

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Дмитриев Николай Николаевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 11.07.2023 06:28:14  
Уникальный программный ключ:  
f7c6227919e4cdbfb4d7b681901ff8557b77cafbdd

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Иркутский государственный аграрный университет имени А.А. Ежевского  
Колледж автомобильного транспорта и агротехнологий

А.Е.Кабанов

## **ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ**

МИКРОЭКОНОМИКА

Учебное пособие

ИРКУТСК 2016

УДК 330.101(075)

ББК 65.012.1

К 12

Кабанов А.Е. Основы экономики. Микроэкономика: Учебное пособие / А.Е. Кабанов. – Иркутск: Издательство ИрГАУ, 2016. - 75 с.

Рекомендовано к печати предметно-цикловой комиссией общегуманитарных и социально-экономических дисциплин Колледжа автомобильного транспорта и агротехнологий (протокол № 7 от 17 марта 2016 г.).

Рецензенты:

доктор сельскохозяйственных наук, руководитель Филиала ФГБУ «Россельхозцентр» по Иркутской области А.В.Полномочнов.

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и бухгалтерского учета в АПК ФГБОУ ВО «Иркутского государственного аграрного университета имени А.А. Ежевского» И.Н. Малыхина.

В систематизированном виде излагаются общие теоретические положения программного раздела «Микроэкономика» курса «Основы экономики», представлены необходимые сведения по аграрным проблемам рыночной экономики и главным учебно-методологическим вопросам микроэкономики. Данное пособие поможет самостоятельной работе студентов при подготовке к семинарам, тестам, контрольным работам и экзаменам.

Учебное пособие подготовлено в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования и программы дисциплины «Основы экономики» для специальности 23.02.03 «Техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта».

□□ Кабанов А.Е., 2016

□□ Издательство ИрГАУ, 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1. Общие вопросы экономической теории.....	5
2. Экономическая система, её содержание и виды.....	15
3. Рынок как форма организации общественного производства.....	22
4. Экономическая природа конкуренции.....	35
5. Основы теории фирмы. Издержки производства и прибыль.....	49
6. Рынки факторов производства.....	58
7. Тест-драйв по микроэкономике .....	69
8. Тематика рефератов .....	72
Список литературы .....	73

## ВВЕДЕНИЕ

Важнейшими задачами образовательной стратегии развития высшей школы является формирование у каждого студента интересов и стимулов к труду, раскрепощение его интеллектуальных, организаторских, духовных способностей. Непредсказуемость рыночных реформ и деятельности государственных структур обуславливают необходимость формирования у молодого специалиста нового экономического мышления на основе глубокого понимания явлений, процессов и хозяйственных проблем. Студент должен знать и применять на практике экономические категории, методы и модели рыночной экономики, определять поведение участников рынка и их стимулы, сопоставлять и находить эффективные варианты хозяйственной деятельности, ориентироваться в современной экономической политике государства.

Учебное пособие раскрывает структуру современной микроэкономики, как в классическом варианте изучения, так и в более широком плане, охватывающем ряд смежных наук, основанных на принципах экономики и использующих её подходы, методы и инструменты изучения. В данном пособии сформулированы главные характеристики экономических субъектов рынка, приведены контрольные вопросы и тест-драйв, позволяющие студенту самостоятельно углубить знания по дисциплине «Основы экономики».

Основная цель пособия - познакомить студентов с основными понятиями, концепциями и закономерностями экономических процессов для последующего применения этих знаний в практической деятельности. Курс микроэкономики помогает понять главные тенденции поведенческих изменений в национальной экономике и в сфере сельскохозяйственного производства, определить их характер и перспективы. Овладение знаниями микроэкономики создает основу для понимания важнейших характеристик и законов рыночной экономики, позволяет оценить соответствие государственной социально-экономической политики существующим потребностям общества.

## 1. Общие вопросы экономической теории

1.1. Предмет, структура и функции экономической теории.

1.2. Исторические этапы и направления экономической теории.

1.3. Проблема производственных возможностей. Альтернативные издержки.

### 1.1. Предмет, структура и функции экономической теории

В широком смысле *экономика* представляет собой способ организации хозяйственной деятельности, направленный на создание и использование жизненных благ, необходимых для удовлетворения потребностей людей и общества.

Впервые название экономической науки было дано великим философом и ученым Древней Греции Аристотелем (от греческого словосочетания «ойкос» - дом, хозяйство и «номос» - закон, правило). В буквальном переводе с древнегреческого экономика означает законы хозяйства.

Экономическая наука зародилась позже, чем сама экономика. В течение многих тысячелетий люди хозяйствовали, опираясь на передаваемый из поколения в поколение опыт. При этом поведение людей в любой экономической системе первоначально определяется их потребностями. Удовлетворение потребностей даёт человеку возможность жить, к чему-то стремиться, радоваться жизни, творить. *Потребность* - это нужда или недостаток в чём-либо, необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития человека, социальной группы или общества в целом.

С развитием человека и общества в целом происходит переход от более низкого уровня потребностей к более высокому уровню. Потребности высшего порядка, по мере насыщения ими общества, становятся обычными, а обычные попадают в разряд низших потребностей. Таким образом, потребности общества и людей имеют тенденцию к возрастанию в условиях ограниченности ресурсов. Всё это характеризует *закон возрастания потребностей*, т.е. их постоянный количественный и качественный рост. Таким образом, практически в качестве основного мотива хозяйственной деятельности выступают именно потребности людей.

Средства, удовлетворяющие потребности, называются *благами*. Это - вещи, явления, товары, услуги, предметы и средства труда и т.п. Экономическая деятельность людей представляет собой постоянно продолжающийся процесс создания благ и услуг. В современных условиях процесс формирования благ приобрёл форму общественного производства.

Для удовлетворения потребностей необходимо иметь возможности для производства благ, другими словами нужны ресурсы, которые выступают как материальная основа производства.

*Ресурсами* называются ценности, которыми обладает данное общество и которые используются для создания материальных и нематериальных благ. Иными словами, это экономический потенциал, которым обладает общество на данный момент и который оно использует.

Ресурсы подразделяются на следующие виды:

1. *Природные* – потенциально пригодные для применения в производстве естественные силы и вещества (земля, недра, водные, лесные и биологические, климатические).
2. *Трудовые* – экономически активное население трудоспособного возраста и предпринимательские способности.
3. *Материальные* – все созданные трудом человеком средства производства, выступающие результатом производства.
4. *Финансовые* – денежные средства, выделяемые в обществе на организацию производства.

Однако не все виды ресурсов могут быть вовлечены в процесс общественного производства. С этой целью используется понятие «факторы производства».

*Факторы производства* - это экономические ресурсы, то есть ресурсы, непосредственно используемые экономическими субъектами для производства товаров и услуг. Факторы производства представляют собой реально вовлеченные в процесс производства ресурсы.

Наиболее известная в экономике классификация факторов производства: *труд, капитал, земля, предпринимательская способность*.

*Труд является основой производства*. В экономической теории под трудом как фактором производства подразумевается целенаправленное применение в процессе производства товаров и услуг рабочей силы, т.е. физических и интеллектуальных способностей людей к труду.

*Капитал* - это товары, созданные трудом человека для их дальнейшего применения в производстве продуктов и услуг. Капитал - это здания, сооружения, станки, оборудование, инструменты, материалы, транспортные средства, склады, трубопроводы, системы водоснабжения и канализации и т.д. Капитал - это средства труда, которые созданы человеком, и в силу этого он носит ограниченный характер. Человеческий капитал - знания, способности, квалификация - реализуются человеком в повседневной трудовой деятельности, обеспечивающей получение более высокого дохода.

*Земля* – это все естественные ресурсы, используемые в производстве продуктов и услуг: пахотные сельскохозяйственные земли, леса, водные ресурсы, полезные ископаемые. Все богатства, даримые человеку землей, ограничены по своей природе, т.е. сама земля является практически невозпроизводимым средством производства. В сельском хозяйстве это главное средство производства, вне его - сырьевой источник. Земля может выступать и объектом собственности. Её владелец может сам не участвовать в процессе производства, но получать при этом доход, отдавая землю в аренду.

*Предпринимательская способность человека* как фактор производства - это особый вид человеческих ресурсов, способность объединять в процессе производства все вышерассмотренные факторы в единую хозяйственную систему, способность рисковать и внедрять в производство новые идеи и технологии, это разновидность таланта и умения личности обобщать и принимать решения. Предпринимательство - активная, инициативная деятельность человека, направленная на получение прибыли с условием предпринимательского риска.

Современная концепция экономической теории дополняет эту систему такими факторами, как информация, время, современная наука.

*Информация* как фактор производства - это объект и процесс создания, хранения, передачи, использования особого ресурса, способствующего выработке адекватных экономических решений, обеспечивающих эффективное функционирование фирмы и устойчивое развитие общественного производства.

Многие экономисты выделяют как особый экономический ресурс *время*. Люди в своей производственно-финансовой деятельности располагают ограниченным количеством этого невозпроизводимого ресурса.

*Наука* как фактор производства представляет собой сферу человеческой деятельности, функцией которой является выработка и систематизация объективных знаний о действительности. Наука как экономический ресурс общественного производства создает инновации. Инновации в свою очередь обеспечивают будущее развитие человеческого общества.

Каждый фактор производства способен принести своему владельцу доход. Характерной особенностью факторов является их взаимозаменяемость и взаимодополняемость. Факторы производства обладают одним общим свойством - относительной ограниченностью - и поэтому называются редкими ресурсами. *Ограниченность ресурсов* проявляется в том, что экономические блага можно получить лишь в ограниченном количестве по сравнению с потребностями, которые они могут удовлетворить.

В настоящее время общепризнанным является определение *предмета экономической теории*, данное английским экономистом Л. Роббинсом (1898 - 1984 гг.): «Экономическая наука - это наука, изучающая человеческое поведение с точки зрения соотношения между целями и ограниченными средствами, которые могут иметь различное употребление». Другими словами, экономическая теория исследует отношения между людьми в процессе производства, распределения, обмена и потребления благ в условиях ограниченности ресурсов.

В *структуре экономической теории* в зависимости от объекта исследования выделяют следующие четыре уровня, имеющих между собой логическую связь и взаимообусловленных друг другом: микроэкономика, мезоэкономика, макроэкономика и мировая экономика.

*Микроэкономика* - это часть экономической теории, в которой изучается поведение предприятий, организаций, домашних хозяйств и других

экономических субъектов, производящих товары и услуги, а также функционирование отдельных рынков, эффективность распределения и использования ресурсов. Микроэкономика исследует хозяйственную деятельность отдельных экономических субъектов (предприятий, фирм и т.д.). Особое внимание уделяется таким экономическим показателям, как спрос на товары и услуги, их предложение на рынке, формирование рыночных цен, влияние налогов на экономическую деятельность предприятия.

*Мезоэкономика, или региональная экономика*, рассматривает хозяйственную систему определённой территории: региона, области, города, района, округа и т.п. Она позволяет изучать поведение промежуточных систем или отраслей народного хозяйства (например, агропромышленный комплекс, здравоохранение, физическая культура и спорт, транспорт и др.).

*Макроэкономика* исследует функционирование и динамику национальной экономики в целом, а также её крупных секторов, таких как государственный и частный сектор, государственные финансы и денежно-кредитную сферу, топливно-энергетический комплекс и т.д. Макроэкономика изучает динамику валового внутреннего продукта, общественного производства, показателей инфляции, уровня занятости, проблемы совокупного спроса и предложения.

*Мировая экономика* - это часть экономической теории, где анализируется развитие мирового хозяйства в целом, взаимодействие национальных экономик, сфера международных экономических отношений.

Одной из основных проблем эффективного функционирования экономики является проблема выбора. Суть проблемы выбора в том, что, если каждый используемый для удовлетворения потребностей фактор производства ограничен, то всегда существует проблема альтернативности его использования.

Отражением данной проблемы является постановка *трех основных вопросов экономики* (рис. 1).

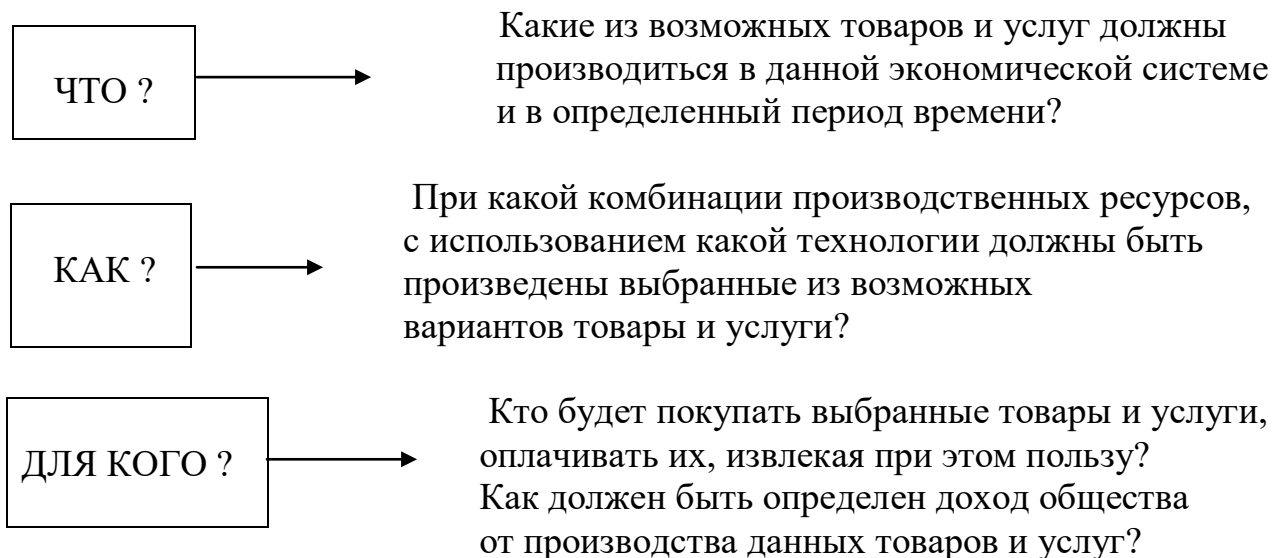


Рис.1. Основные вопросы экономики



Любая система материального мира, и экономическая теория как наука в том числе, выполняет совершенно определенные функции. Экономисты выделяют следующие *функции экономической теории*.

- *Познавательная функция* состоит в глубоком рассмотрении законов экономики и современных тенденций развития экономических систем. Познавательная функция подразумевает постижение закономерностей, по которым развивается экономика, формулирование принципов ее развития, предвидение последствий этого, составление и описание моделей, действующих в экономике.

- *Методологическая функция* заключается в разработке методов, средств и научного инструментария, необходимых для исследования экономических явлений и процессов. Каждая из экономических наук базируется на экономических закономерностях, формулируемых экономической теорией. Иначе говоря, совокупность устанавливаемых закономерностей, формулируемых принципов экономики, предугадываемых последствий служит фундаментом, базой для других экономических наук.

- *Практическая (прагматическая) функция*, задачей которой является экономическое обоснование политики государства, выявление принципов и методов рационального ведения национального хозяйства.

Только с помощью практики можно проверить верность того или иного суждения, теоретического постулата. Познавая действительность, выводя теоретические закономерности, экономическая теория служит основой для принятия экономических решений на различных уровнях регулирования и управления субъектами хозяйствования.

Человек выделяется из животного мира именно тем, что стремится познать себя и окружающий мир, определить свое место в нем, распознать ценности, которые находятся вокруг него. Немецкий философ Ф. Ницше (1844-1900) писал, что «...человек обозначает себя как существо, которое измеряет ценности, оценивает и мерит, как оценивающее животное само по себе».

- *Критическая функция*, целью которой является выяснение не только достижений, но и недостатков различных экономических систем, определение путей исправления этих недостатков, разработка способов преодоления негативных явлений и процессов в рыночной экономике.

- *Прогностическая функция* связана с определением научных основ предвидения тенденций и перспектив научно-технического и социально-экономического развития общества на обозримое будущее. Человек познает реальность, прежде всего для того, чтобы получить ключ, позволяющий заглядывать в будущее, учиться предвидеть его, предугадывать и, исходя из познанных закономерностей, выстраивать свое поведение и влиять на поведение окружающих. Таким образом, возникает потребность в прогнозировании будущего. Прогноз - это предвидение будущего, он основывается на знании закономерностей развития.

## 1.2. Исторические этапы и направления экономической теории

Истоки экономической науки следует искать в учениях мыслителей древнего мира. Древнеиндийские "Законы Ману" (IV-III вв. до н.э.), вавилонские "Законы царя Хаммурапи" (XVIII до н.э.), древнекитайская "Книга перемен" и другие источники отмечали существование общественного разделения труда, частной собственности, отношений господства и подчинения между людьми.

Взгляды древнегреческих философов Ксенофонта (430-354 гг. до н.э.), Платона (427-347 гг. до н.э.), Аристотеля (384-322 гг. до н.э.) можно характеризовать как исходные пункты современной экономической науки. В частности, этими учёными рассматривались такие вопросы как полезность и цена товара, меновые отношения, функции денег и др. Считается, что сам термин "экономика", обозначающий учение о ведении хозяйства, был введен в научный оборот Аристотелем.

Аристотель - первый экономист, ученик Платона, учитель Александра Македонского. Его заслуги заключаются в том, что он первым выделил отдельные категории экономической теории, поставил вопрос о сравнимости всего, что "подвергается обмену", высказал идеи о полезности и правильном обмене хозяйственных благ. В период расцвета Древнего Рима особое значение получили экономические проблемы прикладного, прежде всего аграрного характера.

Христианство изменило оценку хозяйственной деятельности. Оно объявило труд необходимым и святым делом. В Библии можно найти правила хозяйственной жизни древнего общества, понятия справедливости, собственности, принципы распределения произведённого продукта.

Как наука экономическая теория возникает в XVI - XVII вв. (табл. 1). Истоками ее классического периода стало развитие *меркантилизма* (от итальянского "мерканте" - торговец). Основной проблемой меркантилистов являлось нахождение способов, с помощью которых государство могло бы накапливать золото и серебро, считавшиеся главными из богатств того времени. Наиболее известными способами стали запрещение импорта товаров и вывоза драгоценных металлов из страны, а единственным источником богатства считалась торговля.

В конце XVII в. начинают формироваться другие экономические школы. *Физиократы* отвергали учение меркантилистов, считая, что источником богатства является продукция, произведенная в сельском хозяйстве.

Адам Смит и Давид Рикардо вошли в историю экономики как основоположники *классической экономической теории*. Её основная идея - либерализм, минимальное государственное вмешательство в экономику, рыночное саморегулирование на основе свободной конкуренции, которое А. Смит назвал "невидимой рукой" рынка.

Таблица 1. Основные исторические направления экономической теории

Важнейшие школы	Период развития	Крупнейшие представители	Основные труды
<b>Меркантилизм</b>	XVI - XVII вв.	Томас Ман (1571-1641)	"Богатство Англии во внешней торговле" (1664)
<b>Физиократы</b>	XVII - XVIII вв.	Франсуа Кенэ (1694-1774)	"Экологическая таблица" (1758)
<b>Классическая экономическая теория</b>	XVIII - XIX вв.	Адам Смит (1723-1790)	"Исследования о природе и причинах богатства народов" (1776)
<b>Марксизм</b>	XIX – XX вв.	Карл Маркс (1818-1883)	Капитал (1867)
<b>Неоклассическая экономическая теория</b>	XX в.	Альфред Маршалл (1842-1924)	"Принципы экономической теории" (1890)
<b>Кейнсианство</b>	XX в.	Джон Мейнард Кейнс (1883-1946)	"Общая теория занятости, процента и денег" (1936)
<b>Институционализм</b>	XX в.	Джон Кеннет Гелбрейт (р. 1908)	"Новое индустриальное общество" (1961)
<b>Монетаризм</b>	XX в.	Милтон Фридмен (р. 1912)	"Капитализм и свобода" (1962)

В середине XIX века К. Маркс и Ф. Энгельс создали теоретическую концепцию, получившую обобщенное название *марксизм*. Их идеи раскрывали главные законы образования и развития капитализма, пути перехода и формирования социализма.

Параллельно с марксизмом была сформулирована теория *маржинализма* (от английского "пределный"), положившая начало новому неоклассическому этапу развития экономической мысли. Маржинализм исходил из использования предельных экономических величин, характеризующих изменение состояния экономической системы или объекта анализа.

В начале XX в. сформировались *современные экономические теории*. Их главными направлениями являются неоклассическое, кейнсианское и институционально-социологическое. *Неоклассическое направление* стало связываться с оформлением "нового классического экономикса", представляющего собой попытку синтезировать маржинализм и классические принципы экономики.

Основателем *кейнсианского направления* является Джон Мейнард Кейнс (1883 - 1946). В его работах было дано важнейшее теоретическое обоснование государственного регулирования экономики путем проведения финансовой и денежно-кредитной политики.

Родоначальником *институционально-социологического направления* является Торстейн Веблен. Название концепции происходит от латинского "институтиум" - учреждение, организация, установление. Все её сторонники рассматривают экономику как общественную систему, включающую совокупность экономических и внеэкономических факторов и отношений.

Современная экономическая теория, являясь наследницей богатейшего знания, не отбрасывает ничего из того, что внесли в неё экономисты прошлых веков. Многие экономисты сделали выдающиеся открытия в теории, которые нашли свое применение на практике и способствовали воздействию на экономическое развитие. Свидетельством тому является ежегодное присуждение Нобелевской премии в области экономики - высшей научной награды, которая присуждается с 1969 г. В настоящее время насчитывается свыше 30 лауреатов премии, среди них П. Самуэльсон, В. Леонтьев, М. Фридмен, Л. Канторович, К. Эрроу, Дж. Хикс, Р. Соллоу, Я. Тинберген и другие известные экономисты.

Среди первых российских экономистов можно выделить Ивана Тихоновича Посошкова, современника Петра 1, представителя российского меркантилизма. В своё время он не ограничивался анализом только сферы обращения, рассматривал проблемы промышленного и сельскохозяйственного производства. Он выступал за необходимость поддержки отечественных производителей, считал, что выгоднее вывозить не сырьё, а готовую продукцию; предлагал запретить ввоз в Россию тех товаров, которые могут производиться в стране.

### **1.3. Проблема производственных возможностей. Альтернативные издержки.**

Итак, производство – это целесообразная экономическая деятельность людей, направленная на удовлетворение их потребностей. Однако редкость ресурсов определяет ограниченность производственных возможностей общества, т.е. общество вынуждено производить ограниченное, строго определённое количество благ (товаров и услуг). Отсюда следует, что общество для удовлетворения потребностей при ограниченных ресурсах выбирает альтернативные варианты использования ресурсов.

Так, если все ресурсы общества направлены на строительство автомобильных дорог, то общество получит максимальное их количество. При этом другие общественные блага (школы, больницы, детские садики и т.д.) вообще производиться не будут. Возможна и другая обратная альтернатива. Однако обществу нужны одновременно различные виды товаров и услуг. Общество может направлять часть ресурсов на строительство дорог, а часть средств может направить на сооружение школ, больниц, детских садиков. При этом могут быть различные варианты *производственных возможностей*, под которыми понимаются возможности общества по производству товаров при

полном эффективном использовании всех имеющихся ресурсов при данном уровне развития технологии.

Представим альтернативные производственные возможности в табл. 2.

Таблица 2. Производственные возможности экономики государства

Варианты возможностей	Строительство дорог	Строительство школ, больниц	Альтернативные издержки
А	24	0	-
Б	22	1	2
В	18	2	4
Г	13	3	5
Д	7	4	6
Е	0	5	7

По приведённым данным можно построить график и получить кривую производственных возможностей (А,Б,В,Г,Д,Е).

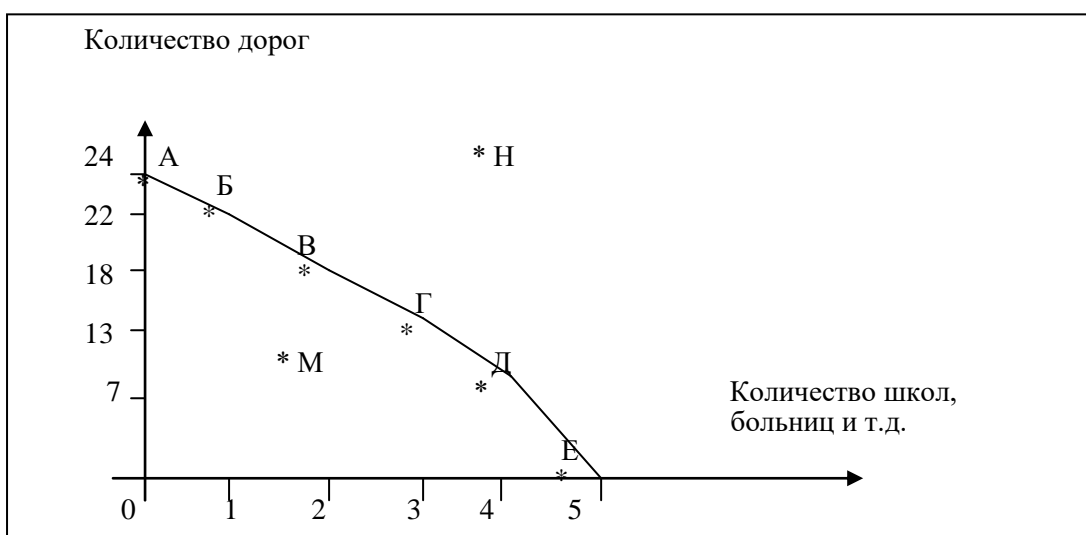


Рис. 2. Кривая производственных возможностей

Общество осуществляет выбор между строительством дорог и объектами социальной сферы (школы, больницы и др.). Каждая точка на линии производственных возможностей (рис. 2) представляет определённую комбинацию производства двух видов благ. Кривая производственных возможностей показывает максимально возможный объём одновременного производства товаров при полном использовании ресурсов и технологий, которыми располагает общество.

Функционирование экономической системы на границе своих возможностей (точки А,Б,В,Г,Д,Е) свидетельствуют о том, что экономика эффективна. Если выбрать вариант, характеризующей точкой М, то он не позволит использовать

все имеющиеся ресурсы, а точкой Н – указывает неосуществимость такого плана, так как эта точка находится за границей производственных возможностей общества.

Кривая производственных возможностей показывает, что увеличение производства одного блага возможно только за счет одновременного уменьшения производства другого блага. Содержание проблемы выбора заключается в том, что если экономический ресурс, используемый для удовлетворения потребностей общества, ограничен, то всегда существует возможность альтернативного его применения. Следовательно, выбирая, предпочитая производство одного блага другому, общество чем-то должно жертвовать. То, от чего общество отказывается, называется альтернативными (вменёнными или скрытыми) издержками достижения выбранного результата.

*Альтернативные издержки* производства любого блага – это количество другого блага, которым надо пожертвовать, чтобы получить дополнительную единицу данного блага.

Кривая производственных возможностей является вогнутой от точки начала координат, демонстрируя, что наращивание производства одного блага сопровождается всё большим сокращением производства другого блага. На основе этих наблюдений можно сформулировать *закон возрастающих альтернативных издержек*: в экономике полной занятости, эффективного использования ресурсов и технологий при увеличении производства одного блага на единицу приходится жертвовать всё большим количеством другого блага.

### Контрольные вопросы

1. Как вы понимаете предмет современной экономики?
2. Назовите основные функции экономической теории. Охарактеризуйте каждую из них.
3. Какие методы научного познания используются в экономике?
4. Что включает в себя структура экономики?
5. Сформулируйте основные положения исторических школ экономической теории до конца XIX века, назовите их основных теоретиков.
6. Дайте характеристику современных направлений и школ экономики (XX – XXI вв.), кто является представителем каждой из школ?
7. Назовите основные вопросы экономики.
8. Что показывает кривая производственных возможностей (КПВ)?
9. Что представляет собой каждая точка на КПВ? Слева и справа от КПВ?
10. Какая точка на КПВ свидетельствует о полном использовании имеющихся ресурсов?
11. При каких условиях КПВ изменяет своё положение на графике?
12. Что такое альтернативные (вменённые) издержки? Каков экономический смысл закона возрастающих альтернативных издержек?

## 2. Экономическая система, её содержание и виды

2.1. Сущность экономической системы и её виды.

2.2. Инфраструктура рыночной экономики

2.3. Модель кругооборота продуктов и ресурсов

### 2.1. Сущность экономической системы и её виды

*Экономическая система* - это часть общественной системы, сфера человеческой деятельности, в которой осуществляется производство, обмен, распределение и потребление товаров, услуг и факторов производства.

В современной экономике для классификации различных экономических систем используются два основных критерия: преобладающая форма собственности на средства производства и способ координации и управления экономической деятельностью.

На основе этих критериев экономическая наука выделяет *традиционную, рыночную, централизованную и смешанную экономику*, которые различаются способами и методами решения основных экономических проблем общества.

*Традиционная экономическая система* основана на натуральном, как правило, сельскохозяйственном производстве. В традиционной экономической системе обычаи и традиции выполняют важнейшую роль в регулировании отношений производства и потребления экономических благ. До сих пор она ещё существует в слаборазвитых странах (некоторые страны Африки, Азии, Латинской Америки). В производстве доминирует ручной труд, а технологическое и техническое развитие практически невозможно, так как оно вступает в противоречие с устоявшимися традициями и угрожает стабильности общественного строя. Религиозные и культовые ценности здесь первичны по сравнению с экономической деятельностью.

Традиционная экономическая система - это способ организации экономической жизни, при котором земля, средства и предметы труда находятся в общем владении племени (семьи), а ограниченные ресурсы распределяются в соответствии с существующими традициями. Что касается собственности на экономические ресурсы, то в традиционной системе она чаще всего была коллективной, т.е. охотничьи угодья, пашни и луга принадлежали племени или общине. Цель экономики - личное потребление, характер которого мало меняется со временем. Следовательно, традиционная экономика представляет собой совокупность натуральных хозяйств, в которых основная масса продукции производится для собственного потребления, а не для продажи.

Основным источником доходов стран с традиционной экономикой является иностранный капитал, который заинтересован в источниках сырья и дешёвой рабочей силе. За счет инвестиций развитых стран государство поддерживает самые бедные слои населения, а также развивает инфраструктуру (транспорт, связь, здравоохранение, образование и т.п.).

*Рыночная экономическая система* (чистый капитализм) основывается на следующих принципах:

- частная собственность;
- свободное ценообразование;
- конкуренция;
- рыночная организация распределения ограниченных ресурсов общества.

*Право частной собственности* есть признаваемое и защищаемое законом право отдельного человека владеть, пользоваться и распоряжаться любым видом и объемом экономических ресурсов (например, участком земли, месторождением угля или фабрикой), а значит, и получать от этого доходы. Именно возможность владеть таким видом производственных ресурсов, как капитал, и получать на этой основе доходы обусловила второе, часто употребляемое название этой экономической системы - капитализм.

Эта система сложилась в XVIII веке и просуществовала в зависимости от динамики развития государства до начала XX века. Право частной собственности дает возможность владельцам экономических ресурсов самостоятельно принимать решения о том, как их использовать (лишь бы это не наносило ущерба интересам общества). Достоинство рыночного механизма состоит в том, что он заставляет каждого продавца думать об интересах покупателей, чтобы добиться выгоды для себя самого. Если он этого делать не будет, то его товар может оказаться ненужным или слишком дорогим и вместо выгоды он получит одни убытки.

Рыночная система (чистый капитализм) - способ организации экономической жизни, при котором капитал и земля находятся в собственности отдельных лиц, а ограниченные ресурсы распределяются с помощью рынков. Рынки стали самым удачным из известных человечеству способов распределения ограниченных производственных ресурсов и созданных с их помощью благ. В рыночной экономической системе главные экономические проблемы общества решаются, прежде всего, через конкурентный механизм формирования цен. Хозяйственная деятельность управляется автоматически через систему рынков и цен. Автоматическое регулирование производства и потребления свидетельствует о том, что государству не следует вмешиваться в экономические процессы, поскольку рынок «всё сделает сам». Поэтому правительство должно лишь обеспечить защиту частной собственности.

Рынок подчиняется законам свободной конкуренции, когда действует множество продавцов и покупателей продукции, соревнующихся за лучшие условия сделки. Производители самостоятельно решают, какие товары производить, а потребители - какие приобретать, так как рыночная экономика формально предоставляет личную свободу всем участникам хозяйственной деятельности.

Рыночной экономики сегодня в чистом виде не существует. Современная экономическая система большинства стран мира носит смешанный характер.



*Централизованная экономическая система* характеризуется тем, что в обществе всё производство и распределение ресурсов планируется и координируется государственными органами. Правительство страны и министерства сами определяют что, как и для кого должны производиться товары и услуги, по каким ценам продаваться. Такая экономика базируется на следующих принципах:

- государственная (общенародная) собственность на все экономические ресурсы;
- директивное ценообразование;
- централизованное государственное планирование и управление.

Характерной чертой экономики становится государственная монополизация производства и при отсутствии конкуренции, как следствие, торможение научно-технического прогресса (НТП). Все предприятия являются собственностью государства и осуществляют производство на основе государственных директив. Таким же образом осуществляется и распределение потребительских товаров и услуг среди населения. В такой системе у покупателя отсутствует свобода выбора и возможность воздействовать на цены, качество и другие характеристики товаров и услуг.

Конец XX в. стал эпохой глубокого разочарования в возможностях централизованной экономической системы, а бывшие социалистические страны занялись нелегким делом возрождения частной собственности и рыночной экономики. В целом централизованная экономика длительное время существовала в бывших социалистических странах Восточной Европы, бывш. СССР, Китае, Вьетнаме. В настоящее время эта система сохраняется на Кубе, в Корейской народно-демократической республике.

В большинстве современных стран существует *смешанная экономическая система*. Для смешанного типа организации экономики характерны:

- многообразие форм и видов собственности, среди которых главная роль принадлежит частной собственности на средства производства и результаты хозяйственной деятельности;
- развитая система рынков и конкуренции;
- возможность для любого хозяйственного объекта реализовать свои интеллектуальные и творческие способности и самостоятельно решать основные вопросы бизнеса «что производить? как? для кого?»;
- активная роль правительства в управлении и регулировании экономики;
- открытость экономики, означающая, что свобода предпринимательства распространяется и на внешнеэкономические связи;
- сохранение духовных ценностей народа, его культуры, традиций, обычаев и хозяйственных навыков.

В такой экономической системе основой является частная собственность на экономические ресурсы, хотя в некоторых странах (Франция, Германия, Великобритания и др.) существует достаточно крупный государственный сектор. В странах со смешанной экономикой главные экономические проблемы

в основном решаются с помощью рыночного механизма. Рынки распределяют преобладающую часть экономических ресурсов и продуктов.

Следовательно, *смешанная экономическая система* - это способ организации экономической жизни общества, при котором земля и капитал находятся в частной собственности, а распределение ограниченных ресурсов осуществляется как рынками, так и при значительном участии государства.

В таких странах, как США и Япония, господствует частная собственность на факторы производства, но роль государства в экономической жизни общества столь велика, что можно говорить о смешанной экономической системе. В то же время в экономике Японии сохранилось больше элементов традиционной экономической системы, чем в США. В Великобритании  $\frac{3}{4}$  продукции производится в частном секторе посредством рыночного механизма, а  $\frac{1}{4}$  продукции создаётся в общественном секторе и за её выпуск непосредственно отвечает правительство.

### **2.3. Инфраструктура рыночной экономики**

Инфраструктура - это обязательный компонент любой целостной экономической системы. Она представляет собой часть общего устройства экономической жизни общества, носящую подчиненный, вспомогательный характер и обеспечивающую хозяйственную деятельность экономики в целом.

*Инфраструктура экономики* в широком смысле этого слова - это какие-то общественные институты, организации, отрасли и части экономической системы, обеспечивающие функционирование всей национальной экономики или её отдельных частей.

В экономической теории выделяют производственную, социальную инфраструктуру и инфраструктуру рынка.

*Производственная инфраструктура* экономики представляет собой комплекс обслуживающих производство отраслей, обеспечивающих внешние условия для развития производства. Она включает в себя грузовой транспорт, дороги, электро-, газо- и водоснабжение, складское хозяйство, связь, информационное обслуживание.

*В социальную инфраструктуру* входит комплекс отраслей сфер обслуживания, связанных с воспроизводством рабочей силы, обеспечением жизнедеятельности и интеллектуального развития населения. Она включает в себя здравоохранение, образование, жилищно-коммунальное хозяйство, пассажирский транспорт, социальное обеспечение, общественное питание.

*Рыночная инфраструктура* - это совокупность организационно-правовых форм, различных институтов, организаций, систем, обслуживающих рынок и выполняющих определённые функции по обеспечению нормального режима его функционирования.

В систему рыночной инфраструктуры входят инфраструктура товарного рынка, инфраструктура финансового рынка, инфраструктура рынка труда и инфраструктура государственного регулирования рынка (рис. 3).

*Основными элементами инфраструктуры товарного рынка являются:*

- товарные, сырьевые, универсальные и другие биржи, их организационно оформленное посредничество;
- аукционы, ярмарки и коммерческо-выставочные комплексы;
- торговые палаты, общественные, добровольные и государственные объединения (ассоциации) деловых кругов;
- рекламные агентства, информационные центры и агентства средств массовой информации.

*К основным элементам инфраструктуры финансового рынка относятся:*

- банковская и кредитная система, коммерческие банки;
- эмиссионная система и эмиссионные банки;
- фондовые, фьючерсные и валютные биржи;
- информационные технологии и средства деловой коммуникации;
- система страхования коммерческого хозяйственного риска, страховые компании и фонды;
- система аудита и международных стандартов бухгалтерского учёта.

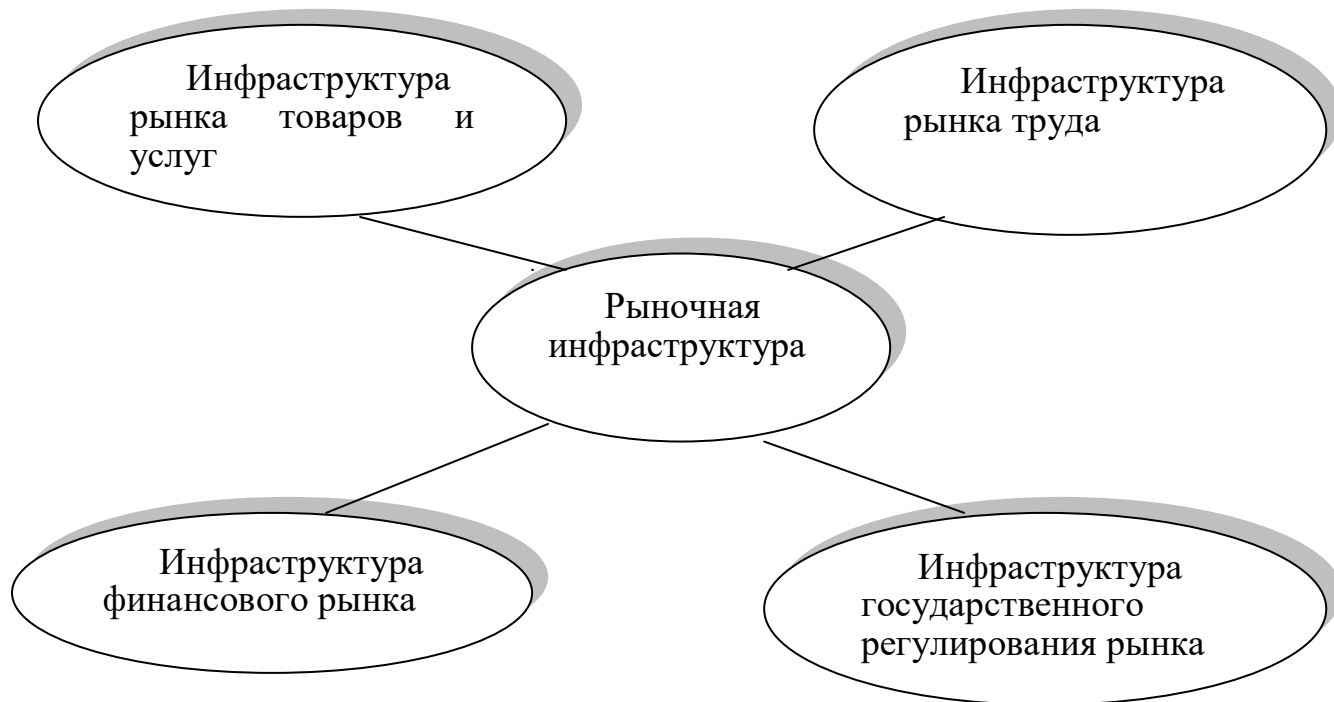


Рис. 3. Состав инфраструктуры рыночной экономики

Совокупность основных элементов инфраструктуры рынка труда составляют:

- система регулирования занятости населения и центр государственного содействия занятости (биржа труда), общественные организации и фонды;
- система высшего и среднего экономического образования;
- система консалтинга и консультационных услуг;
- профсоюзы.

Основными элементами инфраструктуры государственного регулирования рынка являются:

- налоговая система и налоговая инспекция;
- таможенная система;
- общественные и государственные фонды, предназначенные для стимулирования деловой активности;
- специальные зоны свободного предпринимательства и зоны свободной торговли.

## 2.4. Модель кругооборота продуктов и ресурсов

Схематически процесс общественного воспроизводства, в частности непрерывность производства и потребления в масштабах экономической системы, можно представить и анализировать с помощью модели кругооборота товаров, доходов и ресурсов (рис. 4), предложенной швейцарским экономистом Л. Вальрасом (1834-1940).

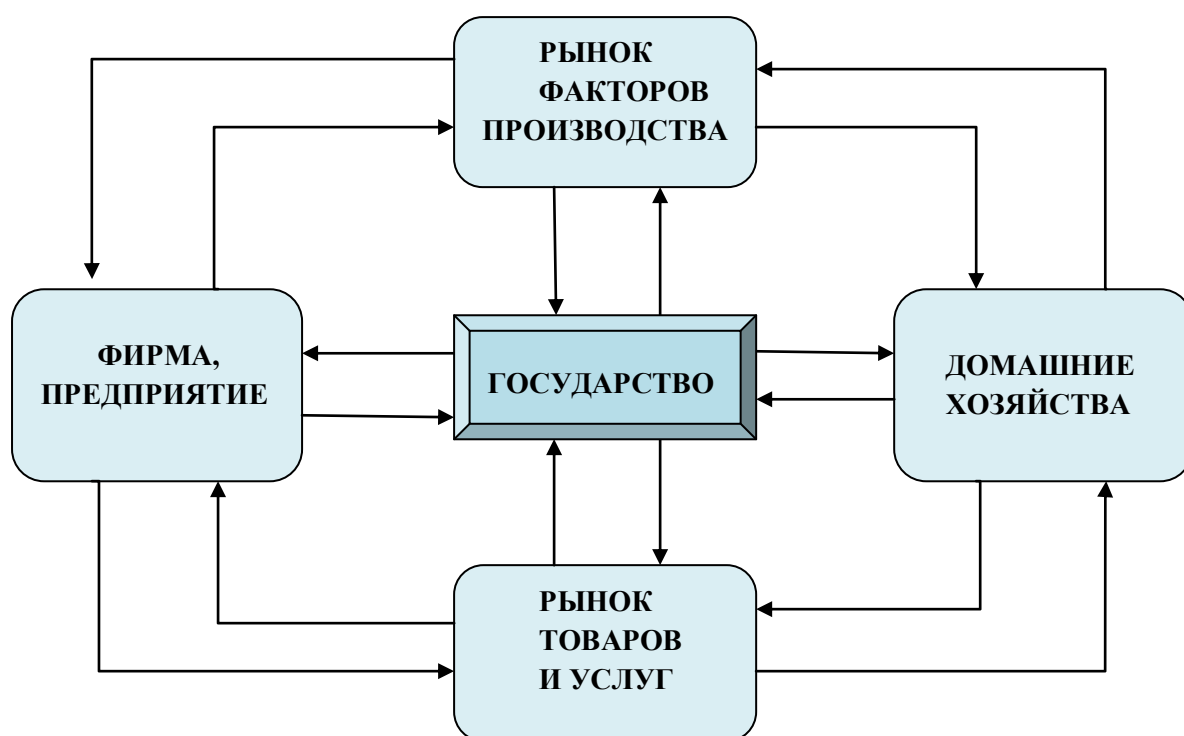


Рис. 4. Модель кругооборота продуктов и ресурсов

Рассматриваемая модель включает три основных хозяйственных субъекта рыночной экономики (домохозяйства, предприятия и организации, государство) и два вида потоков. По внешнему контуру - поток товаров (услуг) и экономических ресурсов. По внутреннему контуру - поток денежных средств. Эти потоки не прерываются, бесконечно повторяются и существуют одновременно.

Исходный пункт экономического оборота в этой модели - домохозяйства, которые, будучи владельцами ресурсов, предоставляют их фирмам через механизм рынка ресурсов. Потребляя ресурсы, предприятия производят товары и услуги, которые продают домашним хозяйствам на потребительском рынке. Получив доходы от реализации товаров и услуг, фирмы осуществляют платежи, образующие денежные потоки в виде заработной платы, ренты, процента и прибыли. Таким образом, расходы фирм, связанные с привлечением экономических ресурсов, формируют доходы населения. Сектор домохозяйств полученные доходы использует для приобретения на потребительском рынке материальных благ и услуг. Здесь доходы домашних хозяйств превращаются в расходы, а для фирм они преобретают форму выручки (доходов). На рынке ресурсов домохозяйства выступают в качестве продавцов, а фирмы - в качестве покупателей. На рынке товаров и услуг, наоборот, предприятия становятся продавцами, а домашние хозяйства - покупателями. Постоянное повторение и продолжение описанных процессов составляют содержание общественного воспроизводства.

Потоки между государством и рынком ресурсов, обозначенные стрелками, отражают закупки государством ресурсов, наём государственных служащих и выплату им жалованья, строительство школ и объектов социально-культурного назначения, в том числе спортивных сооружений. Потоки между государством и рынком товаров и услуг показывают государственные закупки товаров и услуг, например, бумаги, компьютеров, спортивного оборудования и инвентаря. Слева и справа расположены потоки между государством и домохозяйствами, между государством и предприятиями. Государство предоставляет домашним хозяйствам и предприятиям общественные товары и услуги, производство которых финансируется налогами, поступающими от домашних хозяйств и предприятий.

Модель кругооборота продуктов и ресурсов показывает, как государство вмешивается в национальную экономику и перераспределяет ресурсы и товары через систему государственных финансов, то есть через государственные расходы и доходы.

### **Контрольные вопросы**

1. Что такое экономическая система? Назовите основные виды экономических систем.
2. Критерии и характеристика различных экономических систем.

3. Как разные экономические системы решают главные проблемы экономики?
4. Может ли существовать рыночная или централизованная система в чистом виде?
5. Назовите преимущества и недостатки каждой из экономических систем.
6. Как рыночный механизм способствует повышению эффективности производства?
7. Институты рынка, их элементы и типы связей между ними.
8. Простое и расширенное воспроизводство: сущность и результаты.
9. Охарактеризуйте кругооборот ресурсов и продуктов в рыночной экономике.

### **3. Рынок как форма организации общественного производства**

- 3.1. Рынок: содержание, функции и основные характеристики.
- 3.2. Основы теории спроса и предложения.
- 3.3. Эластичность спроса и предложения.
- 3.4. Основы товарного производства.

#### **3.1. Рынок: содержание, функции и основные характеристики**

Рыночная экономика представляет собой такую экономическую систему, в которой фундаментальные экономические проблемы - что, как и для кого производить - решаются главным образом через рынок, в центре которого находится конкурентный механизм формирования цен на товары и факторы производства. Цены формируются в результате взаимодействия предложения и спроса на продукцию.

*Рынок* представляет собой систему экономических отношений, которые складываются между производителями и потребителями товаров. В состав экономических отношений входит не только товарный оборот, но и денежный, поскольку рыночный механизм напрямую связан с денежным обращением. С другой стороны, рынок - это место, где продавцы и покупатели обсуждают свои условия и заключают торговый договор, выраженный в том, что субъект за определенную сумму денег приобретает в собственность те или иные блага.

*Сущность рыночных отношений* состоит в возмещении затрат продавцов (товаропроизводителей и торговцев) и получению ими прибыли, а также удовлетворению платежеспособного спроса покупателей на основе свободного взаимного соглашения, возмездности, эквивалентности и конкурентности. Именно это и составляет сущностные черты рынка.

Главной движущей силой рыночной экономики выступает личный интерес:

- ❖ потребитель стремится получить максимальную пользу (полезность) от купленного товара при минимальных затратах на его приобретение;

- ❖ производитель стремится получить максимальную прибыль от произведённого товара при эффективном использовании имеющихся ресурсов.

*Субъектами рынка* являются покупатели и продавцы, в роли которых выступают домашние хозяйства в лице индивидов и общественных групп, фирмы (различные организации и предприятия), а также государство, которое ко всему прочему выступает в экономике как высший орган регулирования и контроля. *Объектами рынка* можно назвать сами товары и услуги, а также совокупность денежных средств наличного и безналичного вида. Товары и услуги - это не только готовая продукция и социально-культурные услуги, но и факторы производства, такие как труд, земля, капитал и предпринимательство.

Рыночная экономика представляет собой саморегулирующийся механизм, обеспечивающий производителей прибылью, потребителей – удовлетворением потребностей в товарах и услугах. Рынок производит распределение факторных доходов: ренты с земли, прибыли от ведения предпринимательской деятельности, заработной платы от осуществления трудового процесса и процентной ставки, которая является вознаграждением за владение капиталом.

Сущность рынка находит свое отражение в главных *экономических функциях*, выражающих основное назначение данной категории.

Основная и самая важная функция рыночной экономики - *регулирующая*. Рынок обеспечивает соотношение величин спроса и предложения, которые определяют уровень цен на товары и факторы производства. Если объемы производства соответствуют потребительскому спросу, устанавливается цена равновесия: она приемлема для обеих сторон рыночной сделки. В целом, если рыночная цена растет, производство начинает увеличивать объемы выпускаемой продукции. Если цена начинает падать, то эффективность производства снижается, и это является сигналом к сокращению масштабов производства.

Вторая функция рынка - *стимулирующая*. Под воздействием ценовой динамики происходит внедрение в производство достижений НТП, освоение новых технологий, что в целом позволяет снизить издержки на изготовление товаров и услуг, совершенствовать систему качества и расширять ассортимент производимой продукции. Экономическое стимулирование эффективности производства, побуждение производителей к созданию новых товаров с наименьшими затратами и получение достаточной прибыли повышают эффективность функционирования всего общественного производства.

*Информационная функция* определяется через распределение информации, знаний и навыков между всеми экономическими субъектами рыночной системы. Производители получают информацию о количестве продукции, ее качестве и других характеристиках, которые определяются в соответствии со структурой потребительского спроса, сложившейся на данный момент времени. В результате организация становится более гибкой, она легко приспосабливается к любым изменениям внешней среды. Информационная функция даёт участникам

рынка через постоянно меняющиеся цены, процентные банковские ставки объективную информацию о спросе и предложении товаров и услуг на рынке.

В экономике с развитым типом совершенной конкуренции товаропроизводители создают своего потребителя, а те в свою очередь имеют право выбрать товар определенной марки. В этом заключается *посредническая функция* рынка. Он согласует интересы продавца и покупателя, позволяет им достигнуть определенного баланса в торговых сделках. Потребитель имеет возможность выбора оптимального продавца (производителя), а продавец – наиболее подходящего покупателя.

*Ценообразующая функция* - это установление ценностных эквивалентов для обмена товаров. При этом рынок сопоставляет индивидуальные затраты труда на производство товаров с общественным эталоном, т.е. соизмеряет затраты и результаты, выявляет ценность товара посредством определения количества затраченного труда и его пользы.

*Интегрирующая функция* состоит в обеспечении динамичной пропорциональности в развитии отдельных регионов, областей, территорий, национальных хозяйств в условиях углубления общественного разделения труда и роста интеграционных процессов в экономике.

В основе функционирования экономики как хозяйственной системы лежат потребности людей. Формой проявления экономических потребностей выступает экономический интерес.

*Экономический интерес* - это осознанные экономические потребности отдельных людей, социальных слоев, групп и классов. Интерес возникает тогда, когда удовлетворение потребности осознается как конкретная цель (максимизация прибыли, пользование или владение определенным товаром). Экономические интересы не тождественны потребностям, их удовлетворению. Во-первых, экономические интересы находят свое выражение в поставленных целях и действиях, направленных на удовлетворение потребностей. Потребности и способы их удовлетворения отражают причину и формы проявления экономических интересов. Во-вторых, экономический интерес всегда выражает соответствующий уровень и динамику удовлетворения потребностей.

Экономические интересы можно классифицировать по субъектам их реализации как государственные, групповые и личные.

*Государственные интересы* имеют такие составляющие своего проявления: общественно-экономические, интересы государственной бюрократии, интересы самоконтроля и оптимизации гражданского общества.

*Групповой интерес* - это сумма однородных частных экономических интересов, носителями которых могут быть потребители, акционеры, фондовая биржа и т.п.

*Личные экономические интересы* охватывают потребности людей, связанные с реализацией частной собственности, прав владения, пользования, управления и получения доходов.



Главным в системе экономических интересов является личный интерес, прежде всего, личный интерес потребителя. Интерес потребителя побуждает производителя к определённым действиям - производству необходимой продукции высокого качества и с приемлемой ценой. Чтобы удовлетворить этот интерес, производитель вынужден внедрять новые технологии, средства производства, нанимать квалифицированную рабочую силу, искать пути сокращения затрат. Это обеспечивает реализацию не только личного интереса потребителя, но и личного интереса производителя (максимизация прибыли) и общественного интереса в целом. Таким образом, интерес потребителя является движущей силой экономического развития современной рыночной экономики.

*Основными характеристиками рыночного механизма* являются товар, цена, спрос, предложение и конкуренция. Рыночный механизм - это система взаимосвязи и взаимодействия основных характеристик рынка. Эти элементы являются важнейшими системными параметрами рынка, которыми руководствуются производители и потребители в своем поведении. Они - основа существования и развития рыночных отношений.

В качестве производителей и потребителей на рынке выступают различные экономические агенты, или субъекты рынка. *Экономические субъекты* - это участники рыночных отношений, обладающие собственностью на факторы производства и принимающие экономические решения. Основными экономическими субъектами в рыночной экономике являются *домашние хозяйства, фирмы (предприятия, организации) и государство*.

Под *домохозяйствами* понимают совокупность хозяйственных субъектов, а это, прежде всего - люди, которые являются собственниками экономических ресурсов, самостоятельно принимают решения и формируют спрос на рынке потребительских товаров и услуг. На рынке труда они выступают со стороны предложения, их основной целью является максимальное удовлетворение своих потребностей.

*Предприятия (фирмы)* - множество хозяйственных субъектов, которые используют факторы производства для создания благ с целью их продажи, формируют спрос на рынке факторов производства. На рынке продуктов (товаров и услуг) они формируют рыночное предложение, в экономической деятельности стремятся к максимизации прибыли.

*Государство* как экономический агент, в форме правительства, принимает управленческие решения о производстве общественных благ и перераспределении благ, производимых в частном секторе. Государство влияет как на субъектов рыночной экономики, так и на рынки продуктов (товаров и услуг), факторов производства, бюджетных и кредитных средств.

### **3.2. Основы теории спроса и предложения**

Закон стоимости - основной закон рыночной экономики. Стоимость товара - это овеществленный в нем общественно необходимый труд. Величина

общественно необходимых затрат труда выявляется на рынке, при обмене и проявляется в виде пропорций.

Стоимость неотделима от полезности товара, а полезность может определить только потребитель на рынке. Не будет рынка, некому будет определять полезность вещи и исключать лишние затраты при её оценке. Если вещь не нужна, то, сколько бы труда на её изготовление не затратили, стоимости у неё не будет. Итак, в стоимости товара с одной стороны находится величина издержек на его производство, а с другой - рыночная оценка полезности этого товара.

Сущность *закона стоимости* заключается в том, что обмен товаров осуществляется на основе их стоимости. Если у производителя товара его индивидуальные производственные затраты оказались ниже стоимости, он будет поощрён за это дополнительной прибылью. На практике закон стоимости реализуется как закон цен. *Цена* - это денежное выражение стоимости, т.е. в основе цены на товар лежит его стоимость, но цены редко совпадают со стоимостями, они могут быть выше стоимости, могут быть ниже.

В рыночной экономике со стороны производителей выступает предложение товаров, со стороны потребителей – спрос на товары. Эти две характеристики рынка неразрывно связаны между собой, хотя и противостоят друг другу.

Под *спросом* следует понимать представленную на рынке потребность в товарах, обеспеченную денежными средствами, т.е. платежеспособную потребность. Количество товаров, которые покупаются людьми, всегда зависит от цен на них. Спрос на товары и услуги в количественном выражении изменяется в обратной зависимости от цены, так как при снижении цены потребитель хочет приобрести больше товаров, кроме того, этот товар дешевле других, поэтому приобретать его относительно выгодно.

Зависимость между ценой  $p$  и спросом  $Q$  можно выразить в виде графика спроса  $D$  (рис. 5).

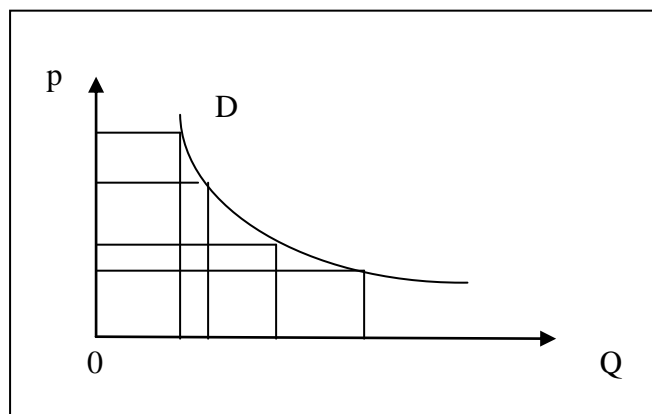


Рис. 5. График спроса

Кривая спроса – это кривая, показывающая какое количество товара готовы купить покупатели на рынке по разным ценам в данный момент. На графике

кривая спроса опускается сверху вниз. Это обусловлено действием закона спроса.

Сущность *закона спроса* состоит в том, что если цена какого-либо товара повышается при неизменности других условий рынка, то спрос на этот товар уменьшается. Или, что то же самое, если на рынок поступает большее количество товара, то при прочих равных условиях цена на него уменьшается.

На изменение спроса влияют также неценовые факторы:

- изменение в оценке полезности блага (вкусы и предпочтения);
- изменение денежных доходов населения;
- цены на товары-заменители (субституты), что вызывает переключение спроса на альтернативные товары;
- изменения в численности и структуре населения;
- изменение экономической политики государства и прочие факторы.

Объём предложения товара у каждого производителя также меняется в первую очередь в зависимости от цены товара. Если цена окажется низкой, то продавец предложит на рынке мало товаров. Если же цена будет высокой, то у производителя появляется стимул больше произвести и продать товара, и он предложит рынку много товара.

Количество товаров, которое производители (продавцы) готовы продать на рынке по определённой цене в данный момент времени, называется *предложением*. Зависимость между ценой и предложением в этом случае прямая, так как при росте цен производители предлагают к продаже больше благ, а при снижении цены - меньше.

Зависимость между предложением  $Q$  и ценой  $p$  можно также изобразить в виде графика предложения  $S$  (рис. 6.).

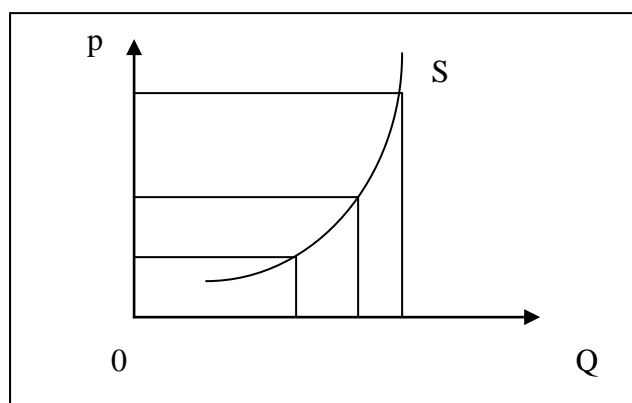


Рис. 6. График предложения

Кривая предложения показывает, какое количество товаров готовы продать производители по разным ценам в данный момент. На графике кривая  $S$  поднимается снизу вверх. Это обусловлено законом изменения предложения.

Сущность *закона предложения* состоит в том, что объём предложения товара на рынке увеличивается при росте цены и уменьшается при её снижении.

На изменение предложения влияют также неценовые факторы:

- цены на экономические ресурсы, используемые производителями в хозяйственной деятельности;
- характер применяемой технологии;
- появление на рынке новых фирм;
- налоги и прочие факторы.

Равновесие в рыночной экономике возникает в результате взаимодействия спроса и предложения. *Рыночное равновесие* – это ситуация на рынке, когда предложение и спрос совпадают при приемлемой для потребителя и производителя цене. Чтобы выяснить, как это происходит, совместим кривую спроса и кривую предложения на одном графике (рис. 7).

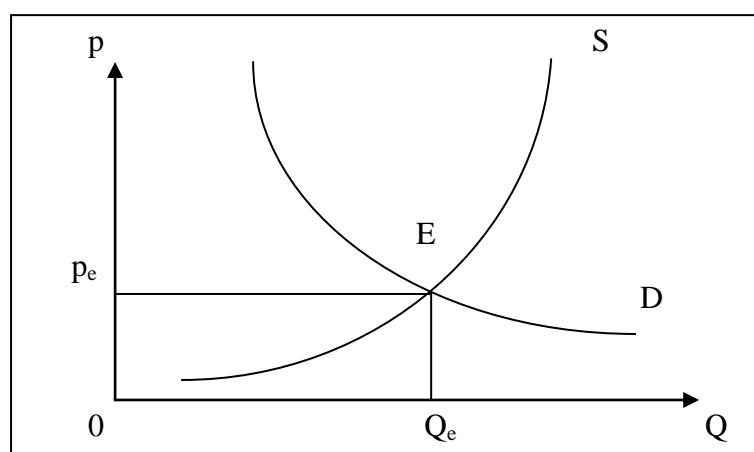


Рис. 7. График равновесия на рынке

Точка E, в которой пересекаются кривые спроса и предложения, отражает совпадение интересов производителей и потребителей. В этой точке достигается рыночное равновесие. В результате чего достигается наилучший объём производства и продаж. Рыночная цена товара становится ценой равновесия ( $p_e$ ), а объём производства ( $Q_e$ ) равен оптимальной величине покупок и потребления.

Такое равновесие является выражением максимальной эффективности рыночной экономики, ибо в состоянии равновесия рынок сбалансирован. Если цена товара больше равновесной цены, то предложение превышает спрос, и имеет место избыток предложения. Если цена меньше равновесной цены, то спрос превышает предложение, и имеет место товарный дефицит (избыток спроса). Важно подчеркнуть, что цена равновесия устанавливается в конкурентных условиях рынка. Все товарные рынки близки к конкурентному равновесию, если не возникают элементы монопольного вмешательства в рыночный механизм, например со стороны государства, изменяющие модель конкурентного равновесия.

### 3.3. Эластичность спроса и предложения.

Различные товары отличаются друг от друга по степени изменения спроса под воздействием того или иного фактора (цены данного товара, цены других товаров, доходов потребителей и т.д.). Мера реакции одной величины на изменение другой называется *эластичностью*. Динамика изменения спроса на товар под влиянием различных факторов поддается количественному измерению с помощью коэффициента эластичности спроса.

Различают эластичность:

- спроса по цене (на спрос влияет цена на товар);
- перекрёстную (на спрос влияют цены на другие товары);
- спроса по доходу (на спрос влияют доходы покупателей).

*Коэффициентом эластичности спроса по цене*  $E_p^D$  называется показатель чувствительности объёма спроса к изменению цены этого товара. Он определяется как отношение изменения объёма спроса (в процентах) к изменению цены (в процентах).

Эластичность спроса относительно цены показывает относительное изменение объёма спроса под влиянием изменения цены на 1%.

Выделяют три основные формы эластичности товаров:

*неэластичный спрос* имеет место в том случае, если покупаемое количество товара увеличивается меньше, чем на 1%, при снижении его цены на 1%;

*эластичный спрос* характеризует увеличение приобретаемого товара больше, чем на 1%, при снижении его цены на 1%;

спрос называют *единичным, или постоянным*, если процент изменения спроса равен проценту изменения цены, т. е.  $E_p^D = 1$ .

Факторы эластичности спроса по цене.

1. Наличие на рынке товаров-заменителей (субститутов) и compleментов. Чем больше у товара близких заменителей, тем выше его эластичность спроса и наоборот. Если какой-либо товар является менее значительным compleментом важного товара, то спрос на него обычно не эластичен. Одним из самых неэластичных товаров является соль, т. к. её нельзя ничем заменить.
2. Временные рамки, в пределах которых принимается решение о покупке. На коротких промежутках времени спрос менее эластичен, чем на длинных интервалах.
3. Удельный вес стоимости товара в бюджете потребителя.
4. Качество товара. Чем выше качество, тем менее эластичен спрос.
5. Размеры дохода покупателей. При этом цена может не меняться, изменяется платежеспособность. Чем дороже товар, тем эластичнее спрос на него.
6. Степень необходимости товара. На продукты питания спрос менее эластичен, на предметы роскоши – более эластичен.
7. Потребительские ожидания.
8. Размеры запасов товара.

Практическая значимость эластичности спроса состоит в том, что различные случаи эластичности товаров непосредственно влияют на получаемые доходы предприятий, которые в общем виде определяются как произведение цены и количества проданного товара. При эластичном спросе по цене выручка от реализации товара возрастает, т.е. эластичность больше единицы; при единичной эластичности снижение цены точно компенсируется возросшим количеством продаж, так что общая выручка остаётся неизменной; при неэластичном спросе снижение цены вызывает лишь незначительное увеличение количества продаж товара, так что в целом выручка падает.

Форма кривой спроса может быть различной в зависимости от эластичности спроса (рис. 8).

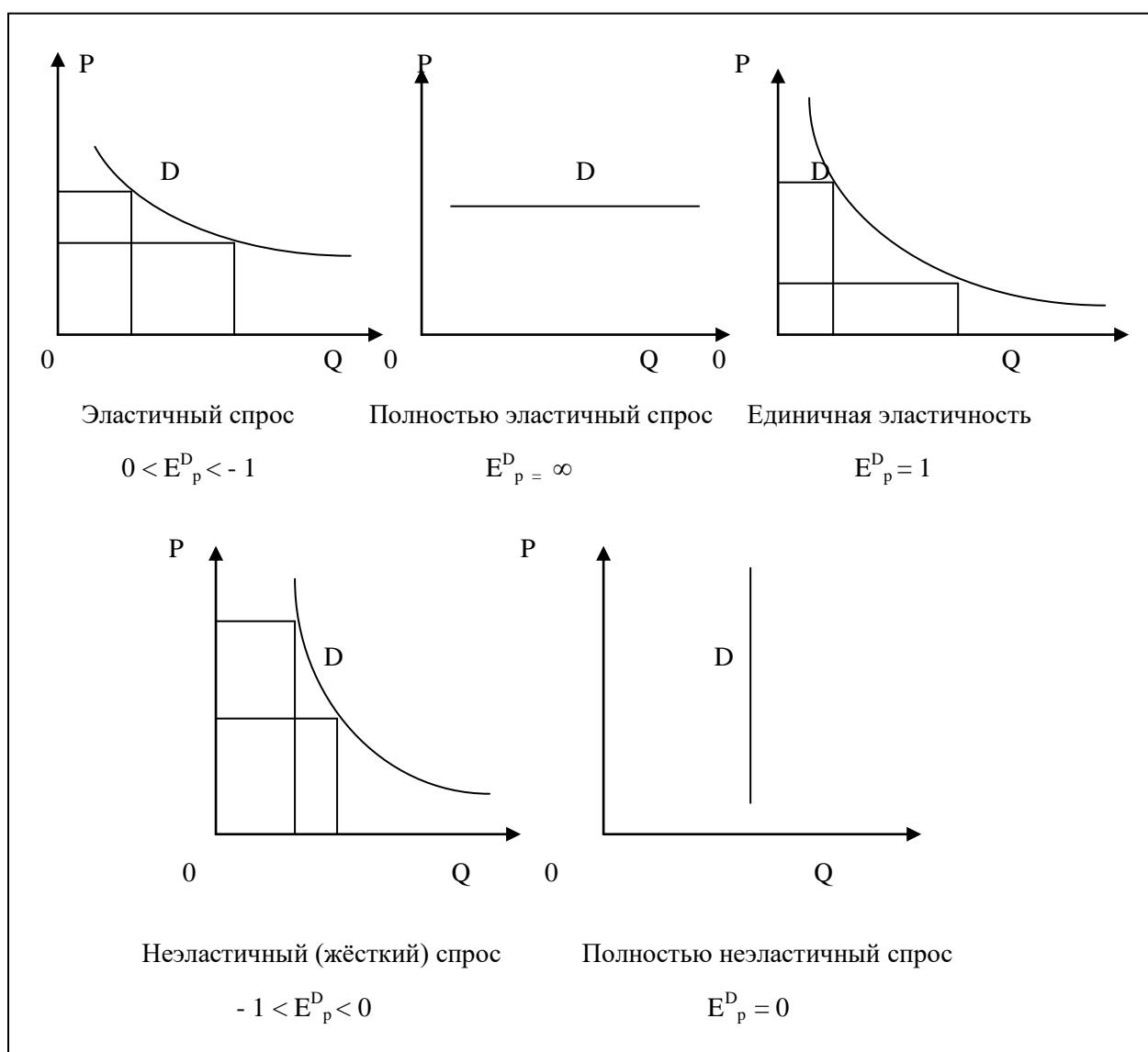


Рис. 8. Графики эластичности спроса

В реальных экономических процессах объём спроса зависит не только от цены данного товара, но также от цен других товаров (например, повышение цены на чай ведёт к росту спроса на кофе). Для характеристики данного процесса применяется такой показатель, как *перекрёстная эластичность спроса по цене*, измеряющая чувствительность объёма спроса на один товар к изменению цены другого товара.

В экономике выделяют разные формы перекрёстной эластичности (рис. 9).

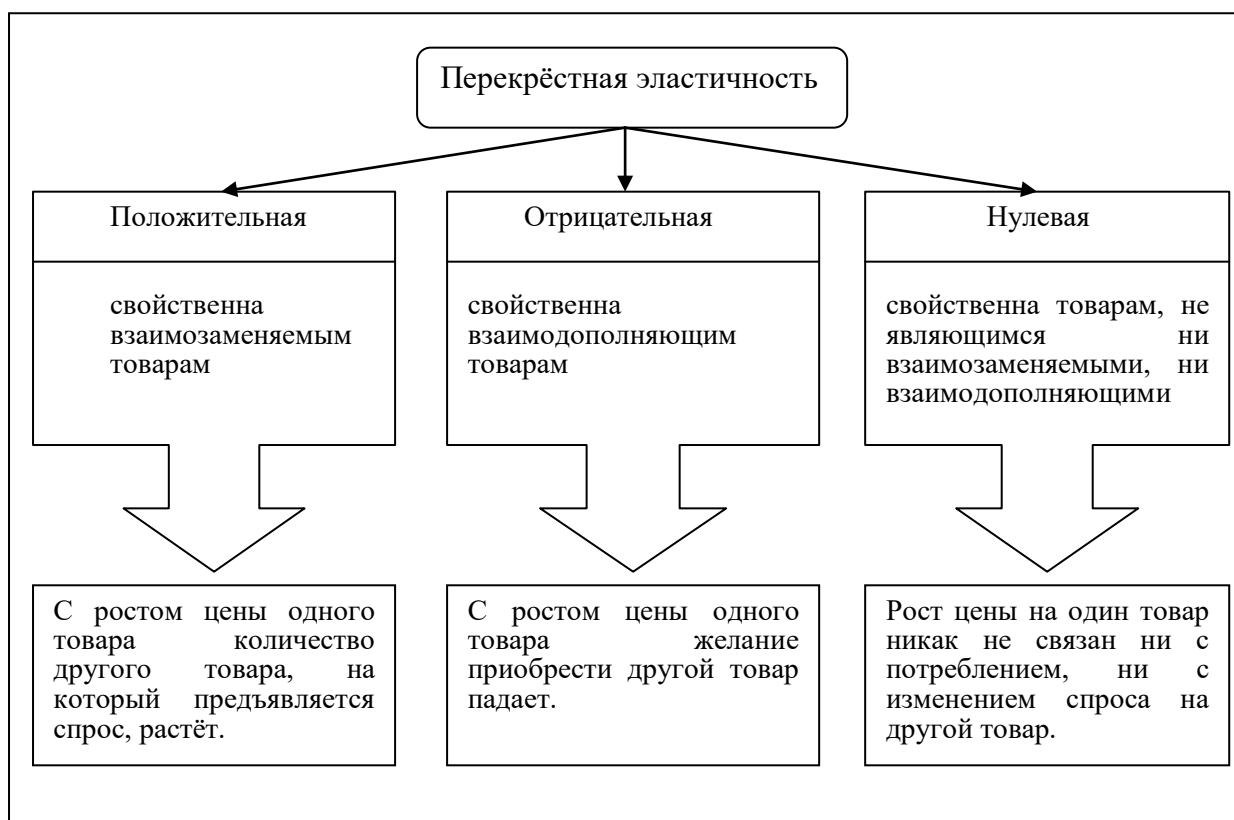


Рис. 9. Формы перекрёстной эластичности спроса по цене

Степень изменения объёма предложения товара на рынке в зависимости от изменения его цены характеризует *эластичность предложения по цене*. Для оценки этой характеристики служит такой показатель как *коэффициент эластичности предложения*, который рассчитывается как отношение изменения объёма предложения (в процентах) к росту цены товара (в процентах).

Эластичность предложения относительно цены показывает относительное изменение объёма предложения товара под влиянием изменения рыночной цены на 1%. Если предлагаемое количество товара остаётся неизменным для продажи по любой цене, то имеет место неэластичное предложение. В том случае если небольшое уменьшение цены товара вызывает сокращение предложения до нуля, а небольшое увеличение цены обуславливает увеличение предложения товара на рынке, то имеет место эластичное предложение.

### 3.4. Основы товарного производства

Общество знает два основных типа организации экономики: натуральное и товарное хозяйство. Более развитым и сложным из них является товарное хозяйство. Оно предполагает более высокий уровень техники, технологии и организации производства.

*Организация натурального хозяйства.* Натуральное хозяйство получило свое развитие в докапиталистический период развития экономики. Затем на смену ему пришло товарное хозяйство, которое с экономической точки зрения является наиболее оптимальной формой организации производства. Однако нельзя с полной уверенностью сказать, что натуральная форма полностью изжила себя. Даже в наше время мы можем столкнуться с её отдельными элементами: дачные участки как способ самостоятельного хозяйствования, выплата заработной платы продуктами питания, бартерный обмен между предприятиями произведенным продуктом.

Натуральное хозяйство представляет собой простейшую организационную форму хозяйствования. В этом случае производство нацелено исключительно на удовлетворение личных индивидуальных потребностей. Первоначально все собственники ресурсов работали, как говорится, на себя: они производили какой-либо продукт, но имели потребность в том, что не было им доступно. Например, человек, возделывающий поля, занимающийся земледелием, должен был где-то доставать орудия труда, а также предметы домашней утвари. Впоследствии это послужило причиной создания новой формы хозяйствования, основанной на торговом обороте. Натуральное хозяйство было создано, развивалось и регулировалось посредством местных обычаев, норм и традиций.

Натуральное хозяйство имеет следующие *основные черты*:

- Замкнутость хозяйственной системы. Все производственные единицы являются экономически независимыми друг от друга, никак не пересекаются и не вступают в деловые отношения.
- Исключительность ручного труда и полное отсутствие специализации. Это не значит, что разделения труда вообще не существует, оно имеется, но только в рамках половозрастных характеристик.
- Односторонняя экономическая связь между двумя процессами: производством материальных и нематериальных благ и их потреблением. Индивид производит товар исключительно для собственного потребления, руководствуясь личными предпочтениями и потребностями.

С развитием общественного производства возникла потребность в дополнительном создании полноценного рынка внутри страны и за её пределами. Формирование представлений о товаре, деньгах и рынке открыли новый период в экономической истории – период товарного хозяйства.

*Организация товарного хозяйства.* В истории общества возникла необходимость производства дифференцированного набора благ и обеспечения



ими общества. Человек уже не мог самостоятельно произвести для себя всё самое необходимое, поскольку специализировался, как правило, на одном роде деятельности. В то же время его потребности заставляли каким-то образом добывать новые средства их удовлетворения.

Натуральная форма хозяйствования не могла решить это противоречие. Постепенно возникали потребности в продуктах, производимых другими хозяевами-единоличниками, так появился товарный обмен: можно было легко и беспрепятственно, например, за полученные продукты питания расплатиться шкурками зверей, драгоценными металлами, если, конечно, в них нуждался производитель первичных благ.

Первой ступенью организации товарного хозяйства стал бартер (обмен товара на товар). Со временем он стал недостаточно удобен, гораздо проще оказалось производить обмен на всеобщую эквивалентную единицу, на которую затем можно было в любой момент времени приобрести абсолютно всё. В результате возникли деньги, и обмен принял денежную форму: Т – Д – Т. Деньги стали посредником при заключении торговых сделок.

**Товарное производство** - это такая форма организации экономики, при которой продукты производятся для продажи, а связь производителей и потребителей осуществляется посредством рынка.

*Основные характерные черты* товарного производства:

- общественное разделение труда;
- экономическая обособленность товаропроизводителей;
- рыночная связь между производителями и потребителями;
- признание общественного характера труда через рынок;
- осуществление экономических процессов в товарно-денежных формах путем купли-продажи;
- производство для обмена и в расчёте на выгоду.

В настоящее время простое товарное производство является характерным для развивающихся стран. В развитых странах с рыночной экономикой оно имеет остаточный характер и выступает в виде мелкого товарного производства ремесленников, фермеров, розничных торговцев. Расширенное товарное производство - это наиболее эффективная стадия товарной организации производства, основанная на наёмном труде, крупной частной собственности и машинной индустрии.

*Товар и его свойства.* Товар - это экономическая категория, которая может быть представлена результатом производственной деятельности предприятия и продуктом, реализованным на рынке. Иными словами, товар представляет собой способ удовлетворения потребностей экономических субъектов, которые согласно своим предпочтениям и вкусам выбирают его для потребления.

Товар как элемент рыночного механизма и торгового обмена имеет основное свойство. Это - потребительная стоимость единицы блага, которая создается непосредственно в процессе производства. Конечная стоимость товара включает в себя все издержки организации: стоимость затрат на покупку необходимых

материальных ресурсов, факторов производства (труд, капитал, предпринимательство и пр.), а также налог на прибыль и другие косвенные налоги, например, налог на добавленную стоимость. Такое формирование стоимости единицы товара, т. е. с учётом его себестоимости, позволяет предприятию наиболее рационально вести производственную деятельность.

Готовый товар от производителя поступает на рынок товаров и услуг, где он становится объектом покупательной способности экономических субъектов. Здесь стоимость продукции трансформируется в её рыночную цену, которая чрезвычайно подвержена колебаниям в результате движения на рынке величин спроса (D) и предложения (S). Таким образом, колебания уровня рыночных цен вокруг потенциального значения могут быть описаны тремя возможными вариантами.

1. Если  $D > S$ , то на рынке наступает дефицит. Производители не могут обеспечить товаром всех желающих, не могут полностью удовлетворить спрос на продукцию сразу всех экономических субъектов. В условиях дефицита цены начинают расти, и вопреки закону убывающей предельной полезности каждая отдельная единица товара имеет все большую степень полезности, поскольку при каждой покупке их остается все меньше.

2. Если  $D < S$ , это значит, что на рынке сделок купли-продажи значительно меньше, чем было поставлено продукции. В этом случае наблюдается кризис перепроизводства, когда готовая продукция не может быть полностью реализована. Это грозит снижением реальных возможностей производственного сектора, так как предприятия за непроданный товар не получают выручки, и, следовательно, не имеют средств к дальнейшему развитию. Кроме того, на самом рынке наблюдается жёсткая конкуренция между продавцами за потребителя, что оказывает сильное давление на производителя.

3. Вариант, когда  $D = S$ , представляет собой идеальное состояние рынка, характеризующееся совпадением спроса и предложения. В состоянии рыночного равновесия все потребности и запросы общества могут быть удовлетворены за счет производства необходимых благ. Так устанавливается цена равновесия, которая устраивает основные группы экономических субъектов рынка: и покупателей, и товаропроизводителей.

### **Контрольные вопросы**

1. В чем сущность понятия «рыночная экономика»? Что изучает и какие методы использует микроэкономика?

2. Какие функции выполняет рынок?

3. Каковы основные характеристики рынка?

4. Закон спроса. Назовите факторы, влияющие на спрос. Что происходит с кривой спроса, когда каждый из этих факторов изменяется?

5. Закон предложения. Назовите факторы, влияющие на предложение. Что происходит с кривой предложения, когда каждый из этих факторов изменяется?

6. Какова зависимость спроса и предложения от цены товара?
7. Объясните, каким образом устанавливается рыночное равновесие? Как устанавливается рыночная (равновесная) цена?
8. Как изменяется рыночное равновесие в зависимости от характера спроса и характера предложения?
9. Раскройте содержание эластичности спроса по цене. Как рассчитывается коэффициент эластичности спроса по цене?
10. Как ценовая эластичность спроса влияет на денежную выручку фирмы? Как учитывают этот фактор предприятия в своей деятельности?
11. Как влияет финансовая дотация на рынок сельскохозяйственной продукции и на положение их производителей?

#### **4. Экономическая природа конкуренции**

- 4.1. Конкуренция в экономике. Совершенная и несовершенная конкуренция.
- 4.2. Виды конкурентной борьбы.
- 4.3. Стратегии конкурентного поведения.
- 4.4. Конкуренция и монополия. Антимонопольная политика государства.

##### **4.1. Конкуренция в экономике. Совершенная и несовершенная конкуренция**

В основе развития современных экономических систем и общественных отношений лежит конкуренция. Несмотря на то, что все товаропроизводители выступают на рынке обособленно друг от друга, каждый из них видит друг в друге конкурента. Предприятия (производители) вступают между собой в соревнование за платёжеспособный спрос потребителя, за его предпочтения, за его деньги. Такое соревнование можно назвать экономической конкуренцией.

Термин «конкуренция» происходит от латинского слова «concurrere» - состязаться, сталкиваться. **Экономическая конкуренция** предполагает соперничество между отдельными субъектами рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и реализации товаров и услуг.

В результате конкуренции формируются рыночные цены. Существование конкуренции требует широкого рассредоточения рыночной власти между множеством хозяйственных субъектов. Если на каком-то конкретном рынке действует большое число продавцов и покупателей, то ни один продавец или покупатель не может повлиять на рыночную цену, а, следовательно, и на рыночную ситуацию.

Сущность конкуренции в рыночной экономике проявляется в *функциях*, которые она выполняет:

- формирует общественные связи производства, обмена и потребления, является единственно возможным средством достижения сбалансированности между спросом и предложением;

- согласовывает и координирует экономические интересы производителей. В результате общественного разделения труда интерес каждого из них связан и взаимодействует с интересами других товаропроизводителей. Через рыночный механизм конкуренция подчиняет индивидуальные стремления субъектов рынка общественным интересам;
- стимулирует товаропроизводителей снижать индивидуальные производственные издержки, что требует от предпринимателей постоянного совершенствования технического оснащения производства, нахождения путей экономии сырья, материалов, топливно-энергетических ресурсов, рабочего времени;
- стимулирует повышение качества товаров и услуг. Эта функция приобретает особое значение в нынешних условиях развития науки и технологии, когда каждому производителю предоставляется возможность совершенствовать потребительские качества изделий, отвечая на растущие потребности и вкусы потребителей. Конкуренция побуждает производителей создавать новые виды продукции, а также осуществлять разные модификации одного и того же продукта;
- осуществляет формирование равновесной цены и стимулирует снижение цен на товары и услуги.

Конкуренция обеспечивает создание рыночной ситуации, способствующей внедрению достижений научно-технического прогресса. Это объясняется тем, что рыночное соперничество приводит к успеху в том случае, если предприниматель заботится не только о сохранении, но и расширении своего производства, для чего стремится усовершенствовать технику и организацию, повышает качество товаров, снижает затраты на производство единицы продукции и тем самым имеет возможность снизить цены.

Именно этот фактор позволил лауреату Нобелевской премии по экономике, австрийскому экономисту и философу Фридриху фон Хайеку (1899-1992) сказать, что общества, полагающиеся на конкуренцию, успешнее других достигают своих целей, и что именно конкуренция показывает, как можно эффективнее производить вещи. Она способствует вытеснению из общественного производства неэффективных предприятий, рациональному использованию ресурсов, предотвращает диктат производителей по отношению к потребителю. В этом заключается положительная роль конкуренции в общественном развитии.

В зависимости от того, каким образом конкурируют между собой участники рыночных отношений, различают *совершенную и несовершенную конкуренцию*.

**Совершенная конкуренция** представляет собой такую модель конкуренции, при которой на рынке действуют независимо друг от друга многочисленные продавцы и покупатели с равными возможностями и правами. Главная черта совершенной конкуренции: ни одна из фирм не влияет на розничную цену, т.к. доля каждой из них в общем выпуске продукции незначительна.

Система совершенной конкуренции имеет следующие основные характеристики:

- *наличие на рынке множества продавцов и покупателей.* В этом случае каждая из фирм оказывает достаточно слабое влияние на общее рыночное предложение и не может существенно изменить ситуацию на рынке в свою пользу;
- *производители предлагают на рынке однородную (стандартизированную) продукцию,* т. е. отсутствует вероятность того, что потребители предпочтут товары одной из фирм из-за их явного превосходства по свойствам или качеству над продукцией других фирм;
- *отсутствует возможность для одной фирмы влиять на рыночную цену,* складывающуюся на основе совокупного спроса и совокупного предложения, так как объём производства отдельной фирмы является незначительным;
- *продавцы и покупатели обладают всей необходимой информацией* о поступающих на рынок товарах и услугах, их ценах и прибыльности продаж. Нет ограничений на получение фирмами информации о состоянии рынка, ценах, качестве товаров, технологии производства и т.д. При соблюдении этого условия (называемого обычно информационной прозрачностью рынка) продавцы вынуждены продавать товары по цене рыночного равновесия и не могут требовать цены выше неё;
- *свободный вход на рынок и выход из него.* Новые фирмы могут свободно входить, а существующие фирмы - покидать рынок, так как не существует никаких законодательных, финансовых, технологических и других препятствий, способных помешать возникновению новых фирм и сбыту их продукции на конкурентных рынках.

Главная особенность совершенной конкуренции - отсутствие контроля над рыночными ценами со стороны отдельного производителя, то есть каждая фирма вынуждена ориентироваться на уже существующую на рынке цену. Конечно, наличие всех этих характеристик в рыночной экономике в большинстве случаев сегодня является трудноосуществимым. Поэтому совершенная конкуренция - редкостный тип конкуренции в современном общественном производстве. В основном преобладают формы несовершенной конкуренции, где некоторые продавцы обладают определённым контролем над рыночной ценой.

**Несовершенная конкуренция** господствует на тех рынках, где производители могут влиять на рыночную цену, повышая или снижая её. Главная особенность несовершенной конкуренции - деятельность на рынке одной или нескольких крупных фирм, производящих основную массу определённого товара. В экономике наиболее изучены *три типа несовершенной конкуренции: монополистическая конкуренция, олигополия, монополия.*

**Монополистическая конкуренция** - это такая рыночная ситуация, когда многочисленные продавцы продают схожие товары, стремясь придать им

реальные или мнимые уникальные качества. Главная особенность монополистической конкуренции заключается в производстве дифференцированной продукции (товаров и услуг): каждая фирма поставляет на рынок особый товар, который по-своему уникален. Разные упаковки, технические и потребительские свойства, условия продажи, реклама и, конечно, фирменная марка - всё перечисленное создаёт условия для повышения рыночной цены. Такой тип рынка наиболее распространён для потребительских товаров.

*Основные характеристики монополистической конкуренции:*

- на рынке имеется много конкурирующих некрупных фирм;
- продажа дифференцированной продукции, то есть для удовлетворения одной и той же потребности производители предлагают различающиеся между собой товары;
- каждая фирма имеет некоторую возможность влиять на цену, по которой она продает свои товары;
- существующие фирмы не могут преградить вход на рынок новым конкурентам, что означает относительно легкое вступление в отрасль новых производителей.

На таком рынке монополистическая власть каждой фирмы состоит лишь в праве на изготовление особой разновидности товара и в предложении её на рынок по самостоятельно назначенной цене, но не в контроле над рынком всех товаров однотипного назначения и возможности диктовать рыночную цену. *Монополистическая конкуренция* монополистична в том смысле, что каждая фирма обладает определённой долей сегмента на рынке, где она выступает как монополист своего товара. С другой стороны, она находится в постоянной конкурентной борьбе с другими фирмами, которые производят и продают аналогичные товары и услуги. Такая модель конкуренции наиболее распространена в рыночной экономике.

**Олигополия** - это такой тип конкуренции, когда на рынке несколько крупных фирм (условно от 3 до 10) контролируют производство определённого товара или услуги. Для этого рынка характерно производство одинаковых (стандартизированных) товаров небольшим числом крупных фирм, которые и конкурируют между собой. При этом каждая фирма может оказывать существенное влияние на цены, по которым продаются её товары.

*К основным характеристикам олигополии можно отнести:*

- немногочисленность конкурентов;
- предложение на рынке однородных или дифференцированных товаров (сталь, алюминий, цемент, автомобили, компьютеры);
- сложность входа в отрасль новых предприятий;
- наличие стимулов к слиянию, сговорам, направленным на снижение или устранение конкуренции.

Существование на рынке относительно малого числа фирм объясняется применением дорогостоящих технологий и постоянным снижением издержек.

Каждая фирма-олигополист обладает весомой долей (10-20%) товара на рынке, отсюда все фирмы, входящие в олигополию, удовлетворяют весь рыночный спрос. В то же время, исходя из масштаба собственного производства, каждая фирма-олигополист обладает некоторой степенью власти над рыночной ценой.

**Монополия** - это тип несовершенной конкуренции, при которой на рынке имеется только один продавец (производитель) товара или услуг. Монополия отражает исключительное право предприятия, организации, государства, торговца на осуществление какой-либо хозяйственной деятельности.

*Основные характеристики чистой монополии:*

- единственный продавец;
- товарная дифференциация отсутствует;
- продавец осуществляет полный контроль над ценами;
- очень трудные условия вхождения в отрасль новых предприятий.

На рынке монополии для покупателя складываются самые худшие условия. При чистой монополии возможности покупателя торговаться становятся крайне ограниченными, поскольку альтернативного производителя (продавца) на рынке не существует.

Обычная коммерческая стратегия монополиста - навязывание покупателям завышенных уровней цен. На рынке монополии такая возможность завышения цен становится наибольшей, т.е. возникает ценовой диктат продавца. Более того, монополисту не нужно ни совершенствовать свою продукцию, ни искать наиболее рациональные способы её производства и сбыта. Поэтому рост степени монополизации рынков всегда рождает очень серьёзные экономические проблемы и негативные последствия для общественного производства.

## 4.2. Виды конкурентной борьбы

Экономическая теория в основном разделяет виды конкурентной борьбы по методам её ведения на *ценовую и неценовую конкуренцию*, или конкуренцию на основе цены и конкуренцию на основе качества (потребительной стоимости).

**Ценовая конкуренция** предполагает продажу товаров на рынке по более низким ценам, чем у конкурента. Она восходит к тем далеким временам свободного рыночного соперничества, когда даже однородные товары предлагались на рынке по самым разнообразным ценам. Снижение цены было той основой, с помощью которой промышленник (торговец) выделял свой товар, привлекал внимание к нему и, в конечном счёте, завоёвывал себе желаемую долю рынка.

Когда рынки монополизированы, разделены между собой незначительным числом крупных фирм, захватившим ключевые позиции, производители стремятся удержать цены постоянными, чтобы, целенаправленно снижая себестоимость и расходы на маркетинг, обеспечить максимальную прибыль. На монополизированных рынках цены теряют эластичность. Снижение цены

возможно либо за счёт снижения издержек, либо за счет уменьшения прибыли, что могут позволить себе лишь крупные производители. В основном ценовая конкуренция используется для выталкивания с рынка слабых соперников или для проникновения на уже освоенный рынок.

Крупные фирмы, ведя конкурентную борьбу между собой, могут на короткое время снизить цены на свои товары и услуги, чтобы с помощью дешёвой продукции разорить конкурентов и вытеснить их с рынка. Такой метод борьбы вытеснения конкурирующих фирм с рынка в науке и на практике получил название «ценовые войны». Она осуществляется понижением цен, локальными изменениями цен, сезонными распродажами, предоставлением большего объема услуг по действующим ценам, удлинением сроков потребительского кредита.

Ценовая конкуренция применяется главным образом фирмами-аутсайдерами рынка в борьбе с монополиями, для соперничества с которыми у них нет сил и возможности в сфере неценовой конкуренции. Кроме того, ценовые методы используются для проникновения на рынки с новыми товарами (этим не пренебрегают и монополии там, где они не обладают абсолютным преимуществом), а также для укрепления позиций в случае внезапного обострения проблемы сбыта.

При прямой ценовой конкуренции фирмы широко оповещают о снижении цен на выпускаемые и имеющиеся на рынке товары. При скрытой ценовой конкуренции фирмы вводят новый товар с существенно улучшенными потребительскими свойствами, а цену поднимают непропорционально мало.

Основными и более эффективными методами конкуренции в современных успехах являются неценовые, т.е. конкуренция осуществляется посредством повышения технического уровня изделий, качества товаров, улучшения ассортимента при сохранении примерно одной и той же цены. Эти виды характеризуют конкурентную борьбу за качество предлагаемого на рынок товара и включают рекламу, услуги по сервисному обслуживанию, продажу в кредит, лизинг, льготы постоянным покупателям, использование торговых знаков и торговых марок фирм.

**Неценовая конкуренция** основана на продаже товаров более *высокого качества и надежности*, достигаемых благодаря техническому превосходству. Поступление на рынок продукции более высокого качества или новой потребительской стоимости затрудняет ответные меры со стороны конкурента, так как формирование качества проходит длительный цикл, начинающийся с накопления экономической и научно-технической информации.

К числу неценовых методов относят также *предоставление большого комплекса сервисных услуг*, до- и послепродажное обслуживание, бесплатное сервисное обслуживание, зачёт старого сданного товара в качестве первого взноса за новый товар.

Одним из эффективных методов неценовой конкуренции в настоящее время являются *маркетинговые исследования*, целью которых является изучение запросов потребителя, его отношения к тем или иным товарам и услугам.



Данная информация позволяет производителю более точно представлять будущих покупателей его продукции, прогнозировать ситуацию на рынке в результате их действий, уменьшать риск неудачи и т.д.

В связи с большим влиянием на общественность средств массовой информации, интернета и прессы *реклама* является важнейшим методом ведения конкурентной борьбы. С помощью рекламы фирмы не только доносят до покупателей информацию о потребительных свойствах своих товаров, но и формируют доверие к своей товарной, ценовой, сбытовой политике, стремясь создать образ фирмы как «хорошего гражданина» страны. С помощью рекламы можно формировать мнение потребителей о том или ином товаре, причем как в лучшую, так и в худшую сторону.

Как показывает отечественный и мировой опыт, иногда используются *силовые методы* конкурентной борьбы (лишение конкурента сырья, рынков сбыта, скупка патентов, захват рынков рабочей силы), а также запрещённые законом методы (поджоги, убийства опасных конкурентов, подкуп и шантаж, распространение заведомо ложных сведений о конкурентах, подделка торговых знаков и т.д.). К этому можно также добавить экономический и научно-технический шпионаж, так как любая научно-исследовательская разработка только тогда является источником прибыли, когда она находит применение в практике, т.е. когда идеи воплощаются на производстве в виде конкретных товаров или новых технологий.

### 4.3. Стратегии конкурентного поведения

Классификация видов и стратегий конкурентного поведения экономических субъектов рынка занимает важное место в исследованиях и публикациях многих экономистов, специализирующихся на проблемах управления и организации предпринимательства. Среди них наиболее известны классификация М. Портера (стратегия лидерства в затратах, стратегия товарной дифференциации, стратегия специализации) и близкая к ней классификация Ж.-Ж. Ламбена (стратегия лидерства по издержкам, стратегия широкой товарной дифференциации, стратегия сфокусированной товарной дифференциации, стратегия оптимальных издержек, стратегии рыночной ниши).

Разработка стратегий конкурентного поведения начинается со стратегического целеполагания и распространяется на комплекс долговременных действий по отношению к соперникам, которые признаются стратегическими, т.е. осуществляют деятельность в стратегических областях бизнеса компании. Основная особенность конкуренции во всех ее проявлениях состоит в столкновении интересов субъектов рынка. Причина этих столкновений обусловлена их соперничеством в борьбе за один и тот же сегмент рынка: ведь если спрос будет удовлетворен товарами одной фирмы, то остальные автоматически лишаются возможности реализовать свою продукцию.

Существует **целевая классификация** стратегий конкурентного поведения.

- *Виолентная стратегия.* Она наблюдается, когда крупная фирма решает свои отношения с конкурентами с позиции силы. На её стороне значительный объём производства, более высокая, чем у конкурентов, производительность труда, низкие издержки производства, доступные только гигантам научные исследования и широкое применение маркетинга. Все это обеспечивает крупной фирме монопольное положение на рынке. Стратегия виолентов заключается в том, что, опираясь на свою мощь, они вытесняют конкурентов с занимаемого сегмента рынка. Такая стратегия бесспорного лидерства одной фирмы (иногда в окружении небольшого числа значительно уступающих ей по размерам конкурентов) характерна для отраслей массового производства товаров народного потребления.
- *Пациентная (нишевая) стратегия.* Такая стратегия конкурентного поведения характерна для узкоспециализированных фирм. Сегмент рынка пациента не требует большого объема производства. Издержки производства у таких фирм, как правило, выше, а выпускаемая продукция дороже. Сила этих фирм в удовлетворении особых запросов потребителей.
- *Коммутантная (соединительная) стратегия.* Она характерна для производственных предприятий средних размеров. Эти сравнительно небольшие неспециализированные организации лучше всего могут приспособливаться к удовлетворению быстро меняющихся потребностей покупателей. Совпадение запросов потребителей и наличие возможности организовать производство необходимых товаров в значительных объёмах создают основу для массового (виоленты) или специализированного (пациенты) производства. Но эти условия бывают не всегда, и тогда применяется коммутантная стратегия. Создаваемые каждый раз для конкретного случая многочисленные мелкие предприятия играют роль связующего звена экономики.
- *Эксплерентная (пионерная) стратегия.* Она связана с крайне рискованным, но баснословно выгодным в случае удачи революционным решением. Как правило, это касается создания новых или радикального преобразования старых сегментов рынка. Наблюдать пионерную стратегию приходится не так часто из-за её кратковременной природы. Дело в том, что до того момента, когда удастся достичь решающих успехов, такая фирма больше походит на группу фанатиков-энтузиастов нового направления, чем на коммерческое предприятие. Если изобретатель преодолевает все трудности и закрепляется в созданной им же самой рыночной нише, он вынужден внутренне переродиться и стать предпринимателем. Роль эксплерентов заключается в разработке и внедрении достижений научно-технического прогресса.

Краткий обзор основных стратегий конкурентной борьбы показывает сложность сосуществования и взаимного дополнения компаний различного типа. В каждом случае действуют свои правила игры. Вторгаясь в соседний

сегмент рынка, конкуренты наталкиваются на ожесточенное сопротивление, и не всегда отработанные приемы конкурентной борьбы оказываются достаточно эффективными. История изобилует фактами, когда мощные компании, применяющие стратегию виоленты, терпели поражение при попытках заняться специализированным производством. Их главный козырь - эффективность массового выпуска товаров - не срабатывал на узком рынке, там, где пациент легко удовлетворял особые запросы покупателей.

Итак, в рыночной экономике под *конкурентным поведением* понимается позиция, которую в процессе принятия решений занимает фирма по отношению к своим конкурентам. На практике существуют **пять типов конкурентного поведения**.

1. *Независимое поведение* фирмы имеет место тогда, когда действия или противодействия конкурентов совершаются без учета поведения фирмы; такая позиция характерна в основном для всех второстепенных решений. Иногда она имеет место и применительно к стратегическим решениям в фирмах, доминирующих на рынке.
2. *Кооперативное поведение* соответствует уверенной или благодушной позиции фирмы, а также выраженному или подразумеваемому стремлению скорее к согласию, чем к постоянной конфронтации. Молчаливое согласие часто встречается среди средних фирм; явные соглашения скорее присущи крупным компаниям на рынках олигополии, не подпадающих под законодательство о конкуренции или слабо контролируемых в этом аспекте.
3. *Адаптивное поведение* фирмы основано на явном учете действий конкурентов: оно заключается в приспособлении своих стратегических решений к наблюдаемым решениям конкурентов. Если все конкуренты на рынке принимают поведение этого типа, имеет место цепь взаимных согласований вплоть до стабилизации рынка.
4. *Опережающее поведение* - это более сложная линия стратегического поведения, состоящая в том, чтобы предвидеть реакцию конкурентов на действия фирмы, полагая, что они сохраняют прежний тип поведения. Таким образом, подразумевается, что фирма знает функцию реакции конкурентов и включает её в процесс разработки своей стратегии. По мере развития стратегического маркетинга такое поведение все чаще встречается на рынках со структурой олигополии, где законы конкуренции соблюдаются достаточно строго.
5. *Агрессивное поведение* фирмы также предусматривает предвидение реакции конкурентов на стратегические решения фирмы. Однако в этом случае предполагается, что конкуренты всегда занимают самую неблагоприятную позицию по отношению к фирме. Поведение этого типа чаще всего встречается в ситуации олигополии при нерасширяемом глобальном спросе, когда любой выигрыш для одного всегда есть проигрыш для другого.

В развитых экономиках во многих секторах промышленности и сельского хозяйства фирмы противостоят друг другу на застойных насыщенных рынках, имея на вооружении слабодифференцированные товары. В подобных ситуациях ключевым фактором успеха является подавление активности конкурентов. Стратегия поведения т.н. «*воинствующего маркетинга*» предполагает проведение систематического анализа конкурентных сил и разработку стратегий противостояния конкурентам.

#### **4.4. Конкуренция и монополия. Антимонопольная политика государства**

Проблема ограничения или даже устранения конкуренции вызывает беспокойство во многих странах. Главная роль в её решении отводится государству, так как сам рынок недостаточно дееспособен в защите конкуренции.

Когда на рынке много фирм, которые действуют в соответствии с принципами совершенной конкуренции, то в результате возникает общее рыночное предложение. Именно его описывает кривая предложения. Совсем по-иному обстоит дело, когда на рынке есть только одна *фирма-монополист*. У фирмы-монополиста нет своей кривой предложения. Она выбирает варианты своей коммерческой политики на основе кривой рыночного спроса. В результате монополист формирует рыночное равновесие сам. Он делает это, выбирая то соотношение цены и величины производства, которое может принести ему наибольшую прибыль. С этой целью монополист, как правило:

- ✓ устанавливает цену выше, чем она сложилась бы на конкурентном рынке;
- ✓ производит товаров меньше, чем могла бы производить отрасль в условиях совершенной конкуренции.

Таким образом, монополия означает потерю экономического равноправия производителя и покупателя. По сути дела, на таком рынке более сильный продавец вынуждает покупателя переплачивать за товары. Он устанавливает их цену выше, чем она сложилась бы в условиях свободной конкуренции при существующем уровне техники и технологии производства. Тем самым нарушается нормальная работа главного механизма рынка - механизма цен. А ведь именно механизм цен решает в условиях рыночной системы важнейшую задачу распределения ограниченных ресурсов и удовлетворения потребностей потребителей.

Следует заметить, что монополия определяется обратной зависимостью от эластичности потребительского спроса и его чувствительности к динамике рыночных цен. Поскольку эластичность спроса показывает его чувствительность к стоимости благ, то, чем выше данный показатель, тем ниже оказываются возможности влияния фирмы на рынке, так как тогда она не может необоснованно поднимать цены и злоупотреблять своими правами.

Для оценки конкурентной среды рынка, используются такие критерии, как число продавцов на рынке, чувствительность к изменению цен предлагаемых

товаров, поведение субъектов на рынке, препятствия входу на рынок новых фирм и др. Поэтому для анализа организационного влияния на рыночную систему всех её субъектов необходимо ознакомиться с формулами, которые позволяют дать количественную характеристику власти фирмы.

**Показателями конкурентной среды рынка** являются индекс Лернера, индекс Герфинделя-Гиршмана, индекс концентрации рынка.

*Индекс Лернера* ( $\Pi$ ) ориентирован на измерение результата функционирования рынка и поведение фирм. Он рассчитывается посредством вычитания предельных издержек из величины монопольной цены при пересчете на уровень неконкурентных цен:

$$\Pi = \frac{P(m) - MC}{MC},$$

где  $P(m)$  - цена монопольного рынка;

$MC$  - предельные издержки (издержки на дополнительно произведённую единицу продукции).

При этом  $0 < \Pi < 1$ . Если данный показатель по своему значению ближе к 0, это свидетельствует о преобладании на рынке совершенной конкуренции, которая наиболее приемлема для успешного развития рыночной экономики. Чем ближе данная величина к единице, тем больше вероятность того, что на рынке появилась фирма, желающая диктовать свои условия, - монополист. Олигополия характеризуется индексом Лернера около 0.6–0.8, поскольку есть не что иное, как промежуточное состояние между монополизмом и совершенной конкуренцией. Зачастую коэффициент Лернера оказывается тяжело подсчитать из-за предельных издержек, поэтому в этом случае гораздо удобнее использовать величину средних издержек как затрат на единицу продукции.

*Индекс Герфинделя-Гиршмана* ( $ИН$ ) - ещё один показатель степени концентрации рынка. Он определяется как сумма долей каждой фирмы в отдельности, которые ведут свою производственную и сбытовую деятельность на данном рынке:

$$ИН = \sum_i^n Q_i^2$$

где  $i$  – число фирм;

$Q_i$  – доля рынка  $i$ -ой фирмы.

$ИН$  характеризуется неравенством:  $0,01 < ИН < 1$ . Соответственно чем меньше его значение, тем сильнее конкуренция и слабее рыночная власть. Максимальное значение индекса достигается при монополии и равно единице.

*Индекс концентрации рынка* ( $CR$ ) определяется как доля от общего объёма продаж товаров (или объёма выпуска продукции), приходящаяся на несколько крупных фирм, ранжированных в соответствии с их долей рынка. Для

потребительских товаров рекомендуемым считается показатель CR не более 45%. Для рынка производственных ресурсов он может составлять до 70%.

Таким образом, благодаря данным показателям государство может контролировать процесс функционирования фирм и уровень конкуренции рынка и, как следствие, бороться с монополиями.

Вход на монополизированный рынок обычно очень сильно может быть ограничен с помощью *юридических барьеров*. Самыми древними формами таких барьеров были монопольные права, которые присваивались себе по праву сильного правителями и которые со временем получили название государственных монополий. Под этим именем они продолжают существовать и сегодня.

В некоторых случаях возникновение монополии оказывается практически неизбежным по объективным причинам. Такие монополии называют обычно *естественными*, поскольку порождающие их барьеры естественны, т.е. закономерно присущи определённому рынку. В экономике страны всегда существуют области хозяйственной деятельности, где государство признает целесообразным наличие естественной монополии.

**Естественная монополия** - это компания, получившая от государства исключительное право на осуществление какой-либо деятельности. В этом случае производство товара или оказание услуг сосредоточивается в одной фирме в силу объективных (природных или технических) причин.

Экономическая теория выделяет *два вида естественных монополий*:

- ❖ *природные монополии*. Рождение таких монополий происходит из-за барьеров для конкуренции, возведённых самой природой. Например, монополистом может стать фирма, геологи которой обнаружили месторождение уникальных полезных ископаемых и которая купила права на земельный участок, где располагается это месторождение. Теперь никто другой это месторождение использовать не сможет: закон защищает права собственника, даже если он оказался в итоге монополистом (что не исключает регулирующего вмешательства государства в деятельность такого монополиста);
- ❖ *техничко-экономические монополии*. Так условно можно назвать монополии, возникновение которых продиктовано либо техническими, либо экономическими причинами, связанными с проявлением эффекта масштаба. Например, технически почти невозможно и крайне нерационально создание в городе двух сетей канализации, подвода газа или электроэнергии в квартиры.

Наиболее крупными естественными монополиями обычно являются энергетические и транспортные фирмы, где эффект масштаба особенно подталкивает к увеличению размеров фирм ради снижения средних затрат на производство товаров. Реально это проявляется в том, что создание в таких отраслях вместо одной крупнейшей фирмы-монополиста нескольких меньшего

размера может привести к увеличению затрат на производство и в итоге не к снижению, а к росту цен. А в этом общество, разумеется, не заинтересовано.

Существуют следующие **организационные формы монополий**:

*картель* – фирмы, объединённые в картель в административном и финансовом отношении, остаются самостоятельными, но они обязаны выполнять все условия соглашения о разделе рынка и согласовании объёмов продаж каждым из членов картеля. Соглашение между изготовителями однородного товара также предусматривает:

- ограничение доли каждого производителя в общем объёме производства;
- определённые цены сбыта на произведённую продукцию;
- условия найма рабочей силы;
- обмен патентами и разграничение рынков.

*синдикат* - в отличие от картеля участники синдиката:

- утрачивают свою коммерческую самостоятельность, но закупку сырья и сбыт готовой продукции осуществляют совместно;
- сохраняют за собой производственную и юридическую обособленность.

*трест* - это монополистическое объединение на основе совместной собственности, общего управления производством и сбытом продукции, при котором предприятия утрачивают свою коммерческую и производственную самостоятельность;

*концерн* – данное монополистическое объединение включает предприятия различных отраслей национальной экономики, которые лишены самостоятельности и находятся под единым контролем головной фирмы;

*консорциум* – фирмы, объединённые в консорциум, полностью сохраняют свою самостоятельность.

В конце XIX века экономисты и правительства ведущих стран мира осознали весь масштаб опасности монополий и приняли решение начать борьбу с ними. В большинстве развитых стран мира государство старается противостоять монополизму, поощряя конкуренцию.

Важнейшим средством для этого служит **антимонопольное законодательство** - это пакет законов, которые являются средством поддержания государством равновесия между конкуренцией и монополией. Главными задачами антимонопольного регулирования являются ограничение власти фирм-монополистов, диктующих покупателям свои монопольно высокие цены, и защита конкуренции от подавления её монополистами.

Самый первый антимонопольный закон, принятый американским Конгрессом в 1890 году (закон Шермана), отражая интересы покупателей, объявлял недействительными договоры, ограничивающие свободу торговли и ведущие к формированию монополии. Сегодня подобные законы существуют почти во всех странах мира. При этом наказанию подлежит не сама монополия как таковая, а стремление к монополизации рынка, т. е. проведению определенной экономической политики на основе монопольной власти над рынком. Основаниями для судебного преследования монополиста обычно

являются искусственное завышение цен и снижение выпуска продукции. Это стандартные ходы любой компании, сумевшей разрушить на рынке своих товаров механизм совершенной конкуренции.

К числу других наиболее широко применяемых *методов борьбы с монополизацией рынков* относятся:

- 1) предельное упрощение процедуры создания новых фирм;
- 2) снятие всех барьеров во внешней торговле и открытие внутренних рынков для зарубежных фирм, разрушающих контроль над рынком отечественных монополистов;
- 3) принудительное разделение крупнейших фирм-монополистов на несколько более мелких и независимых друг от друга;
- 4) введение государственного контроля за процедурами слияния и поглощения фирм, а в некоторых случаях установление порядка, при котором поглощение и слияние возможны лишь с разрешения государства;
- 5) введение в особо сложных случаях (чаще всего это относится к естественным монополиям) прямого государственного контроля за ценами и заработной платой;
- 6) наказание фирм за проведение политики ценовой дискриминации.

*Ценовая дискриминация* - продажа одинаковых товаров в одном и том же количестве на одном и том же рынке по разным ценам различным покупателям.

Одним из методов обеспечения монопольного господства на рынке является *демпинг*, также караемый антимонопольным законодательством. Выгода демпинга в том, что он позволяет вытеснить с рынка конкурентов и стать монополистом. В результате можно взвинтить цены и с избытком компенсировать потери прибыли от продаж по демпинговым ценам. Поэтому антимонопольные органы строго проверяют фирмы, продающие свои товары значительно дешевле, чем их конкуренты.

### **Контрольные вопросы**

1. Что такое конкуренция как экономический феномен?
2. Какова роль конкуренции в экономике?
3. Каковы основные тенденции развития отношений конкуренции в современных условиях?
4. Что такое совершенная и несовершенная конкуренция?
5. Каковы условия деятельности конкурентной фирмы и фирмы-монополиста?
6. Каковы методы определения равновесия фирмы?
7. В чем отличие конкурентной цены от монопольной цены?
8. Почему монополии препятствуют лучшему использованию ресурсов общества?
9. Каковы основные признаки и причины олигополии?
10. Что понимается под монополистической конкуренцией?



## 5. Основы теории фирмы. Издержки производства и прибыль

5.1. Предприятие как субъект экономических отношений.

5.2. Сущность и виды издержек производства.

5.3. Прибыль фирмы. Рентабельность.

### 5.1. Предприятие как субъект экономических отношений

Основной формой организации предпринимательства является предприятие. *Предприятие (организация)* - это вполне самостоятельный, имеющий юридическую основу, экономический субъект, целью которого является осуществление коммерческой и производственной деятельности для создания общественно необходимых товаров и услуг.

Предприятие от других экономических субъектов, действующих на рынке, отличает наличие следующих признаков. Во-первых, оно представляет собой экономически обособленную, самостоятельную хозяйственную единицу, которая способна независимо от других экономических субъектов принимать решения, связанные с её функционированием. Во-вторых, легальная фирма всегда юридически зарегистрирована и в этом плане относительно независима, т. е. имеет собственный бюджет, устав и бизнес-план, в соответствии с которым она развивается. В-третьих, предприятие - производственный посредник. Для осуществления производственного цикла по производству материальных и нематериальных благ она закупает на рынке факторов производства необходимые ресурсы, которые по достижению стадии готовности реализуются на рынок товаров и услуг. В-четвертых, финансовой целью фирмы является получение прибыли и минимизация издержек.

*Предприятие* представляет собой имущественно обособленную экономическую систему, организованную для достижения какой-либо хозяйственной цели. Предприятие, по сути, является первичным и вместе с тем основным звеном всей экономической системы страны.

Экономический субъект (предприятие) с данных позиций:

- а) самостоятельно принимает решения;
- б) реально использует факторы производства для изготовления и продажи продукции;
- с) стремится к получению дохода и реализации других целей.

Производство – это процесс создания экономических благ (товаров и услуг) для удовлетворения потребностей человека. Фирма в целях получения прибыли осуществляет производственную деятельность. Приобретая путём купли-продажи средства и предметы труда и осуществляя наём работников, предприятие организует процесс производства, выпуска продукции.

Предприятие в соответствии с её предназначением в рыночной экономике выполняет ряд важнейших функций.

1. Производственная функция подразумевает изготовление товаров и услуг, которое обеспечивает рыночное предложение. Производство должно быть основано на данных о структуре спроса, в противном случае предприятие рискует остаться вовсе без прибыли с непокрытыми издержками.

2. Коммерческая функция подразумевает материально-техническое снабжение (налаживание связей с поставщиками ресурсов и инвесторами), сбыт готовой продукции, а также маркетинг и рекламу для успешного продвижения товаров на рынок и роста его конкурентоспособности.

3. Финансовая функция заключена в привлечении долгосрочных инвестиций и получении кредитов, которые, несомненно, позволят предприятию осуществить нововведения и ориентироваться на дальнейшее развитие. Сюда могут быть включены и расчёты, осуществляемые как внутри фирмы, так и с партнерами: выпуск ценных бумаг, уплата налогов, а также получение прибыли, управление рисками и создание системы страхования.

4. Счётная функция подразумевает составление бизнес-плана, балансов и смет, проведение инвентаризации, калькулирование себестоимости, оформление отчётов и сдачу их в государственные налоговые органы.

5. Административная функция - это функция управления. Она включает четыре составные части: непосредственно организацию производства для создания гибкой к изменениям внешней среды структуры, мотивацию как процесс стимулирования работников к достижению более высоких результатов работы, планирование, включающее постановку целей и пути их достижения, и контроль над деятельностью подразделений и фирмы в целом.

6. Правовая функция осуществляется через соблюдение юридически закреплённых законов, норм и стандартов, а также через выполнение мер по охране факторов производства и окружающей среды с точки зрения этичности организации.

Основными особенностями предприятия можно считать следующие.

- *Организационное единство* – создание эффективного менеджмента, который позволяет грамотно принимать все решения, касающиеся производства и распределения изготовленных благ и в целом функционировать в рамках нестабильной рыночной экономики. Кроме того, крайне важным является наличие на предприятии штата организованных и высококвалифицированных работников, которые являются необходимым условием успешного развития и продвижения предприятия на рынке.
- *Совокупность ресурсов и факторов производства*, необходимых для производства готовой продукции. Это так называемые первичные исходные материалы товарной продукции:
  - природные ресурсы, которые, в процессе обработки превращаются в готовые товары. Иными словами, они представлены оборотными фондами предприятия под общим названием сырьё и материалы;

- материальные ресурсы, прежде всего капитал. Он может быть как собственным, так и заёмным, взятым под определённую ставку процента. Любое финансирование, будь оно целевое государственное или инвестиционное частное, способствует эффективному и всестороннему развитию предприятия, позволяет решить все проблемы, которые возникают в связи с финансовой недостаточностью. Одной из главных характеристик предприятия на рынке должна являться его инвестиционная привлекательность;
- трудовые ресурсы являются самым главным фактором производства на предприятии. Именно кадровый трудовой потенциал определяет интенсивность трудовой деятельности. Численность персонала, его состав, движение рабочей силы, уровень образования, опыт работы, квалификация - все это в совокупности характеризует трудовой комплекс предприятия;
- предпринимательский ресурс или способность к предпринимательству. Руководитель предприятия должен иметь определённые навыки, опыт и личные способности для управления предприятием, принятия важных решений и ведения предпринимательской деятельности в целом.
- *Обособленное имущество.* Крайне важно наличие экономической самостоятельности: предприятие само определяет, что производить, где и в каких количествах. Однако наряду с самостоятельностью предприятие не должно забывать об экономической ответственности: она может быть представлена как заботой о человеке-работнике или окружающей среде, что определяет степень этичности организации, так и обязательствами предприятия перед инвесторами, потребителями по погашению кредитов и займов, осуществлению поставок и пр.
- *Собственный баланс, бизнес-план, расчётный счет в банке.* При осуществлении всех рыночных сделок предприятие выступает в основном от своего имени.

## **5.2. Сущность и виды издержек производства**

Издержки производства играют важнейшую роль в устойчивом функционировании предприятия на рынке, определении его стратегических перспектив и конкурентоспособности. Именно издержки фирмы на производство предопределяют динамику и вид кривой предложения.

*Издержки производства* представляют собой стоимость ресурсов, необходимых для производства и реализации производимой фирмой товаров и услуг. Иными словами, под издержками понимаются выраженные в денежной форме текущие затраты предприятия на изготовление и реализацию продукции. В издержки производства включаются материальные затраты (расходы на покупку материалов, сырья, покупных изделий и полуфабрикатов, топлива; на рекультивацию земли; плата за древесину, воду и др.), расходы на оплату труда работников предприятия, отчисления на социальные нужды (на государственное

социальное, пенсионное и медицинское страхование), амортизация и прочие общехозяйственные расходы.

В современной теории фирмы выделяют бухгалтерские и экономические издержки (рис. 10).

Бухгалтерские издержки	
Внешние (явные) издержки	Внутренние (неявные) издержки
Экономические издержки	

Рис. 10. Структура издержек предприятия

Бухгалтерские издержки - учётные издержки, с их помощью учитываются все сделки, которые производит фирма по поводу приобретения необходимых ресурсов от их поставщиков. К *бухгалтерским издержкам* относят внешние (явные) издержки, т.е. все затраты фирмы, которые непосредственно идут на оплату используемых факторов производства. Бухгалтерские издержки учитывают покупные ресурсы. Покупая такой ресурс, как “труд” через систему найма, фирма в бухгалтерских издержках учитывает его как затраты на заработную плату наёмных рабочих. Покупая ресурс “капитал”, фирма учитывает его в бухгалтерских издержках как процент за его аренду. Наконец, арендуя землю, фирма учитывает затраты в бухгалтерских издержках как земельную ренту.

*Экономические издержки* включают в себя явные и неявные издержки, т.е. они выступают как полные издержки. Внутренние (неявные) издержки – это стоимость ресурсов, принадлежащих фирме. Например, фермер часто использует собственный труд, у него могут быть собственные средства труда, он может работать на собственной земле. В технологическом смысле его собственные ресурсы участвовали в процессе производства. Однако в бухгалтерских книгах они, как правило, не учитываются. Экономист должен учесть все издержки, в том числе и неявные издержки. Это делается путем приравнивания издержек собственного труда, капитала, земли к явным издержкам, т.е. учета их по рыночным ценам покупных ресурсов. Собственный труд фермера оценивается по заработной плате наемных рабочих, которых он нанимал, собственный капитал и земля – по рыночным ставкам арендной платы за капитал и землю.

Бухгалтерские издержки не учитывают издержки такого ресурса как предпринимательский ресурс. В экономических издержках он рассматривается как собственный ресурс. Предпринимательский ресурс наряду с другими создаёт себе доход в форме нормальной прибыли. Нормальная прибыль - это предпринимательская прибыль, или вознаграждение за затраченный предпринимательский ресурс. Экономические издержки, как полные издержки, включают в себя издержки на предпринимательский ресурс - нормальную прибыль.

Рассмотрим пример из области сельскохозяйственного производства (фермерское хозяйство). Данные об издержках даются в табл. 3. На основе данных бухгалтерских оценок ферма работает прибыльно (прибыль составляет 120 тыс. руб.). Однако с точки зрения альтернативных оценок (экономических издержек производства продукции) ферма убыточна в размере 0,42 млн. руб., или 420 тыс. руб.

Дело в том, что экономические издержки - это полные производственные издержки, они также учитывают альтернативный характер издержек. Если учесть издержки собственного труда фермера и его семьи, прибавить альтернативные издержки инвестиций (в сумме они составят  $0,09 + 0,30 + 0,15 = 0,54$  млн. руб.), то окажется, что в совокупности издержки производства превосходят выручку от реализации продукции и фирма окажется убыточной.

Таблица 3. Издержки, денежная выручка и прибыль от произведенной сельскохозяйственной продукции (в млн. руб.).

I. Бухгалтерские издержки (оценка покупных ресурсов)		II. Экономические издержки (альтернативная оценка ресурсов)	
Зарплата –	0,30	Зарплата –	0,30
Аренда капитала –	0,10	Аренда капитала –	0,10
Аренда земли (рента) –	0,10	Аренда земли (рента) –	0,10
Оборотный капитал (семена, корма, горючее и т.д.) -	0,30	Оценка предпринимательского ресурса –	0,09
Амортизация –	0,08	Оценка труда семьи –	0,30
		Оценка вложенных инвестиций (10%) –	0,15
		Оборотный капитал (семена, корма, горючее и т.д.) –	0,30
		Амортизация –	0,08
Итого:	0,88	Итого:	1,42
II. Денежная выручка –	1,00	II. Денежная выручка –	1,00
III. Бухгалтерская прибыль (II-I) = 0,12		III. Экономическая прибыль (II-I) = -0,42	

Особое значение в теории издержек имеет их классификация на постоянные, переменные, общие (валовые), средние и предельные. Критерием разделения издержек предприятия на постоянные и переменные является их зависимость от объема производства.

*Постоянные издержки (FC)* – это издержки, которые не зависят от объема производства продукции. Они включают плату за аренду и содержание помещений, амортизацию, расходы на содержание управленческого персонала и охрану, налоги, проценты за кредит и т.д.

*Переменные издержки (VC)* – издержки, которые напрямую зависят от объема производства. К ним относятся затраты на материалы, сырьё,

полуфабрикаты, рабочую силу и другие изменяющиеся расходы. Динамика переменных издержек первоначально характеризуется некоторым замедлением по мере налаживания производственного процесса, в дальнейшем они растут быстрее, чем выпуск продукции.

Сумма постоянных и переменных издержек представляет собой *валовые или общие издержки* (ТС) предприятия, т.е. все денежные затраты предприятия на производство и реализацию продукции:

$$TC = FC + VC.$$

Графически эта зависимость отображается на рис. 11. Если производить большой объём продукции, то целесообразно сделать вначале большие вложения в виде постоянных затрат, а затем большим выпуском с низкими переменными затратами добиваться низкой себестоимости продукции.

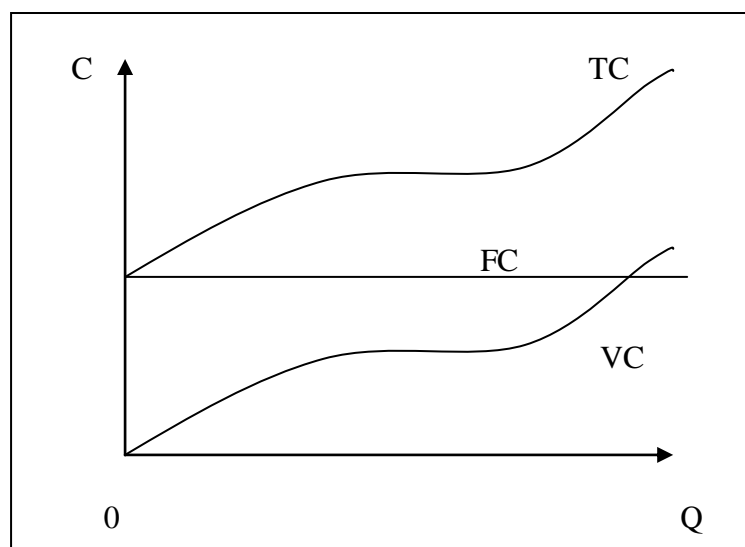


Рис. 11. Переменные, постоянные и валовые издержки предприятия

Для удобства расчётов каждый вид издержек усредняется путём деления на количество произведённой продукции. В теории фирмы различают несколько категорий средних издержек.

Средние постоянные издержки (AFC) рассчитываются путём деления постоянных издержек фирмы на объём производства:

$$AFC = \frac{FC}{Q}.$$

Средние переменные издержки (AVC) рассчитываются путём деления переменных издержек фирмы на объём производства:

$$AVC = \frac{VC}{Q}.$$

Средние валовые издержки (АТС) рассчитываются путём деления валовых (общих) издержек фирмы на объём производства:

$$ATC = \frac{TC}{Q}.$$

Средние издержки – это издержки на производство единицы продукции. Средние издержки имеют большое экономическое значение в деятельности предприятия: они служат основой для формирования цены на единицу продукции; определяют размер прибыли как на единицу продукции, так и на весь выпуск продукции; снижение средних издержек и цены продукции повышает конкурентоспособность фирмы. Главные факторы снижения средних издержек: повышение производительности труда и внедрение передовых технологий, рост квалификации работников, эффективный менеджмент, природные факторы.

В современных неоклассических теориях значительное место отводится предельным (маржинальным) издержкам. Прирост издержек, связанный с выпуском дополнительной единицы продукции, т.е. отношение прироста общих издержек к вызванному ими приросту продукции, называется *предельными издержками* фирмы. Предельные издержки (МС) можно рассчитать по формуле:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q},$$

где  $\Delta TC$  - прирост валовых (общих) издержек предприятия;

$\Delta Q$  - прирост объёма производства продукции.

Предельные издержки - это издержки прежде всего переменных ресурсов, главным образом труда, на каждую новую дополнительную единицу продукции. Предельные издержки необходимы при определении оптимального объёма производства, при котором прибыль предприятия может быть максимальной. Дальнейшее увеличение объёма производства, как правило, приводит к снижению прибыли. Определение размера предельных издержек позволяет фирме управлять своими затратами для достижения максимальной экономической эффективности её функционирования.

### 5.3. Прибыль фирмы. Рентабельность

В условиях рыночной экономики получение прибыли является главной целью деятельности каждого предприятия. На рынке фирмы выступают как

относительно обособленные товаропроизводители. От того, насколько правильно на предприятии оценили спрос на продукцию, определили товарную номенклатуру, объёмы производства, ценовую политику, сегменты рынка реализации продукции, зависят финансовые результаты бизнеса.

Если выручка от реализации продукции (доходы) превышает общие производственные затраты, то финансовый результат свидетельствует о получении прибыли. *Прибыль* как главный финансовый результат деятельности предприятия определяется как разница между общими доходами и общими издержками производства по формуле:

$$П_{\text{вал.}} = Д - С_{\text{общ}},$$

где  $Д$ ,  $С_{\text{общ}}$  – соответственно доходы и общие расходы предприятия.

Предприятие всегда ставит своей целью прибыль, но не всегда её получает. Если выручка от реализации продукции равна себестоимости (общим издержкам), то фирме удаётся лишь возместить расходы на производство и реализацию продукции. При затратах, превышающих доходы, предприятие получает *убытки* – отрицательный финансовый результат, что ставит предприятие в достаточно сложное финансовое положение, не исключаящее и банкротство.

Прибыль выполняет следующие важные функции:

- является источником расширенного воспроизводства;
- характеризует конечные финансовые результаты предприятия, размер его денежных накоплений;
- характеризует уровень использования ресурсов и рациональность их распределения;
- стимулирует инвестирование в инновационные технологии.

В то же время прибыль является главным резервом инвестирования капитала. Если в какой-либо сфере экономики разница между доходом и общими издержками достаточно высока, в эту отрасль устремляются капиталы. Каждая фирма старается на равные издержки получить равную среднюю прибыль, продавая товары или по рыночным ценам, или по ценам производства независимо от сферы приложения ресурсов.

На величину получаемой предприятием прибыли оказывают влияние следующие факторы:

- 1) выручка от реализации;
- 2) затраты на производство и реализацию продукции;
- 3) цены, тарифы, сборы;
- 4) доходы от долевого участия в деятельности других фирм;
- 5) доходы, полученные от вложения в ценные бумаги;
- 6) уровень налогообложения и др.

Экономическая эффективность деятельности предприятия проявляется в сопоставлении прибыли как главного показателя жизнедеятельности фирмы с



общими затратами, издержками производства, себестоимостью. Такое сопоставление выражается относительным показателем – *рентабельностью*, характеризующей прибыльность, доходность использования капитала.

В рыночной экономике руководителям предприятия важно знать, за счёт каких производственных составляющих достигается эффективность производства. Поэтому широко применяются следующие показатели рентабельности (доходности):

$$\text{Рентабельность производства (активов)} = \frac{\text{балансовая прибыль}}{\text{среднегодовая стоимость основных и оборотных фондов}}$$

Для предприятия активы представляют итог баланса на конец отчётного периода, включая стоимость имущества предприятия, средства и запасы для уплаты задолженности (материальная собственность, инвестиции, патенты, торговая марка, наличные деньги, ценные бумаги, материально-производственные запасы).

$$\text{Рентабельность продаж} = \frac{\text{прибыль от реализации продукции}}{\text{объём продаж}}$$

Увеличение рентабельности продаж означает:

- 1) рост цен при неизменном уровне издержек;
- 2) снижение издержек при неизменных ценах.

$$\text{Рентабельность продукции} = \frac{\text{прибыль от реализации продукции}}{\text{себестоимость продукции}}$$

В условиях рынка снижение спроса способствует снижению рентабельности продукции. Это связано, во-первых, со снижением цен при неизменных издержках; во-вторых, с ростом издержек при неизменных ценах; в-третьих, с ростом издержек и снижением цен. Пофакторный анализ динамики рентабельности показывает реальную картину доходности и конкурентоспособности фирмы в условиях рыночной экономики.

### **Контрольные вопросы**

1. Что такое экономическая прибыль и нормальная прибыль?
2. Может ли фирма иметь положительную бухгалтерскую прибыль и одновременно отрицательную экономическую прибыль?
3. Издержки производства: постоянные, переменные, общие. Их характеристика, графическое изображение, роль и значение для фирмы.
4. В чем состоит значение средних издержек?

## 6. Рынки факторов производства

6.1. Особенности рынка факторов производства.

6.2. Рынок труда и заработная плата.

6.3. Рынок капитала и процент.

6.4. Рынок земли и рента.

### 6.1. Особенности рынка факторов производства

Факторами производства называются экономические ресурсы, участвующие в общественном производстве товаров и услуг. Под экономическими ресурсами понимают человеческие ресурсы (труд и предпринимательская способность) и материальные ресурсы (капитал, земля).

На рынке экономических ресурсов происходит купля-продажа факторов производства. Как уже рассматривалось в общих вопросах экономики, выделяют четыре фактора производства – труд, землю, капитал и предпринимательскую способность. За их использование различают соответственно четыре основных типа доходов – заработную плату, ренту, процент и прибыль.

Для каждого вида экономических ресурсов формируются отдельные рынки: рынок труда, рынок капитала, рынок земли (рынок природных ресурсов). На этих рынках в результате взаимодействия спроса и предложения устанавливаются цены на факторы производства.

На рынках факторов производства действуют те же законы спроса и предложения. Однако специфика экономических ресурсов обуславливает *рыночные особенности* формирования их равновесной цены.

- Специфической чертой спроса на экономические ресурсы является то, что он имеет производный, вторичный характер, т.е. определяется спросом на конечную продукцию, производимую с помощью данного ресурса. Как правило, чем выше спрос на готовую продукцию (товары и услуги), тем выше спрос и на ресурсы, необходимые для её производства.
- Спрос на факторы производства предъявляют в основном предприниматели, т.е. люди, способные идти на риск и особым, рациональным способом организовать производство товаров и услуг так, чтобы в перспективе появился дополнительный доход.
- Все факторы производства являются взаимозависимыми и взаимодополняемыми, т.е. один фактор предполагает использование других. Поэтому размер спроса на каждый фактор зависит не только от уровня цен на него, но и от уровня цен на другие ресурсы. Более того, производительность одного фактора производства зависит от эффективности другого.
- Специфика предложения на этих рынках обусловлена редкостью экономических ресурсов. Если бы не было проблемы ограниченности ресурсов, то не было бы проблемы выбора, и все потребности общества

были бы удовлетворены. Однако ресурсы редки и степень редкости во многом определяет стоимость факторов производства на рынке.

Механизм рыночной системы балансирует спрос и предложение на факторы производства. При этом возникают требования к их качеству, что обуславливает необходимость взаимодействия качества и цены. Спрос на факторы производства отражает зависимость между ценой фактора и максимальным объёмом его использования. В свою очередь, объём спроса на факторы производства определяется на основе соотношения дохода от предельного продукта фактора производства к предельным затратам его использования.

Снижение цены фактора производства приводит к увеличению выпуска товаров и услуг, к снижению дохода от предельного продукта фактора, к уменьшению прибыли предприятий – покупателей факторов и в конечном итоге к уменьшению совокупного спроса на рынке факторов производства.

## 6.2. Рынок труда и заработная плата

Под **рынком труда** понимается система экономических отношений, связанных с наймом, использованием и воспроизводством рабочей силы. Товаром на рынке труда является **рабочая сила**, т.е. совокупность умственных и физических способностей человека, квалификации, опыта и его культуры. По сути дела, рабочая сила – это способность человека к труду.

На рынке труда формируются спрос, предложение и цена на рабочую силу. Субъектами спроса на рынке труда выступают работодатели (предприятия, фирмы) и государство, готовые купить рабочую силу на определённый период времени за определённую плату. В условиях совершенной конкуренции количество нанимаемых работников определяется: а) величиной заработной платы; б) ценой предельного продукта труда.

Спрос на труд ( $D_L$ ) находится в обратной зависимости от величины заработной платы, поэтому для поддержания равновесия при росте заработной платы предприятия уменьшают спрос на труд, при её понижении спрос на труд возрастает. Закон спроса на рынке труда проявляется следующим образом: чем выше плата, которую наёмные работники (продавцы рабочей силы) хотят получить за свой труд, тем меньшее количество их будет нанято (рис. 12).

Спрос на рабочую силу на рынке труда является производным от спроса на товары и услуги, для роста производства которых работодатели увеличивают количество рабочих мест на своих предприятиях. Поэтому величина спроса на рабочую силу колеблется в зависимости от экономической ситуации в стране и от спроса на отдельные виды товаров и услуг.

Субъектами предложения на рынке труда выступают люди (домашние хозяйства), желающие получить работу, которая обеспечит им доход. Предложение труда – это количество людей, способных и желающих продать свою рабочую силу на определённый период времени за определённую плату ( $L$ ). Предложение труда ( $S_L$ ) находится в прямой зависимости от величины

реальной заработной платы ( $W$ ). Закон предложения на рынке труда выражается так: чем выше плата, которую работодатели готовы платить за выполнение работы, тем большее количество людей готово её выполнить.

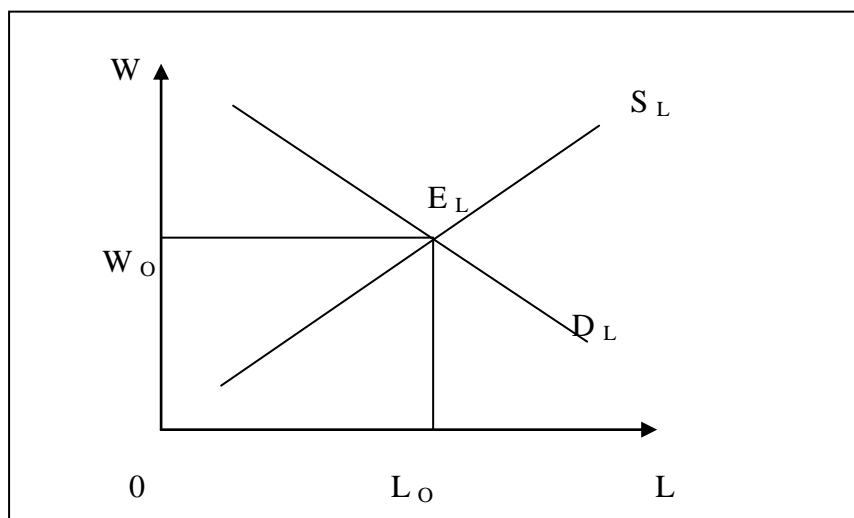


Рис. 12. Равновесие на рынке труда

Уровень предложения труда определяется также влиянием неэкономических факторов:

- общей численностью населения страны (демографическими параметрами);
- численностью активного трудоспособного населения;
- изменением отраслевой структуры рабочей силы;
- количеством отработанного времени;
- качественными характеристиками труда;
- миграцией трудовых ресурсов;
- научно-техническим прогрессом (НТП);
- престижностью профессии и наличием свободного времени.

Ценой товара «рабочая сила» является размер заработной платы, или денежная сумма, выплачиваемая наёмному работнику за его труд. В результате взаимодействия спроса и предложения на рынке труда устанавливается равновесная ставка заработной платы ( $W_0$ ), если число рабочих мест, которое готовы предоставить работодатели, и количество людей, готовых выполнить предоставленную работу, совпадают ( $E_L$ ).

Заработная плата входит в состав издержек производства (себестоимости продукции) и оказывает непосредственное влияние на формирование цен и спроса на рынке потребительских товаров и услуг. Если уровень заработной платы ниже уровня цен, то происходит сокращение спроса на товары, и, следовательно, возможны сокращение производства, безработица и т.д. Если уровень заработной платы выше уровня цен при неизменных других показателях, то в стране возможна инфляционная ситуация.

На величину заработной платы существенное влияние оказывают следующие факторы:

- спрос и предложение на рынке труда;
- стоимость средств, необходимых для поддержания физических и умственных способностей, моральных потребностей самого человека;
- стоимость средств, необходимых для содержания семьи работника;
- психологические, социально-экономические, моральные, климатические и другие условия, оказывающие влияние на стоимость воспроизводства рабочей силы;
- конкуренция или монополия на рынке труда.

Заработная плата преимущественно имеет денежное выражение. Различают номинальную и реальную заработную плату.

*Номинальная заработная плата* – это сумма денег, которую работник получает за свой труд. Основными элементами организации начисления номинальной заработной платы выступают должностные оклады, тарифные ставки и тарифные сетки, нормирование труда, конкретные формы и системы заработной платы на предприятии.

*Реальная заработная плата* – это количество товаров и услуг, которое может купить работник на свою денежную заработную плату при данном уровне цен. Она зависит от размера номинальной заработной платы, уровня цен на товары и услуги, налоговых ставок, насыщенности рынка товарами и услугами. Величина реальной заработной платы рассчитывается по формуле:

$$W_{\text{реал}} = \frac{W_{\text{номин}}}{I_{\text{цен}}},$$

где  $W_{\text{реал}}$  - реальная заработная плата;  $W_{\text{номин}}$  - номинальная заработная плата;  $I_{\text{цен}}$  - индекс цен на потребительские товары и услуги.

Различают две формы оплаты труда - сдельная и повременная. Вместе с тем, существуют различные системы оплаты труда. Формы и системы оплаты труда устанавливаются предприятием самостоятельно.

*Сдельная оплата труда* основана на использовании сдельных расценок с учётом разряда выполняемой работы и тарифной ставки соответствующего разряда. При сдельной оплате заработная плата возрастает в прямо пропорциональной зависимости от количества изготовленной продукции (объёма выполненных работ).

*Повременная оплата труда* устанавливает размер заработной платы в зависимости от разряда рабочего и количества отработанного времени. Применение повременной оплаты труда может стимулировать высокоэффективный труд только при наличии нормируемых заданий, т.е. повременная заработная плата должна выплачиваться при условии выполнения установленного объёма работ или выпуска определённого количества продукции с высоким качеством.

### 6.3. Рынок капитала и процент

Капитал - понятие многозначное, в экономической теории и предпринимательской практике оно используется часто и неоднозначно. Теория капитала, по образному выражению П. Самуэльсона, является одним из наиболее сложных разделов экономики. Понятие «капитал» распространяется на самые разнообразные объекты (здания, сооружения, транспортные средства, оборудование, деньги и др.), общей чертой которых является способность приносить доход.

**Капитал как фактор производства** означает все созданные человеком ресурсы, используемые для производства продукции и последующей её реализации потребителю.

Различают физический (материально вещественный) и человеческий капитал. *Физический капитал* – это производственные фонды, имущество длительного пользования, используемое фирмой в её деятельности. Основной и оборотный физический капитал воплощен в зданиях, машинах, оборудовании, материалах и сырье, необходимых для производства. *Человеческий капитал* представляет собой все теоретические знания человека, полученные посредством образования или практического опыта; мера воплощённой в человеке способности приносить доход.

На рынке факторов производства под капиталом понимаются материальные факторы, капитальные блага. Для производства товаров и услуг предприятия могут использовать собственные ресурсы (капитал) и заёмные денежные ресурсы, приобретаемые на рынке капитала.

В теории капитала общим знаменателем, к которому сводят стоимость капитала в форме любого актива, является денежный капитал. В денежном выражении может быть рассчитана стоимость как физического, так и человеческого капитала. Капитал, воплощённый в производственных фондах, называется *реальным капиталом*. *Денежный капитал* представляет собой инвестиционные денежные ресурсы предприятия. Иными словами, денежный капитал – это все наличные и безналичные формы денег, посредством которых организации финансируют свою деятельность и рассчитываются по своим обязательствам.

*Рынок капитала* представляет собой взаимодействие спроса предприятий на заёмный капитал для инвестиций, с одной стороны, и предложение заёмных средств – с другой. Рынок капитала – составная часть рынка факторов производства. Особенностью рынка капитала является то, что когда говорят о спросе на капитал или о предложении капитала как фактора производства, то имеют в виду инвестиционные средства, необходимые для покупки капитальных активов.

Предоставление денежных средств на определённых условиях в долг называется выдачей ссуды или *кредита*. Экономические субъекты, которые берут деньги в долг, называются *заёмщиками* капитала, а те, которые

предоставляют эти денежные средства в долг, - *кредиторами*. Заёмщиками являются, прежде всего, предприятия и организации, используемые заёмные средства для создания нового капитала. Заёмщиками являются также индивидуальные потребители, которые берут займы денежные средства для покупки товаров длительного пользования, и правительство – для покрытия бюджетных дефицитов и бюджетного финансирования главных отраслей национальной экономики. Кредиторы – это организации, индивидуальные потребители и государство, располагающие свободными денежными средствами. Предлагая капитал, то есть предоставляя инвестиционные ресурсы в ссуду, они отказываются от самостоятельного использования данных средств.

Необходимо отметить, что денежные средства предоставляются в ссуду под определённый процент. *Процент* есть конкретная стоимость (цена) денежных средств за их использование заёмщиком для осуществления инвестиционных целей предприятия в течение определённого периода. Следовательно, на рынке капитала существует цена, которая показывает, сколько необходимо заплатить за пользование денежными средствами в данный момент. Она измеряется в процентах, так как и количество, и цена на рынке капитала выражаются в денежных единицах. Ссудный процент выражается с помощью ставки процента.

*Ставка процента* – это отношение дохода на капитал, предоставленный в ссуду, к величине данного денежного капитала, выраженное в процентах:

$$r = \frac{Rk}{K} * 100 \% ,$$

где  $r$  - ставка процента;

$Rk$  - годовой доход кредитора;

$K$  - сумма денежного капитала, предоставленного в виде кредита.

Ставка процента - экономическая категория, которая показывает реальную доходность того или иного актива. Она является определяющим фактором при принятии решений, поскольку предприниматель заинтересован в получении максимальной выручки от своей деятельности при минимальных издержках.

Уровень процентной ставки определяется соотношением спроса и предложения на денежные средства (рис. 13). Спрос на капитал – сумма денежных средств, которые желают приобрести заёмщики на рынке по определённой ставке процента в данный момент. Предложение капитала – сумма свободных денежных средств, предлагаемая кредиторами на рынке по разным ставкам процента в данный момент. Равновесная ставка процента определяется точкой пересечения (E) кривых спроса на капитал ( $Dk$ ) и предложения капитала ( $Sk$ ). Чем ниже стоимость заёмных средств, тем больше спрос на них. Чем выше процентные ставки, тем больше предложение займов. В случае снижения процентной ставки объёмы инвестиций предприятий и организаций увеличиваются.

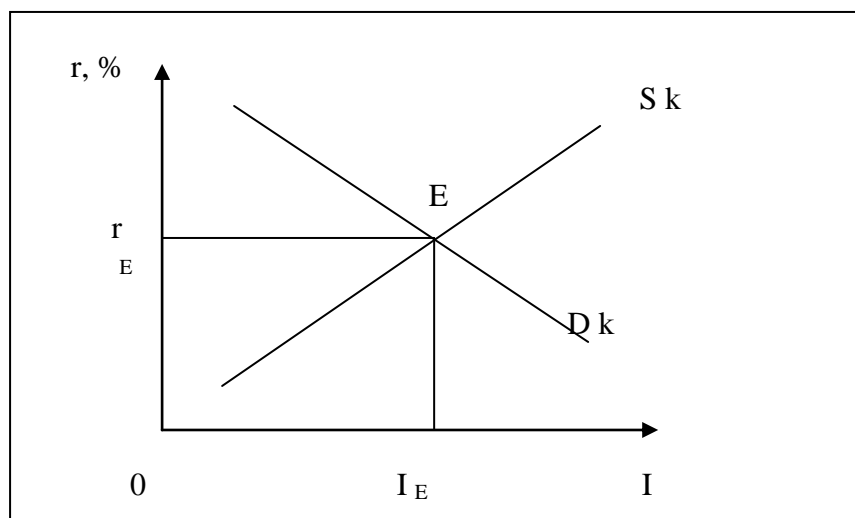


Рис. 13. Равновесие на рынке капитала

Различают номинальные и реальные ставки процента.

*Номинальная ставка процента* – это текущая рыночная ставка без учёта темпов инфляции в экономике. *Реальная ставка процента* – это номинальная ставка процента с учётом темпов инфляции. Чем выше темп инфляции в текущем периоде, тем выше должна быть реальная ставка процента, т. е. между данными величинами наблюдается строгая прямая зависимость. Эта ставка является основной при принятии инвестиционных решений; она отражает реальную покупательную способность.

На величину ставки процента влияет ряд факторов.

1. Риск инвестирования. На рынке капитала действует правило: чем выше риск инвестиций, тем больший доход они должны обеспечивать. С увеличением риска увеличивается и процентная ставка по инвестициям и кредитам.

2. Срок выдачи кредита. Чем больше срок, на который предоставляется кредит, тем больше упущенных (альтернативных) возможностей по использованию этих средств у кредитора и тем больше вероятность того, что его не вернут. Поэтому долгосрочные ссуды обычно выдаются по более высоким ставкам процента, чем краткосрочные.

3. Размер предоставляемой ссуды. Ставка процента на ссуды меньшего размера обычно выше, чем на более крупные займы.

Помимо этих факторов существуют и другие: обеспеченность ссуды, уровень налогообложения, условия конкуренции и т. д.

## 6.4. Рынок земли и рента

Главным отличием земли от других ресурсов является то, что она не является продуктом труда, её характеризуют ограниченность и неподвижность. Ограничение земли ведёт к возникновению монополии бизнеса на земле, что приводит к получению собственником земли монопольной сверхприбыли.



Земля, наряду с трудом и капиталом, является важнейшим ресурсом и фактором производства. Понятие «земля» охватывает леса, пахотные земли, месторождения полезных ископаемых, водные ресурсы и т. д. В различных отраслях общественного производства роль земли неодинакова. В обрабатывающей промышленности земля функционирует лишь как место, занятое предприятием. В сельском хозяйстве процесс производства непосредственно связан с почвенным плодородием. Ценность земли состоит в том, что она выступает в роли объекта сельскохозяйственной деятельности, обеспечивает страну продуктами земледелия. В соответствии с этим полезность земли определяется её плодородием, т. е. возможностью приносить как можно больше плодов и способностью к биологическому воспроизводству, т. е. земля при определенных условиях - возобновимый ресурс. В связи с этим все большие площади вводятся в оборот, осушаются болота и орошаются пустыни. Это значительно расширяет производственный потенциал национального производства страны.

В экономической теории выделяют следующие *особенности земли* как специфического фактора производства:

1. Земля в количественном и качественном измерении является ограниченной. Все прочие экономические ресурсы тоже ограничены, но их можно накопить или воспроизвести.
2. Земля не имеет издержек производства, это бесплатный и невозпроизводимый дар природы.
3. Земля имеет относительное ограничение как объект сельскохозяйственного использования. Эта ограниченность определяется уровнем развития производительных сил общества.
4. В сельском хозяйстве цена продукции формируется по худшим условиям производства, тогда как цены на потребительские товары устанавливаются по средним условиям производства.

В рыночной экономике любой фактор, приносящий доход, принимает форму товара. Как товар земля также является объектом купли-продажи, т. е. продаётся и покупается. Особенностью *рынка земли* является то, что здесь возникают экономические отношения между землевладельцами (собственниками земли) и землепользователями. Здесь необходимо точно различать понятия землевладения, землепользования, ренты и аренды.

Отношения, которые возникают между землевладельцами и землепользователями по поводу дохода, получаемого с земли, носят название **рентных отношений**. *Рента* - это цена, уплачиваемая за использование земли и других природных ресурсов, количество (запасы) которых строго ограничено.

**Земельная рента** представляет собой плату за пользование землёй. Она составляет часть более широкого понятия – арендной платы, которую надо отличать от земельной ренты. В *арендную плату*, помимо земельной ренты, входят и другие элементы: плата за пользование хозяйственными сооружениями, ирригационной системой, амортизация оборудования, процент за

вложенный в землю капитал и др. Аренда наделяет предпринимателя правом пользования земельным участком и тем, что на нём расположено, например с построенными на нём различными хозяйственными сооружениями. Следовательно, **арендная плата** – это сумма денег, которую арендатор по договору выплачивает землевладельцу за разрешение применять свой капитал на его земле.

Рынок земли - сфера товарного оборота сельскохозяйственных угодий, на котором действует тот же механизм спроса и предложения, что и на всех прочих рынках.

Поскольку земля является редким ресурсом и количество предложения земли в определённый момент времени увеличить невозможно, то кривая предложения земли абсолютно неэластична ( $S_0$ ). Это означает, что предложение земли не реагирует на цены и не может быть увеличено даже в условиях значительного роста цен на землю. Поэтому если построить кривую предложения земли на рынке, то эта кривая примет вид вертикальной прямой (рис. 14).

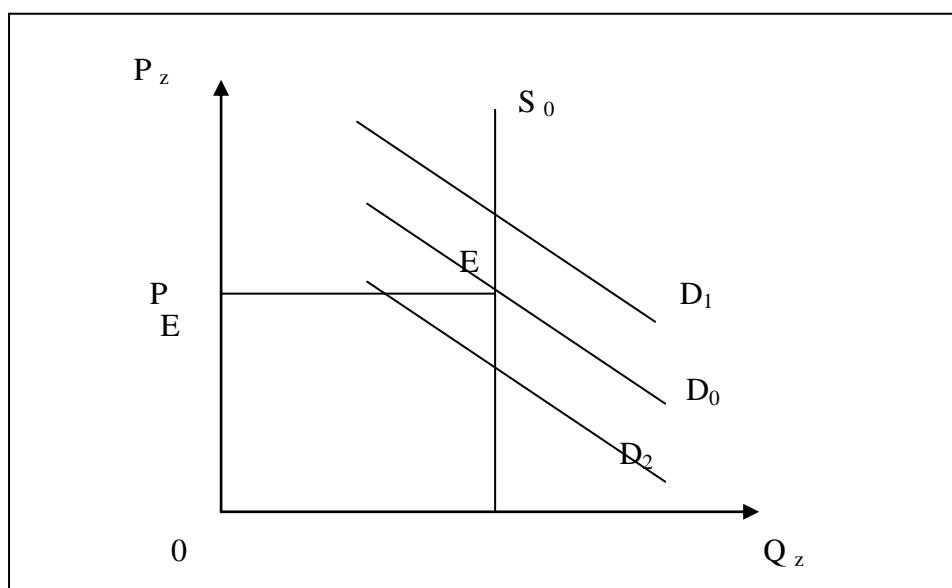


Рис. 14. Равновесие на рынке земли

Особенность рынка земли состоит в том, что практически единственным фактором рыночной конкуренции, определяющим величину земельной ренты и цены земли, является рыночный спрос ( $D_0$ ).

Равновесие на рынке земли устанавливается в точке пересечения кривой спроса на землю и кривой предложения земли. На рис. 14 точкой равновесия является точка  $E$ .

Рисунок показывает, что в установлении рыночной цены земли ведущую роль играет спрос на землю. В условиях неэластичного предложения земли цена земли, величина земельной ренты определяются величиной спроса. Повышение спроса на землю с  $D_0$  до  $D_1$  ведёт к повышению цены земли, падение спроса с  $D_0$  до  $D_2$  ведёт к падению цены земли.

Величина спроса на землю определяется в соответствии с законом убывающей предельной производительности: экстенсивное использование земли наименее эффективно, поскольку связано с введением в оборот дополнительных единиц земельных угодий. В то же время, чем больше единиц земли находится в обработке, тем меньше производительность и полезность каждой последующей. Этим и объясняется неэффективность экстенсивного способа использования земли. Спрос на земельный ресурс определяется следующими условиями:

1) наличием показателя спроса на продукт, который даёт земля при её возделывании. Прежде всего, это характерно для земледелия;

2) доходами населения, которые определяют покупательную способность приобрести те или иные товары и услуги, в данном случае продукцию сельскохозяйственного производства;

3) ростом численности населения и его плотности на определённой территории. В этом случае спрос на землю инертно растёт. Дело не только в том, чтобы получить от земли наибольшую отдачу как от фактора производства. Понятие «земля» ограничивается чисто территориальными рамками, т. е. она необходима в качестве места для строительных операций и пр.;

4) качеством земельного участка, его плодородием. Чернозем оценивается в несколько раз дороже, чем глинистые или серые лесные почвы, поскольку самое главное свойство земли - её полезность;

5) местонахождением возделываемых земель: чем ближе к центру или к зоне мягкого климата они расположены, тем в большую стоимость они могут быть оценены.

Земельная рента уплачивается в двух основных формах: «дифференциальная рента» и «абсолютная рента».

**Дифференциальной рентой** называется разность между ценой производства сельскохозяйственной продукции, полученной на средних и лучших землях, и ценой общественного производства на худших землях. Иными словами, дифференциальная рента представляет собой добавочную прибыль, возникающую на средних и лучших земельных участках, присваиваемую землевладельцем. На лучших и средних землях образуется дополнительный доход, который и является дифференциальной земельной рентой. На худших землях дифференциальная рента не образуется, но её собственники получают арендную плату за землю и использование хозяйственных и иных построек.

Наличие земельных участков, различных по своему качеству – плодородию и местоположению, а также в результате инвестирования денежных средств, позволяет выделить различные формы дифференциальной ренты.

**Дифференциальной рентой I** называется рента, возникающая вследствие различного качества почвы и местоположения земельных участков.

Дифференциальная рента I подразделяется на две разновидности:

- рента по плодородию;
- рента по местоположению.

**Дифференциальной рентой II** называется рента, возникающая в результате дополнительно вложенных инвестиций в один и тот же участок. Условием её возникновения является внедрение новых современных технологий, сельскохозяйственных машин и оборудования, которые приводят к росту производительности труда и снижению издержек производства, тем самым объясняющие более высокую производительность земли.

В странах с рыночной экономикой монополия частной собственности на землю порождает особый вид ренты – абсолютную ренту. Монополия частной собственности на землю является причиной того, что собственник даже самой худшей земли не отдаст её в аренду бесплатно.

**Абсолютная рента** определяется как разница между рыночной ценой сельскохозяйственной продукции и общественной ценой производства, включающей издержки производства и среднюю прибыль на капитал.

Так как в условиях рынка земля выступает как предмет купли-продажи, то она имеет цену, в основе формирования которой лежит земельная рента: чем большую ренту приносит земельный участок, тем большую цену заплатит за него покупатель.

На цену земли также влияет ставка банковского процента: владелец денежного капитала может вместо покупки земли получать регулярный доход путём предоставления его в ссуду на рынке капитала. Таким образом, **цена земли** равна сумме денег, положив которую в банк, собственник земли получал бы аналогичный процент на вложенный капитал.

Цена участка земли рассчитывается следующим образом:

$$\text{Цена земли} = \frac{\text{земельная рента}}{\text{ставка процента}} .$$

Из формулы видно, что цена земли будет повышаться, если растёт спрос на землю и увеличивается размер ренты, и падать, если повышается норма процента.

### Контрольные вопросы

1. Какова специфика спроса на факторы производства?
2. Чем отличается рынок ресурсов от потребительского рынка?
3. Что такое взаимозаменяемость ресурсов?
4. Какие факторы могут воздействовать на цены ресурсов?
5. Что влияет на спрос и предложение труда?
6. Капитал и его сущность.
7. Что выступает в качестве цены на капитал?
7. Назовите специфические особенности земли как фактора производства.
8. Земельная рента и её две основные формы.
9. Что такое цена земли и от каких факторов она зависит?

## 7. Тест-драйв по микроэкономике

1. В настоящее время общепринятым определением предмета экономической науки является высказывание следующего экономиста:
  - 1) К. Маркса
  - 2) И. Фишера
  - 3) А. Смита
  - 4) Л. Роббинса
2. К числу главных направлений современной экономической мысли не относится:
  - 1) кейнсианское направление
  - 2) маржинализм
  - 3) неоклассическое направление
  - 4) институционально-социологическое направление
3. Предметом «наноэкономики» является изучение ...
  - 1) экономического поведения фирмы
  - 2) экономической деятельности по внедрению новых технологий
  - 3) экономического поведения индивидуальных экономических агентов
4. Первичный сектор экономики – это...
  - 1) сфера услуг
  - 2) сферы хозяйства, связанные с высшим уровнем принятия решений
  - 3) сфера хозяйства, в которой происходит переработка продуктов
  - 4) сфера хозяйства, в рамках которой происходит преобразование природного продукта
5. К. А. Сен-Симон делил общество на два социально-экономических класса:
  - 1) индустриалов и тунеядцев
  - 2) пролетариат и буржуазию
  - 3) государственных служащих и предпринимателей
  - 4) помещиков и крепостных крестьян
6. Термином «интеллигенция» обозначил людей, занимающихся умственным трудом, этот русский писатель:
  - 1) Ф. М. Достоевский
  - 2) П. Д. Боборыкин
  - 3) А. Ф. Писемский
7. Этот фактор лежит в основе классификации классов М. Вебера:
  - 1) престиж
  - 2) образование
  - 3) аристократическое положение
8. К преимуществам рынка не относится:
  - 1) эффективное распределение ресурсов
  - 2) высокая адаптивность к изменяющимся условиям
  - 3) появление организаций, монополизирующих рынок
  - 4) оптимальное использование результатов НТП

9. По мнению Д. Рикардо, стоимость подавляющего большинства товаров определяется:
- 1) редкостью
  - 2) полезностью
  - 3) затратами капитала
  - 4) затратами труда
10. Какое из перечисленных свойств не является свойством блага:
- 1) ценность
  - 2) стоимость
  - 3) полезность
  - 4) узнаваемость
  - 5) потребительная стоимость
11. Подобной теории денег не существует:
- 1) номиналистической
  - 2) сюрреалистической
  - 3) металлистической
  - 4) теории «нейтральных» денег
12. Если экономика движется по выпуклой кривой производственных возможностей вправо и вниз, то это означает, что альтернативные издержки:
- 1) снижаются
  - 2) остаются постоянными
  - 3) увеличиваются
  - 4) сначала – увеличиваются, затем - снижаются
13. К основным функциям денег относятся:
- 1) распределительная и социальная
  - 2) меры стоимости и средства накопления
  - 3) эстетическая и идеологическая
14. Весовые, или инвестиционные, монеты представляют собой:
- 1) только золотые и серебряные монеты
  - 2) монеты, эмитируемые центральными банками различных стран не для обращения, а для инвестирования и создания фонда сбережений населением;
  - 3) монеты необычной формы
  - 4) исключительно монеты весом не менее 10 грамм
15. Причиной выживания небольших фирм не является:
- 1) небольшие предприятия обладают особой привлекательностью для населения
  - 2) государство поддерживает мелкий бизнес
  - 3) небольшие фирмы действуют там, где нет необходимости в массовом производстве
  - 4) они сами имеют тенденцию к монополизации
  - 5) крупным компаниям не выгодно разорять мелкий бизнес
16. Конфигурацию кривой спроса можно объяснить при помощи:
- 1) эффектов смещения и сращивания

- 2) эффектов дохода и замещения
  - 3) кривой предложения и равновесной цены
  - 4) кривой спроса и равновесного объема
17. Одновременный рост спроса и предложения ведет:
- 1) к уменьшению и цены, и объема
  - 2) к росту цены и уменьшению объема
  - 3) к уменьшению цены; как ведет себя при этом объем, неизвестно
  - 4) к росту и объема, и цены
  - 5) к росту объема; как ведет себя при этом цена, неизвестно
18. В теории поведения потребителя точка касания кривой безразличия и бюджетной линии называется:
- 1) точкой потребительского максимума
  - 2) точкой потребительского минимума
  - 3) точкой оптимального выбора потребителя
  - 4) точкой оптимального выбора производителя
19. Найдите правильное определение капитала:
- 1) капитал – это не вещи, а общественные отношения
  - 2) капитал – это продукт, предназначенный для обмена
  - 3) капитал представляет собой затраченный в прошлом труд
  - 4) капитал есть благо, приносящее поток дохода
20. Самый неплодородный участок, используемый землевладельцем для обработки, в обычных условиях:
- 1) приносит владельцу ренту
  - 2) приносит дивиденды
  - 3) вообще не приносит своему владельцу ренту
  - 4) приносит прибыль при производстве и реализации сельхозпродукции
21. Средние постоянные (фиксированные) издержки производства можно выразить при помощи следующей формулы:
- 1)  $TC = FC + VC$
  - 2)  $ATC = TC / Q$
  - 3)  $AVC = TVC / Q$
  - 4)  $AFC = TFC / Q$
22. Изоквантой называется:
- 1) совокупность точек, каждая из которых соответствует набору определенных объемов двух факторов производства, приобретя которые предприниматель истратит одинаковую сумму денежных средств
  - 2) совокупность точек, соответствующих всем комбинациям двух факторов производства, способным произвести заданный объем продукции
  - 3) совокупность точек, каждая из которых соответствует набору факторов производства, приобретя которые производитель может изготовить различные объемы продукции
23. Если на рынке существует лишь один покупатель, такая ситуация представляет собой:

- 1) совершенную конкуренцию
  - 2) монополию
  - 3) олигополию
24. Ценовая дискриминация – это...
- 1) продажа по одной цене разных товаров
  - 2) продажа одного и того же товара по разной цене
  - 3) продажа товара по максимальной цене
  - 4) покупка товара по минимальной цене
25. К основным целям слияний и поглощений не относится:
- 1) захват новых рынков сбыта
  - 2) диверсификация риска
  - 3) повышение эффективности за счет объединения ресурсов
  - 4) улучшение управляемости компании
  - 5) увеличение производительности труда
26. Собственность – это:
- 1) вещь, принадлежащая другому человеку
  - 2) доход, получаемый работником от всех видов деятельности
  - 3) отношения между людьми по поводу присвоения и использования факторов и результатов производства
  - 4) сумма жизненных благ, необходимых для воспроизводства рабочей силы.

## **8. Тематика рефератов**

Каждый студент в процессе изучения дисциплины обязан написать реферат, изложить его содержание на семинарском занятии и принять участие в обсуждении рефератов других студентов. Тема реферата выбирается студентами самостоятельно или по рекомендации преподавателя.

При подготовке реферата необходимо использовать учебную и научную литературу, рекомендованную преподавателем. Подготовка реферата – важный этап изучения дисциплины и участия студентов в ежегодной научно-технической конференции, проводимой в университете. Объем реферата – не менее 16-20 стр.

Реферат должен отражать современный уровень научной разработки выбранной темы и конкретную связь экономической теории с общественной практикой.

Обязательными составными частями реферата являются:

1. Титульный лист.
2. Содержание.
3. Введение.
4. Текст реферата по главам в соответствии с содержанием.
5. Заключение.
6. Список литературы.



## Темы рефератов

1. Характеристика исторических этапов развития экономической теории.
2. Государственная собственность в динамике рыночных отношений.
3. Сущность рынка: эволюция взглядов, функции и роль в общественном производстве.
4. Анализ рыночного механизма агропромышленного комплекса.
5. Действие закона спроса и закона предложения в современной рыночной экономике. Теория рыночного равновесия.
6. Модели рыночной конкуренции и монополия.
7. Формирование спроса на потребительском рынке.
8. Субъекты современного рынка. Экономическая теория о человеке в рыночной экономике.
9. Границы вмешательства государства в действие рыночных механизмов.
10. Деньги как развитая форма товарных отношений. Эволюция денег.
11. Внешние эффекты и экономические проблемы охраны окружающей среды.
12. Спрос и конкурентное поведение потребителя: теория предельной полезности.
13. Предложение и конкурентное поведение производителя: издержки производства.
14. Основной капитал и проблема его обновления в современной России.
15. Проблема снижения издержек на российских предприятиях.
16. Инвестиционная стратегия фирмы.
17. Проблемы становления малого бизнеса в регионе.
18. Роль и значение государства в современной рыночной экономике.
19. Рынок труда в России: состояние, проблемы и перспективы.
20. Особенности рынков факторов производства: рынка труда, рынка земли и финансового рынка.
21. Проблема стабильности рыночного равновесия и её проявление в России.
22. Факторы формирования спроса на труд и его предложения с учётом особенностей российской экономики.
23. Аграрный сектор экономики и его особенности.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

### **Основная литература**

1. Парамонов В.С., Литвина Н.И. Экономическая теория: Учебное пособие. – М.: РГАЗУ, 2012. – 140 с.
2. Султыгова А.А. Экономическая теория. Курс лекций. – М.: МАДИ, 2013. – 196 с.

3. Уланова О.И. Экономическая теория: Учебное пособие. – Пенза: РИО ПГСХА, 2015. – 148 с.
4. Шевелёва С.А., Стогов В.Е. Основы экономики и бизнеса: Учебное пособие для учащихся СПО. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 496 с.

#### Дополнительная литература

1. Бардовский В.П., Рудакова О.В., Самородова Е.М. Экономическая теория: Учебник. – М.:ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009. – 400 с.
2. Бродская Т.Г. Экономическая теория: Учебник. – М.:РИОР, 2008. – 208 с.
3. Борисов Е.Ф. Экономическая теория / Е.В. Борисов; Учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ТК Велби. Изд-во Проспект, 2008. – 544 с.
4. Булатов А.С. Экономика / А.С.Булатов: Учебник. – М., 2003. – 512 с.
5. Введение в экономическую теорию: Учеб. Пособие / Под ред. Бедриной Е.Б. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2009. – 210 с.
6. Войтов А.Г. Экономическая теория: Учебник. – М.: ИТК «Дашков и К», 2015. - 391 с.
7. Воробьев Е.М. Экономическая теория / Е.М.Воробьев; Курс лекций. - М.: Эксмо, 2008. - 272 с.
8. Гукасян Г.М., Маховикова Г.А., Амосова В.В. Экономическая теория: Учеб. Пособие. - СПб: Питер, 2008. – 580 с.
9. Гусейнов Р.М. Экономическая теория / Р.М. Гусейнов; Учебник. - М.: Изд-во «Омега-Л», 2008. - 440 с.
10. Кусакина О.Н. Экономическая теория (микроэкономика и макроэкономика) : Учебное пособие. – Ставрополь: АГРУС СтГАУ, 2012. - 472 с.
11. Липсиц И.В. Экономика / И.В.Липсиц; Учебник для студентов вузов, 3-е изд. – М.: Омега-Л, 2007. – 656 с.
12. Николаева И.П. Экономическая теория: Учебник. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 527 с.
13. Океанова З.К. Экономическая теория: Учебник. – ИД ФОРУМ, 2009. – 652с.
14. Попов А.И. Экономическая теория: Учебник. – СПб.: Питер, 2006. – 322 с.
15. Симкина Л.Г. Экономическая теория. / Л.Г. Симкина; Учебное пособие; 2-е изд. - СПб.: Питер, 2008. – 384 с.
16. Сологуб Н.Н. Экономическая теория: Учебное пособие. – Пенза: РИО ПГСХА, 2014. – 180 с.
17. Станковская И.К., Стрелец И.А. Экономическая теория: Учебник. – М.: Эксмо, 2009. – 390 с.
18. Чепурин М.Н., Киселёва Е.А. Курс экономической теории: Учебник. – М.: АСА, 2006. – 832 с.
19. Экономическая теория: Учебное пособие / Под ред. Базылева Н.И. – М.: Книжный Дом, 2005. – 637 с.

20. Экономическая теория: Учебник / Под ред. Камаева В.Д. – М.: ГумИЦ ВЛАДОС, 2006. – 594 с.
21. Экономическая теория: Учебник для ВУЗов. / Под ред. А. И. Добрынина, Л. С. Тарасевича; 3-е изд. – СПб.: Изд-во СПб ГУЭФ; Питер, 2008. – 544с.
22. Экономическая теория: Учебник. – Изд. исправл. и доп. /Под общ.ред. акад. В.И. Видяпина, А.И.Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. – М.: Инфра-М, 2008. – 672 с.
23. Экономическая теория: Учебное пособие / В.М. Соколинский, В.Е. Корольков (и др.): Под ред А.Г. Грязновой и В.М. Соколинского. – 4-е изд. – М.: КНОРУС, 2008. – 464 с.
24. Экономическая теория: Учебник / Под ред. Лобачёвой Е.Н. – М.: Изд-во Юрайт, 2012. – 516 с.

### **Интернет-ресурсы:**

[www.finansy.ru](http://www.finansy.ru)

[www.finmarket.ru](http://www.finmarket.ru)

[www.economuch.com](http://www.economuch.com)

[www.globfin.ru](http://www.globfin.ru)

[www.neogalaxy.ru](http://www.neogalaxy.ru)

[www.institutiones.com/](http://www.institutiones.com/)

[www.akm.ru](http://www.akm.ru) (Информационное агенство АК&М)

[www.cbr.ru](http://www.cbr.ru) (Центральный банк России)

[www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru) (Министерство экономического развития и торговли)

[www.expert.ru](http://www.expert.ru) (журнал «Эксперт»)

[www.fas.ru](http://www.fas.ru) (Федеральная Антимонопольная служба)

[www.iet.ru](http://www.iet.ru) (Институт экономики переходного периода)

[www.minfin.ru](http://www.minfin.ru) (Министерство финансов России)

[www.nalog.ru](http://www.nalog.ru) (Министерство по налогам и сборам)

[www.rbk.ru](http://www.rbk.ru) (Информационное агенство РБК)

[www.fcsm.ru](http://www.fcsm.ru) (Федеральная служба по финансовым рынкам)

[www.finansmag.ru](http://www.finansmag.ru) (журнал "Финанс")

[www.kommersant.ru/k-money](http://www.kommersant.ru/k-money) (журнал "Деньги")

[www.edu.ru](http://www.edu.ru) (Федеральный портал "Российское образование")

[www.auditorium.ru](http://www.auditorium.ru) (электронная научная и учебная библиотека)

[www.rsl.ru](http://www.rsl.ru) (Российская государственная библиотека)

[www.socionet.ru](http://www.socionet.ru) (система Соционет)

[www.opec.ru](http://www.opec.ru) (экспертный канал "Открытая экономика")

[www.economist.com](http://www.economist.com) (журнал "The Economist")

[www.sk.ru](http://www.sk.ru) (федеральный инновационный центр Сколково)