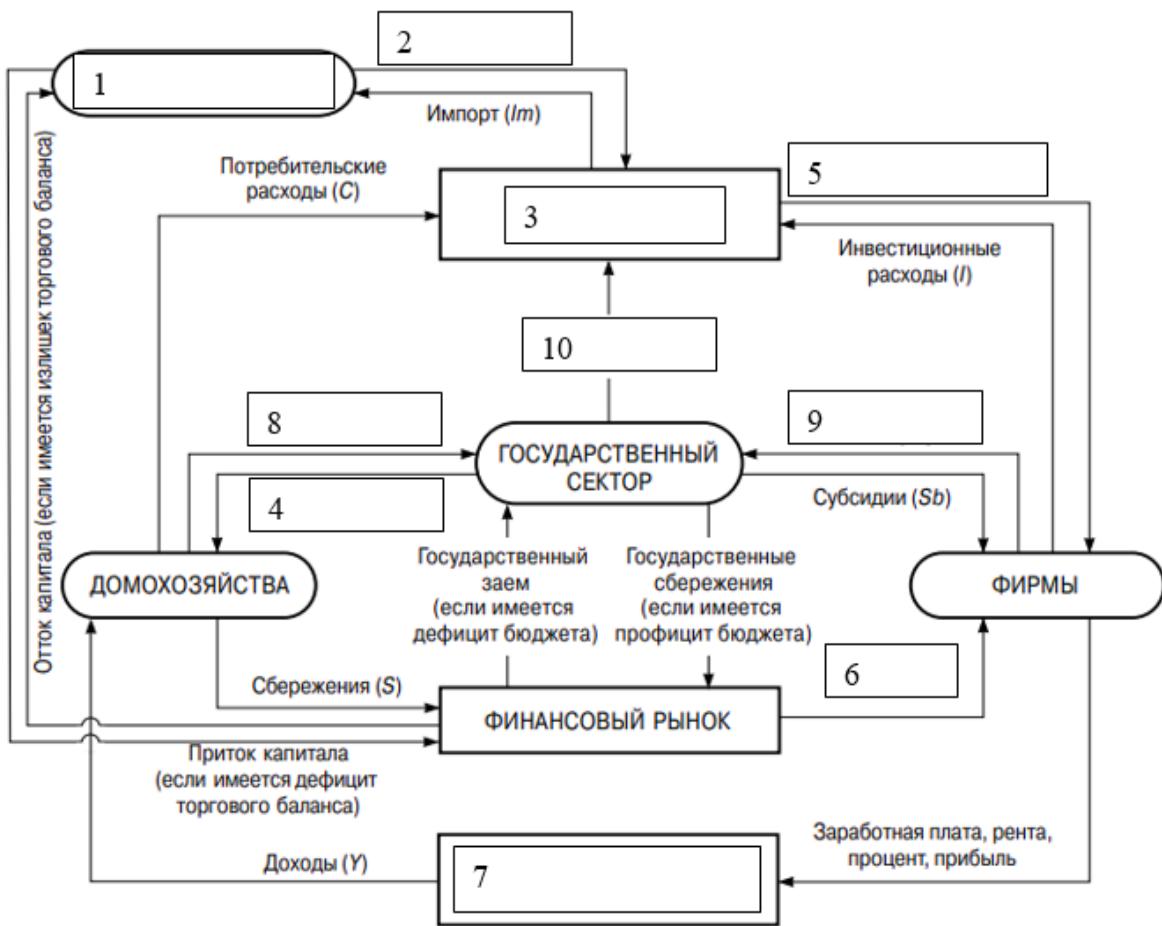


Рисунок 3 – Диаграмма кругооборота в четырехсекторной модели экономики с государственным сектором и иностранным сектором (модели открытой экономики)

Экономические задачи

1. Если эластичность спроса по цене на телевизоры равна -3 , то каково будет процентное изменение объема спроса на них, которое последует после 10% увеличения цены?
2. Предположим, что коэффициент перекрестной эластичности спроса на огурцы по цене помидоров по модулю равен 4 . Что случится с количеством огурцов, покупаемых на рынке, если цена одного килограмма помидоров уменьшится на 5% ?
3. Цена на товар выросла с 20 до 23 ден. ед. Коэффициент точечной эластичности спроса по цене равен (-2) . Найти первоначальный объем

рыночного спроса на товар, если после повышения цены он составлял 1200 штук.

4. К какой категории относят товар, если известно, что при среднем доходе покупателя 2300 ден. ед. объем индивидуального спроса на товар 5 ед., а при доходе 2500 ден. ед. – 6 ед.?

5. При цене продукта 50 денежных единиц объем его предложения составил 100 единиц. При снижении цены до 40 денежных единиц объем предложения сократился до 80 единиц. Рассчитайте коэффициент эластичности предложения.

6. Вычислить дуговую эластичность предложения по двум точкам: величина предложения увеличивается со 120 до 160 штук при росте цены с 4 до 10 ден. ед.

7. Сумма выплат по статьям амортизация, заработка плата управленческого персонала, налоговые и арендные платежи составляют 600 000 рублей, переменные издержки – 30 рублей на единицу. Рыночная стоимость продукции составляет 45 рублей. Сколько необходимо продукции произвести предприятию (в натуральном и денежном выражении), чтобы не нести убытки, но и не получать прибыль? Каким должен быть объем реализации продукции для получения прибыли в размере 210 000 рублей?

8. Выручка от реализации продукции составляет 50 000 рублей, себестоимость выпуска продукции (материалы, сырье, заработка плата) – 25 000 рублей, административные расходы – 10 000 рублей, объем производства – 5 000 изделий. Рассчитать: объем реализации, при котором прибыль предприятия равна нулю; объем реализации, необходимый для получения прибыли в размере 30 000 рублей;

9. Абитуриент поступил в ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ» на программу бакалавриата. Стоимость обучения в год составляет 125 000 рублей (оплата единовременная в начале учебного года), комиссия банка составляет 1% от суммы. На данный момент процент по рублевым вкладам

Сбербанка для жителей России составляет 11% годовых на тарифе "Промо Управляй". Каковы альтернативные, бухгалтерские и экономические издержки студента за 1 год?

10. Евгений рассматривает 2 варианта: поехать на курсы «WEB-разработчик» и сдавать квартиру в этот период за 15 000 рублей в месяц или трудоустроиться в магазин и не сдавать квартиру.

Общая стоимость курсов составляет 9 000 рублей, включая проезд до места проведения курсов, заработка в магазине 21 000 рублей в месяц, проезд до места работы составляет 500 рублей в месяц. Длительность курсов 5 месяцев. Определите альтернативные, бухгалтерские и экономические издержки.

11. Собственник квартиры желает установить 4 межкомнатные двери. Рассматривают предложения компаний «Ромашка» и «Лютик».

Компания «Ромашка» предлагает двери со скидкой 25%, услуги монтажа компания не предоставляет. Стоимость одной двери без учета скидки 19 000 рублей. Собственник квартиры может установить самостоятельно двери в неоплачиваемом отпуске длительностью 10 дней. Заработка плата составляет 65 000 рублей в месяц (средняя продолжительность 30 дней).

Компания «Лютик» поставляет двери по цене 19 000р, максимальную скидку компания может предоставить 5%. Стоимость демонтажных работ составляет 15% от стоимости дверей без учета скидки. Для выполнения монтажных работ требуется бригада из 2 монтажников. За установку одной двери каждому монтажнику необходимо заплатить 600 рублей.

Какой вариант предпочтительнее по экономическим издержкам?

12. ООО «Ромашка» в анализируемом периоде произвело 500 штук продукции по цене 1 000 д.е. за штуку. Затраты на производство этого количества продукции составили: на сырье и материалы – 50 д.е. на единицу, на электроэнергию производственного помещения – 15 000 д.е.,

на аренду помещений и служебного транспорта – 40 000 д.е., заработка плата составила: административных работников 60 000 д.е., основных рабочих – 30 000 д.е. На предприятии установлено оборудование стоимостью 200 000 д.е., амортизационные отчисления 20 000 д.е.. Средства, затраченные на приобретение оборудования, могли принести 10 % годового дохода, при ином варианте их использования. Фирма платит 15 000 д.е. за заемные средства. Свой риск фирма оценивает в 60 000 д.е. Определите TFC, TVC, TC, AFC, AVC, ATC, экономическую и бухгалтерскую прибыль.

13. В анализируемом периоде издержки кондитерской на аренду помещения составили 20 000 рублей. Собственник закупил ресурсов на 20 000 рублей, упаковочных материалов на 10 000 рублей, счет за электроэнергию в кондитерском цехе составил 10 000 рублей. В период кондитерская изготовила 2 000 единиц продукции. Определите совокупные издержки, средние издержки, средние переменные и средние постоянные издержки.

14. Выручка предприятия составила 1 500 000 рублей в год при средних переменных издержках – 153 руб. и средних совокупных издержках производства в 310 руб. Какую экономическую прибыль получит фирма, если рыночная цена одного товара – 600 руб.? Каковы совокупные переменные издержки? Каковы совокупные постоянные издержки?

15. На основе анализа показателей эффективности реализации бизнес-проекта было принято решение об открытии пекарни. Предприниматель арендует помещение за 22 000 рублей в месяц, заработка плата пекаря составляет 25 000 рублей в месяц, его помощника 15 000 рублей в месяц, коммунальные услуги составляют 5 000 рублей в месяц, затраты на ресурсы составляют 28 000 рублей в месяц. Структура расходов в течении года не меняется. Организуя бизнес, предприниматель отказывается от другого проекта, который приносил бы ему 150 000

рублей в год. Выручка пекарни в первый год работы составляет 1 950 000 рублей. Вычислите бухгалтерскую и экономическую прибыль пекарни за год.

16. На основе анализа показателей эффективности реализации бизнес-проекта было принято решение об открытии магазина игрушек. Предприниматель арендует помещение за 35 000 рублей в месяц, заработка плата продавца-консультанта составляет 27 000 рублей в месяц, коммунальные услуги составляют 15 000 рублей в месяц, затраты на приобретение игрушек составляют 30 000 рублей в месяц, затраты на маркетинг 23 000 рублей в месяц. Структура расходов в течении года не меняется. Организуя бизнес, предприниматель отказывается от другого проекта, который приносил бы ему 200 000 рублей в год. Выручка магазина в первый год работы составляет 1 800 000 рублей. Вычислите бухгалтерскую и экономическую прибыль магазина.

17. Предприятие производит 4 000 единиц товара, арендные платежи составляют 30 000 рублей в месяц. Был привлечен заемный капитал в объеме 100 000 рублей, ежемесячно собственник выплачивает 20% от суммы заемного капитала. Кроме того, затраты при выпуске на единицу товара на оплату труда производственных рабочих составляют 70 рублей, затраты на материалы – 50 рублей, затраты на электроэнергию производственного цеха составили – 20 рублей. Рассчитайте общие, постоянные и переменные издержки производства, а также средние общие издержки, при условии, что структура и объем постоянных затрат стабильны в течении всего года.

18. Торговая компания в анализируемом периоде реализовала 700 единиц товара по цене 255 д.е. Затраты на реализацию этого количества товара составили: на упаковочные материалы – 30 д.е. на единицу товара, на электроэнергию торгового помещения – 8 000 д.е., на рекламную акцию – 20 000 д.е. Заработка плата продавцов составила 40 000 д.е., заработка плата промоутеров составила 1000 д.е. за 100 листовок, раздали 500

листовок. Компания отказалась от вложения капитала, который мог бы приносить 25 000 д.е дохода. Определите TFC, TVC, TC, AFC, AVC, ATC, экономическую и бухгалтерскую прибыль.

19. Произведите расчет ВВП доходным методом, если известно, что: заработка плата составила 16 000 д.е., рентный платеж 10 000 д.е., процентные платежи 6 000 д.е., доходы собственников 11 000 д.е., прибыль корпораций 22 000 д.е., косвенные налоги 7 500 д.е., амортизационные отчисления 5 000 д.е., чистый доход иностранных факторов 3 500 д.е..

20. Используя основное тождество системы национальных счетов (CHС) произведите расчет добавленной стоимости (ВВП), если известно, что расходы на потребление составили 1 500 д.е., суммарные инвестиции частного сектора 950 д.е., государственные закупки – 1 600 д.е., из страны был произведен вывоз товаров на сумму 2 100 д.е., импортировали на сумму 1 300 д.е.

21. Представлены данные о ценах и количестве двух категорий товаров, необходимо рассчитать:

- 1) номинальный ВВП 2024 г.
- 2) номинальный ВВП 2025 г.;
- 3) реальный ВВП 2024 г. и 2025 г., приняв за базовый 2024.
- 4) абсолютное изменение, темп роста и темп прироста реального ВВП.

Товары	2024		2025	
	q, н.е.	p, д.е.	q, н.е.	p, д.е.
Гречка	120	80	140	90
Рис	130	110	150	130

22. Рассчитайте изменение уровня цен в текущем году по сравнению с базовым годом если известно, что ВВП реальный составил 35 000 д.е., ВВП номинальный 20 000 д.е.

23. Рассчитайте ВВП номинальный, если известно, что изменение уровня цен в текущем году по сравнению с базовым годом составило 50%, ВВП реальный 55 000 д.е.

24. Рассчитайте значение чистого внутреннего продукта и чистого национального продукта, если известно, что ВВП составляет 156 000 д.е., ВНП 120 000 д.е., а стоимость инвестиционных товаров, остающихся в сфере производства составила 85 000 д.е. Используя полученные данные произведите расчет национального и внутреннего дохода, если известно, что косвенные налоги составляют 5 000 д.е.

25. Рассчитайте значение личного дохода и располагаемого личного дохода, если известно, что национальный доход составил 98 000 д.е., взносы на социальное страхование 16 000 д.е., нераспределенная прибыль хозяйствующих субъектов 19 000 д.е., трансферты 22 000 д.е.. проценты по государственным облигациям 15 000 д.е., подоходный налог 17 000 д.е., неналоговые платежи 8 000 д.е.

26. Каким должен быть уровень инфляции для текущего года, если ожидаемый уровень цен равен 112,4, а в предшествующем году он был 117,5.

27. Определите уровень общей безработицы, если количество населения составляет 160 000 человек, не включаются в рабочую силу 50 000 человек, к занятым относят 80 000 человек.

28. В обществе экономически активное население составляет 250 000 человек, 5 000 человек ожидают выход на работу, 6 000 человек остались без работы в связи с цифровой трансформацией общественной жизни, 3 000 человек остались без работы в связи со спадом в экономике и сокращением производства. Необходимо рассчитать: уровень фрикционной, структурной, циклической естественной и фактической и общей безработицы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Берг, Д.Б. Модели жизненного цикла: учеб. пособие / Д.Б. Берг, Е.А. Ульянова, П.В. Добряк. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014.
2. Лобанова, Е.Э. Экономика труда и занятость: учеб. пособие / Е.Э. Лобанова, Е.И. Галиутинова; СибГУ им. М.Ф. Решетнева. — Красноярск, 2017.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: учебник / К.Р. Макконел, С.Л. Брю. — Электрон. текстовые данные. — Изд. ИНФРА-М», 2003.
4. Макконнелл, К.Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: Учеб.: Пер. с англ./ К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю; Науч. консультант В. С. Автономов. -М.: ИНФРА-М, 2003.
5. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник / под ред. Л. И. Юзлович, М. С. Марамыгина, Е. Г. Князевой. — Екатеринбург: Изд-во Урал. федер. ун-та, 2019.
6. Финансы: учебник / Ю.С. Долганова, Н.Ю. Исакова, Н.А. Истомина [и др.]; под общ. ред. канд. экон. наук, доц. Н.Ю. Исаковой; Мин-во обр. и науки РФ. — Екатеринбург: Изд во Урал. ун та, 2019. — 336 с.
7. Экономическая теория: Учеб. для вузов по экономическим специальностям / Т.Г. Бродская, В.И. Видяпин, О. В. Бургонов и др. - Под общ.ред. В.И. Видяпина и др. - Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова. — С-СПб. гос. ун-т экономики и финансов. - М.: Инфра-М, 2003.
8. Экономика: Учеб. для вузов по экон. специальностям и направлениям / А.С. Булатов, И.И. Большаков, В. В. Виноградов и др. - Под ред. А.С. Булатова. -М.: Юристъ, 2002.
9. Экономическая теория: сб. задач / И.А. Баев, Т.А. Худякова, А.В. Шмидт; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию, Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. «Экономика и финансы».

Учебное издание

Камнева Виктория Викторовна
Артебякина Ольга Викторовна

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Учебное пособие

Издательство ООО «АБРИС»
454007, г. Челябинск, пр. Ленина, 15

Объем 31,74 усл. печ. л. Подписано в печать 24.10.2025

Тираж 500 экз. Бумага типографская
Формат 60x84 1/16. Заказ № 244.

Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии Вера
454000, г. Челябинск, ул. Свободы, 22