**1. Предмет и методы экономической теории**.

**Экономическая теория** – это наука о редких производственных ресурсах избираемых с течением времени, людьми и обществом с помощью денег или без их участия в целях производства различных товаров, для последующего их распределения в настоящем или будущем времени между людьми и группами общества.

**Экономика** – это наука о наиболее эффективном использовании имеющихся факторов производства с целью максимального удовлетворения, неограниченных потребностей в товарах и услугах.

**Предметом экономической теории является:**

**1.**Проблема рационального использования ограниченных ресурсов.

**2.**Анализ рыночного хозяйства.

**Функции экономической теории:**

**1.**Познавательная, то есть всестороннее изучение формы экономических явлений их внутреннюю сущность, что позволяет открыть законы, по которым развивается национальное хозяйство. Происходит накопление факторов.

**2.**Прогнозтичность – это разработка научного, технического и социально экономического развития на будущее.

**3.**Практическая.

Экономическая теория изучает также экономические законы на разных хозяйственных уровнях.

**1.**Вмикроэкономике за основу анализа берется отдельная фирма, объединение.

**2.**Мезоэкономика – она изучает законы и поведение отдельных подсистем национальной экономики или отдельных отраслей народного хозяйства.

**3.**В макроэкономике исследуется экономика страны в целом и объектами является доход и богатства общества, темпы и факторы экономического роста.

**Методы познания:**

**1.**Метод научной абстракции.

**2.**Анализ и синтез.

**3.**Сравнение.

**4.**Индукция и дедукция.

**5.**Аналогия.

**6.**Экономико-математическое моделирование.

**Вывод:** Результатом применения экономического исследования является выработка научных гипотез, то есть предложение о закономерностях поведения изучаемого объекта. Если выдвинутая гипотеза на практике подтверждается проверкой, то она называется принципом или теорией.

**2. История становления и развития экономической теории. Современные экономические теории и перспектива их развития.**

Экономическая наука прошла длительный путь своего развития. Зарождение элементов экономических знаний произошло ещё в 5-9-веках нашей эры. В древнем Китае, Индии, Греции и было представлено как эпизодические высказывания о различных формах и способах хозяйственной деятельности. К настоящему времени экономическая наука представлена различными школами и направлениями, которые объединены задачей изучения экономической жизни общества, но по разному представляют предмет этого исследования.

**Ксенофонт** (древнегреческий философ 430-350 век до нашей эры) – он дал название науки “ ОЙКОС “ – дом, хозяйство, “ НОМОС “ – закон. Закон ведения домашнего хозяйства.

# **Аристотель** (384-322 век до нашей эры) – противопостояние экономики, хрематистике, то есть предметом хрематистике было объявлено умение наживать состояние, делать деньги.

**Антуан Монкретьен** (1575-1621 года) **–** “ Трактат политической экономики 1615 год “ и дал новое название “ политическая экономия “. Предметом изучения которой является изучение государства, хозяйства управляемого абсолютной монархией.

**Адам Смитт** (1723-1790 года) – автор “ исследования о природе и причинах богатства народов”. Предмет изучения – богатства нации и его структура и законы функционирования рынка совершенной конкуренции.

**Карл Маркс** (1818-1883 года) – автор работы 1867 года “ капитал “. Предметом изучения является производственные отношения.

**3.Факторы производства, их взаимодействия и комбинации. Производственная функция.**

В экономической теории выделяют три основных фактора производства.

**1.**Земля.

**2.**Капитал.

**3.**Труд.

1. **Земля**, как фактор производства имеет значения:

***а)***в широком смысле она означает все использованные в производственном процессе естественные ресурсы.

***б)*** в ряде отраслей земля есть объект хозяйствования, когда она одновременно выступает и предметом труда, и средством труда.

***в)*** в пределах всей экономики земля может выступать как объект собственности.

**2.Капитал** – как фактор производства имеет много значений. Адам Смитт рассматривал капитал как накопленный труд. Рикардо – это средство производства. Карл Маркс – это стоимость, приносящая прибавочную стоимость.

Капитал – вклад в производственную деятельность осуществляемой физическим капиталом.

Капитал, материализованный в зданиях и сооружениях, станках, оборудовании носит название основного капитала.

Другой вид капитала, включающий сырьё, материалы, энергетические ресурсы расходуются полностью за один производственный цикл, воплощаясь в производимые продукции, называется оборотным капиталом.

**3.Труд** – есть целесообразная деятельность человека с помощью, которой он преобразует природу и приспосабливает её для удовлетворения своих потребностей.

Труд – это осознанная деятельность людей, направленная на создание необходимого им продукта.

Под трудом подразумевается любое умственное и физическое усилие, прилагаемое людьми в процессе хозяйственной деятельности. Время, в процессе которого человек трудится, называется рабочим днём.

**Следующими факторами производства являются:**

**1.**информационные ресурсы **–** это в виде научной, научно-технической, технологической и прочей информации, которая необходима для создания экономического продукта.

**2.**время – это особый экономический ресурс. Люди в своей экономической деятельности располагают ограниченным количеством этого не воспроизводимого ресурса.

**Производство** – это процесс создания материальных благ или полезного продукта. Результатом хозяйственной деятельности людей в течении года является создание общественного продукта. В своём движении он проходит 4 стадии:

 **производство**

**потребление распределение**

 **объем**

**Воспроизводство** – это повторения процесса производства.

Важнейшая категория экономической науки – это отношение между затратами факторов производства и выпуском товаров и услуг. Это отношение, измеряемое в стоимостном выражении, составляет **экономическая эффективность.**

**Показателем эффективности общественного производства является:**

**1.**Производительность общественного труда.

**2.**Фондоотдача.

**3.**Фондовооруженность труда.

**Закон убывающей доходности** определяет взаимосвязь между затратами в производстве и выпуске продукции, то есть он отражает связь между выпуском дополнительной продукции и изменением одного фактора производства при неизменном объеме других факторов.

Дополнительно применяемые затраты одного фактора (труда) считаются с неизменным количеством другого фактора (земли) следовательно новые дополнительные затраты дают всё меньший объем дополнительной продукции.

Закон убывающей доходности действителен только при изменении одного фактора и неизменности остальных.

**4.Товарное хозяйство: условия возникновения,**

 **основные черты и типы.**

**Товарное хозяйство**-производство продукции и услуг для рынка, для продажи.

**Общей основой возникновения и развития товарного производства** является общественное разделение труда, специализация производителей, затем обособление производителей и появление частной собственности. Первое крупное разделение труда - разделение скотоводства и земледелия; второе – отделение ремесла от земледелия, далее появление отраслей.

 **Товарное производство различают**:

 **1.Простое –** базируется на частной собственности и личном труде

 товароизготовителя.

**2.Капиталистическое** – на частной собственности и использовании

 наемной рабочей силы**.**

**Движущие силы развития товарного хозяйства:**

 **1**.разделение и специализация труда;

 **2**.кооперация труда и производства;

  **3**.заинтересованность в повышении производительности труда;

 **4**.состоятельность, конкуренция;

 **5**. использование достижений НТП.

**5. Товар и его свойства. Альтернативные теории**

 **свойств товара.**

 **Товар** – это продукт труда, предназначенный для удовлетворения потребностей человека и общества.

 Любой товар обладает потребительской стоимостью и стоимостью.

**Потребительская стоимость** – это способность товара удовлетворять ту или иную потребность человека или общества.

**Стоимость** – это количество общественно-необходимого труда, затраченного на производство товара.

Стоимость товара определяется как меновая стоимость, т. е. способность товара обмениваться на другие товары в определенной пропорции.

 Существует две стороны процесса труда:

1. конкретный труд – это труд, отличающийся от другого вида труда, предметами труда, средствами труда, приемами труда и результатами труда.
2. абстрактный труд – это труд рассматриваемый как затраты мышечной, нервной и умственной энергией человека.

Конкретный труд создает потребительскую стоимость товара, а абстрактный труд создает стоимость товара.

 **Величина стоимости товара.**

 **Величина стоимости** товара определяется количеством общественно-необходимого труда, затраченного на производство данного товара.

Различные производители затрачивают на производство одного и того же товара неодинаковое количество времени, в результате чего товары имеют индивидуальную различную стоимость. Но поскольку стоимость воплощает в себе общественный труд, величена общественной стоимости, не может определяться индивидуальными затратами труда. Общественная стоимость товара определяется общественно необходимым временем, требуемым для его производства. Общественно необходимое рабочее время – это время, затрачиваемое на изготовление товара при данных общественно-нормальных условиях производства и среднем в данном обществе уровни умелости и интенсивности труда.

 Величена стоимости товаров, изменяется в зависимости от производительности труда, которая определяется количеством продуктов, произведенных в единицу рабочего времени.

  **Закон стоимости.**

**Закон стоимости** – объективный экономический закон товарного производства. Он заключается в том, что в условиях, когда продукты производятся как товары, затраты общественного труда неизбежно принимают форму стоимости, общественная стоимость товаров определяется общественно-необходимыми затратами труда на их производство, а обмен товаров должен происходить в соответствии с их общественной стоимостью.

**6.Рынок, условия взаимоотношения и функции**.

**Главной чертой рынка** является то, что, он основан на стихийном порядке – это делает рыночную систему само регулируемой и быстро развивающейся.

Исторической предпосылкой возникновения рынка стало уничтожение всех форм личной зависимости и обретение людьми экономической свободы.

Адам Смитт – формулируя своё известное правило “невидимой “ руки рынка писал: “ Обычно он не имеет виду содействовать общественной пользе, а преследует лишь собственный интерес “.

Рынок регулирует себя через систему свободного ценообразования.

Рыночный механизм ценообразования как регулятор экономики.

Увеличение спроса или избыток спроса называется предложением.

Поднятие цен.

Производится больше товаров.

Избыток товаров на рынке.

**Функции рынка:**

Рыночная система выполняет следующие функции:

**1.**Ценообразование.

**2.**Информационная.

**3.**Стимулирующая.

**4.**Регулирующая.

**5.**Санирующая.

**8.Проблемы выбора в экономике. Кривая производственных возможностей.**

**Технологический выбор** – это ограниченность ресурсов определяет альтернативность их использования. Допустим необходимо произвести два товара: пушки и масло. Допустим, что все необходимые ресурсы общества были направлены на производство масла 5 млн. килограмм.

Альтернатива ему пушки. Максимум 15000 штук.

пушки

 масло

A, B, C, D, E, F – кривая производственных возможностей, которая показывает максимальный объём производства товара, при имеющихся ресурсов и заданных объёмов производства других товаров.

**У –** неполная загруженность производственных мощностей и имеются резервы для увеличения.

**S –** общество не в состоянии одновременно увеличить и военное, и гражданское производства.

При абсолютном использовании всех ресурсов, все точки возможных комбинаций производства пушек и масла находятся на кривой трансформации.

С помощью кривой производственных возможностей можно сформировать тезис об альтернативности производства различных видов товарных групп в экономике в полной занятости. Форма графика показывает своеобразную ”цену” одной товарной группы, выраженную в альтернативном количестве другой товарной группы.

Сущность экономического закона возрастающих затрат состоит в том, что увеличение объёма одноимённой товарной группы, неизбежно возрастание затрат на единицу товара выраженных другой товарной группой.

**9.Рыночный механизм решения основных экономических проблем, (использовать модель кругооборота ресурсов, продуктов и доходов).**

**Экономический кругооборот –** это циркуляция реальных экономических благ, сопровождающаяся встречным потоком доходов и расходов.

Основными субъектами рыночной экономики являются домохозяйства и фирмы. Домохозяйства представляют спрос на потребительские товары и услуги, выступая одновременно поставщиком экономических ресурсов. Фирмы предъявляют спрос на ресурсы, предлагая, в свою очередь, потребительские товары и услуги. Поведение основных экономических агентов может быть выражено кругооборотом спроса и предложения. При всей условности схемы кругооборота, она отражает главное – в развитой рыночной экономики существует постоянное взаимодействие спроса и предложения: спрос рождает предложение, а предложение развивает спрос.

 Рынок товаров

 и услуг

потоки спроса потоки предложения

 Домохозяйства

 Фирмы

 Рынок ресурсов

 Потоки предложения

Кругооборот спроса и предложения может быть конкретизирован с учетом ресурсов, потребительских благ и доходов. Спрос домохозяйств выражается в расходах, которые осуществляются на рынках потребительских благ и услуг. Продажа этих благ и услуг составляют выручку фирмы. Покупка ресурсов, необходимых для этого, предполагает издержки фирмы. Домохозяйства, поставляя необходимые ресурсы (капитал, труд, землю, предпринимательскую способность), получают денежные доходы (заработную плату, ренту, проценты, прибыль). Таким образом, реальный поток экономических благ дополняется встречным денежным потоком доходов и расходов.

Потребительские товары и услуги

 расходы

Рынки потребительских

 товаров и услуг

выручка

Домохозяйства

 Фирмы

товары и услуги ресурсы

Рынок ресурсов

Простая модель кругооборота несколько идеализирует реальную действительность. **Во-первых**, она не учитывает накопления, как экономических благ, так и денежных ресурсов, а так же то, что какие-то ресурсы могут выпадать из процесса оборота. Например, если потребители начинают сберегать часть полученных доходов, влияние совокупного спроса уменьшается. Такие обстоятельства могут существенно модифицировать модель кругооборота. Самым важным является здесь развитие кредитной системы. **Во-вторых, с**хема абстрагируется от роли государства. Роль государства в современном мире весьма многообразна, поскольку оно влияет как на агентов рыночной экономики, так и на рынки продуктов, факторов производства, кредита. **В-третьих,** модель кругооборота может быть уточнена путем включения в нее международной торговли.

Модель экономического кругооборота имеет важное значение не только для понимания механизма функционирования рыночной экономики, но и для исследования специфики функционирования различных экономических систем.

**10.Понятие рыночного спроса, кривые спроса. Факторы, влияющие на спрос.**

Закономерности функционирования спроса наиболее четко проявляются на рынке совершенной конкуренции. Под спросом понимается потребность покупателей в том или ином товаре выраженная в деньгах.

Выделяются следующие виды спроса:

1. индивидуальный – это потребность отдельного покупателя в том или ином товаре выраженного в деньгах.

**2.** рыночный – это суммарный спрос индивидуальных покупателей.

**3.** совокупный или агрегированный спрос – это спрос, который формируется на национальном рынке и представляет собой реальный объём товаров и услуг, которые готовы купить при определенном уровне цен все экономические субъекты.

Закономерности формирования спроса могут быть выражены двумя способами:

**1.**Табличный:

 **Р, руб. 1 2 3 4 5**

 **Q 10 8 6 4 2**

**2.**Графический:

 **Р**

 **D**

 **Q**

Кривая спроса – кривая, показывающая какое количество экономических благ готовы купить покупатели по разным ценам в данный момент времени.

**Факторы, влияющие на спрос:**

 **1.**Ценовые.

 **2.**Неценовые.

**Неценовые факторы:**

 **1.**Изменения в денежных доходах населения.

 **2.**Изменение в структуре населения.

 **3.**Изменение цен на товарозаменители.

 **4.**Экономическая политика правительства.

 **5.**Изменение потребительских предпочтений.

**11.Понятие рыночного предложения, кривые предложения. Факторы, влияющие на предлож**ение.

**Предложение** – это готовность фирм изготовителей и продавцов товаров предоставить на рынок определённое количество товаров по данной цене. **Закон предложения** – прямо пропорционально между ценой и количеством.

Доводы в пользу закона предложения:

**1.**Высокая цена покрывает издержки производства и приносит доход.

**2.**Высокая цена финансирует расширение производства.

В краткосрочном периоде действует закон убывающей отдачи, так как по мере наращивания переменного фактора производства на постоянный, отдача от каждой дополнительной единицы увеличивающегося фактора имеет тенденцию падать. В результате действия этого закона увеличение производства в краткосрочном периоде вызывает быстрый рост издержек.

**Факторы, влияющие на предложение:**

1. Ценовые.
2. Неценовые.

**Неценовые факторы:**

1. Цены на ресурсы.
2. Новые технологии.
3. Увеличение налогов на производителей – они вызывают рост издержек и предложение сокращается.

**12.Спрос и предложение, механизм их воздействия. Цена равновесия.**

Механизм функционирования рынка основан на взаимодействии его основных элементов, то есть спроса и предложения. В результате устанавливается равновесная цена и равновесный объём продаж.

**Рыночное равновесие** – это когда планы покупателей (спрос) и продавцов (предложения) совпадают так, что при данной цене величина предложения равна величине спроса.

**Предложение** – это масса товаров и услуг, которые предлагают для реализации.

**Свойства:** способность к обмену, способность удовлетворить те или иные конкурентные потребности.

**Закон предложения:** с повышением цен соответственно вырастает и величина предложения, с понижением цен сокращается так же и предложение.

**Спрос** – количество продуктов, которое потребители готовы и в состоянии купить по некоторой цене из возможных в течении определенного периода цен.

**Закон падающего спроса: если цены на товары растут, то спрос падает.**

**От чего изменяется спрос:**

1. Изменение потребительского вкуса.
2. Изменение числа покупателей.
3. Изменение дохода покупателей.
4. Изменение цены на сопряжённые товары.

**Равновесие рынка Е:**

 **Р.**

 **излишек** **S(цена)**

#  **В**

 **Ре**

 **D(спрос)**

 **дефицит**

 **Q**

 **Qе.**

**13.Эластичность рыночного спроса по цене. Определение, измерение, графики. Примеры практического использования, понятие эластичность спроса.**

То, в какой мере объём спроса на рынке возрастает при данном снижении цены или сокращается при данном повышении цены, характеризует степень эластичности спроса по цене.

 **E > 1** – спрос абсолютно эластичный, так

 **Р** как имеет место увеличение

 **D** приобретаемого товара больше, чем

 на 1%, на каждый процент снижения.

 **Q**  Сильная реакцияна цены.

 **E < 1** – неэластичный спрос – приобретаемое

 **P**  количество товара увеличивается

 меньше чем на 1%, на каждый

 процент снижения. Слабая реакция на

 **D** цены.

 **Q**

 **Q Q**

 **E = 1** – выручка постоянная, неизменная.

 **P** Спрос занимает промежуточное

 положение – когда приобретаемое

 **P**  количество товара возрастает в двое

 в результате снижения его цены в

 **D** два раза.

 **P**

 **Q**

 **Q Q**

 **E = ( Q/ P ) 100%**

Коэффициент эластичности показывает, на сколько процентов меняется размер спроса на товар в результате изменения его цены на один процент.

**14.Эластичность рыночного предложения по цене. Определение, изменения, графики. Примеры практического использования понятия, эластичность предложения.**

Эластичность предложения – это показатель относительного изменения предлагаемого на рынке количество товара в соответствии с относительным изменением конкурентной цены.

 **P** **E < 1**

 **S**

 **P**

 **P**

 **45 Q**

 **P S**

 **P E=1** Объем предложения

изменяется соответственно

 **P** цены, показатель

Элостичности=1

 **Q Q Q**

**Факторы, влияющие на эластичность предложения:**

**1.**Временной – влияние факторов времени изучение А.Маршалом.

**2.**В краткосрочном периоде – предложение абсолютно не эластично, так как производители не успевают отреагировать на изменение цены.

**3.**В среднесрочном периоде производители могут увеличить объём производства, но только за счёт наращивания переменных ресурсов.

**4.**В долгосрочном периоде фирмы могут увеличить объём производства за счёт расширения мощностей и всех остальных параметров.

На эластичность предложения может оказывать влияние характер технологий и продолжительность производительного периода.

**15.Рыночное равновесие и фактор времени (три типа равновесия по Маршаллу).**

На рынке любого товара происходит постоянная подстройка предложения под изменяющийся спрос при помощи гибкого ценового сигнала. Время от времени предложение полностью находит свой спрос и рынок приходит в сбалансированное состояние. Сбалансированность рынка, то есть равенство между спросом и предложением, называется рыночным равновесием. Однако при изменении коньюктуры снова возникает дисбаланс между спросом и предложением. Представители классической школы, наблюдали восстановление рыночного равновесия, имели основание утверждать, что рынок – это саморегулирующая система, способная автоматически восстанавливать утраченное равновесие.

Выдающийся представитель **P D S**

неоклассической школы **P**

А.Маршалл полагал, что

силой, движущей рынок **P P -P**

к равновесию, **является цена. P P -P**

 **P**

 **Q**

 **Q Q Q**

Если цена спроса **P** превышает цену предложения **P** , то такая разница цен заставит производителей увеличить предложение с **Q**, до **Q** и потребители смогут расширить свой спрос, пока цена не установится на уровне **P** .

Напротив, если цена спроса **P** окажется ниже цены предложения **P** , то производители начнут сокращать предложение товара, а потребители сократят спрос до объёма, соответствующего равновесной цене. Таким образом, условие равновесия по Маршаллу выглядит как равенство цены спроса цене предложения:

 **P (Q) = P (Q)**

Это показывает, что в модели Маршалла цена является функцией объёмов спросов и предложений.

**Вывод:** Равновесие устанавливается автоматически под давлением разницы цен спроса и цен предложения, то есть в результате ценовой подстройки, что соответствует более долгосрочному периоду.

**16. Государственное вмешательство**

 **в функционирование рынка. Последствия введения налогов.**

Для решения важнейших экономических проблем - что, как и для кого производить рынки выступают наиболее эффективной системой организации взаимосвязей. Однако и эта система способна функционировать лишь при наличии определенных условий, формируемых государством. К ним относятся:

* законодательное определение прав собственности;
* защита свободы индивидуального выбора людьми той или иной формы предпринимательской деятельности, разрешенной законом;
* гарантия приоритетов личных интересов и экономической мотивации;
* использование конкурентного механизма цен, прибылей и убытков;
* ограничение монопольных тенденций в экономике.

Вмешательство государства в рыночную экономику необходимое также в тех случаях, когда имеют место так называемые провалы рынка, когда по различным причинам рыночная конкуренция и свободное ценообразование неуместны, не достигают цели или не дают удовлетворительного решения экономических и социальных проблем. Примером могут служить сферы совокупного социального или муниципального потребления, где использование рыночных механизмов ограничивается государством: оборона, охрана общественного порядка, обслуживание крупных инфраструктурных комплексов и энергетических сетей, водоснабжения и т. п.

Рыночные механизмы также неуместны в сфере социальной защиты нетрудоспособных, безработных, многодетных и других групп населения. Составляемые государством социальные программы призваны обеспечить материальную помощь людям с низкими доходами; обеспечить бесплатное образование и медицинское обслуживание; предусмотреть разнообразные пособия многодетным семьям, безработным, инвалидам.

К «провалам» рынка относят зачастую и некоторые макроэкономические проблемы: общее равновесие национальной экономики; взлеты и падения промышленного цикла; занятость и инфляция. Особенностью рыночной организации экономики является то, что в определенных ситуациях она не способна обеспечить саморегулирование, возврат в нормальное состояние после слишком больших отклонений от него, обеспечить равновесие всех элементов системы. Рыночные механизмы подчас не только не устраняют, но, напротив, способны усугублять нежелательные явления в экономике.

18.**Собственность** **и её формы в России.**

**Собственность** – это экономические и юридические отношения по поводу присвоения предметов природы вещей.

Права собственности: (11прав Опере – американский юрист).

1. Владение.
2. Пользование.
3. Распоряжение.
4. Право на доход.
5. Защита от вредного использования.
6. Правило суверена (то есть что хочешь, то и делай).

Экономические черты содержания собственности:

1. Собственность – это не вещь, не просто отношение людей к вещам, а отношение между людьми, которые могут быть связаны с вещами. Эти отношения не вещественные, а социально-экономические, которые соединяют работников с условием производства.
2. Монополизация условий производства одними субъектами и отчуждение их от других или равные права доступа определяет характер соединения основных факторов производства.
3. Формы доходов образуют экономическую реализацию собственности и определяются положением субъектов к отношению собственности.

**Классификация форм собственности, на основе различных критерий:**

***а)***по форме присвоения:

1. индивидуальная (личное подсобное хозяйство, трудовое хозяйство).
2. коллективная (кооператив, арендное предприятие).
3. государственная (общегосударственная, муниципальная).

 ***б)***по формам правособственности:

1. частное (граждане, юридические лица).
2. государственное (федеральный, республиканский).
3. совместное.

 ***в)***по субъектам и объектам:

1. объекты (продукты, рабочая сила).
2. субъекты (отдельные граждане, государство).

В 1990 году начался в России, разгосударствление собственности – это изменение экономической роли и функции государства, сокращение сферы государственной деятельности и переход от неэкономических к экономическим методам.

**Разгосударствление включает:**

1. Сокращение доли госсектора.
2. Коммерциализация госпредприятий.
3. Переход от централизированных инвестиций к системе кредитования.
4. Отказ от централизированного распределения и не распределения в материальных, финансовых и трудовых ресурсах и переход формирования рынка товаров, рынка труда и рынка капиталов.

**Приватизация** – это установление персональных полномочий и ответственность за рациональное использование имущества или общественную собственность превратить в частную.

 **Цель приватизации:**

1. Снижение роли государства в экономике.
2. Создание эффективного сектора частных предприятий.
3. Сокращение госрасходов.
4. Увеличение государственных доходов.
5. Повышение эффективности предприятий.
6. Улучшение качества товаров и услуг.

 **Итоги приватизации и разгосударствления:**

1992-1994 года – ваучерная приватизация.

С1994 года 1 июля и по сей день – денежная приватизация.

* Подорвал монополизм государственной собственности.
* Стал формироваться уклад частной собственности.
* Формируется рыночная структура.

На сегодня процент государственной собственности 30-35%.

* Класс предпринимателей не сформировался.
* Не был выбран механизм оценки приватизированного имущества, оно продавалось за бесценок.
* Государство потеряло руль управления экономикой.

**19. Рыночный спрос и закон убывающей**

 **предельной полезности.**

**Закономерности функционирования спроса** наиболее четко проявляются на рынке совершенной конкуренции. Под спросом понимается потребность покупателей в том или ином товаре выраженная в деньгах.

**Выделяются следующие виды спроса:**

**1.** индивидуальный – это потребность отдельного покупателя в том или ином товаре выраженного в деньгах.

**2.** рыночный – это суммарный спрос индивидуальных покупателей.

**3.** совокупный или агрегированный спрос – это спрос, который формируется на национальном рынке и представляет собой реальный объём товаров и услуг, которые готовы купить при определенном уровне цен все экономические субъекты.

**Закономерности формирования спроса могут быть выражены двумя способами:**

**1.**Табличный:

 **Р, руб. 1 2 3 4 5**

 **Q 10 8 6 4 2**

**2.**Графический:

 **Р**

 **D**

 **Q**

Кривая спроса – кривая, показывающая какое количество экономических благ готовы купить покупатели по разным ценам в данный момент времени.

**Факторы, влияющие на спрос:**

 **1.**Ценовые.

 **2.**Неценовые.

**Неценовые факторы:**

 **1.**Изменения в денежных доходах населения.

 **2.**Изменение в структуре населения.

 **3.**Изменение цен на товарозаменители.

 **4.**Экономическая политика правительства.

 **5.**Изменение потребительских предпочтений.

# **Закон убывающей предельной полезности.**

#  Люди потребляют товары и услуги потому ,что они обладают свойством быть источником удовольствия. Это свойство экономисты обозначают термином “полезность”. Основы теории полезности разработаны такими крупными экономистами 19в., как Г. Госсен, У. С. Джевонс, К. Менгер.

# Они обратили внимание на то, что потребление любого блага носит, как правило “приростный” характер. Иначе говоря, потребитель не действует по принципу “все или ничего” а постепенно увеличивает количество единиц потребляемого блага, пока не насытит потребность в нем.

# Из этого наблюдения следует три важных вывода:

# Под предельной полезностью они понимали величину дополнительной полезности, полученной от прироста величины потребления, равного единицы некоторого блага.

1. ценность данного блага определяется полезностью последней имеющейся единицы этого блага, удовлетворяющего наименее настоятельную потребность.
2. потребляя некоторое число единиц одного товара, человек получает общую полезность этого ряда, состоящую из суммы убывающих предельных полезностей.

#  **20. Рациональный выбор потребителя.**

 В самом общем смысле вести себя рационально значит стремиться достичь максимального результата при ограниченных возможностях.

 **Главным ограничением для любого потребителя** является размер его дохода. Поскольку потребности многообразны и безграничны, а доход (т.е. располагаемая потребителем сумма денег ) ограничен, покупатель вынужден постоянно совершать выбор из огромного количества товаров, предлагаемого ему на рынке. Естественно предположить, что, совершая этот выбор, потребитель стремится приобрести наилучший товар из тех, которые доступны при данном ограниченном доходе.

 Экономическая теория утверждает, что не существует объективного критерии для того, чтобы определить, какой же набор товаров является наилучшим для данного потребителя. И только потому, что потребитель выбирает ”наилучший набор” товаров со своей индивидуальностью(т.е. субъективной)точки зрения.

 Конечно, субъективный подход не безупречен: человек – сложное существо и далеко не всегда ведет себя рационально в указанном смысле. Разумеется, представление о рациональности потребителя упрощает механизмы его экономического поведения, и тем не менее большинство потребителей действительно стремиться получить на свой ограниченный доход максимум удовлетворения.

 Особо надо подчеркнуть, что вести себя на рынке рационально – вовсе не значит быть прижимистым и мелочно- расчетливым. Не следует думать что человек, истративший свое состояние на “миллион алых роз” для своей любимой, - не рациональный потребитель, а другой, положивший деньги в коммерческий банк под высокие проценты, - наоборот, рациональный потребитель. Теория потребительского поведения признает рациональным потребителем и того и другого, если только они действительно выбрали наилучший (с их субъективной точки зрения) вариант потребительского поведения. Это значит, что каждый имеет своего рода индивидуальную шкалу предпочтений и, реализуя ее при ограниченном доходе, стремиться достичь максимально возможной степени удовлетворения.

 Если заменить слово “удовлетворение” более подходящим для данной ситуации термином ”полезность”, то рациональное поведение потребителя состоит в том, чтобы максимизировать полезность при ограниченном доходе.

 Пусть потребителю предстоит сделать выбор всего из двух продуктов при ограниченной сумме денег, выделенных на покупку, предположим, что бутерброд стоит 1 доллар, а стакан кока-колы – 2 доллара, а всего потребитель может истратить 10 долларов. В каком соотношении он закажет бутерброды и кока-колу? Конечно, он может съесть 10 бутербродов, не выпив не одного стакана кока-колы.

 Но рациональный потребитель так, скорее всего, не поступит. Он не станет давиться в сухомятку последними бутербродами, а предпочтет съесть 8 бутербродов, запив их стаканом кока-колы, который принесет ему в этом наборе куда больше удовольствия, а следовательно, и полезности, чем 9-й и10-й бутерброды. Возможно анализируя свои субъективные ощущения, потребитель придет к выводу, что следует ограничиться 6 бутербродами и выпить 2 стакана кока-колы. Обратим внимание на то, что при таком поведении потребителя предельная полезность бутербродов будет возрастать, а кока-колы уменьшаться. Рано или поздно наступит момент, когда общая полезность от товаров, входящих в этот набор, станет максимальной, а дальнейшее изменение соотношения между ними приведет лишь к уменьшению этой общей полезности. Другими словами, наш потребитель достигнет точки “потребительского равновесия”. Потребительское равновесие – ситуация, в которой потребитель не может увеличить общую полезность, получаемую при данном бюджете, расходуя меньше денег на покупку одного блага и больше – на покупку другого.

 **21. Рыночный спрос и действие эффектов**

 **дохода и замещения.**

 Закономерности функционирования спроса наиболее четко проявляются на рынке совершенной конкуренции. Под спросом понимается потребность покупателей в том или ином товаре выраженная в деньгах.

Выделяются следующие виды спроса:

1. индивидуальный – это потребность отдельного покупателя в том или ином товаре выраженного в деньгах.

**2.** рыночный – это суммарный спрос индивидуальных покупателей.

**3.** совокупный или агрегированный спрос – это спрос, который формируется на национальном рынке и представляет собой реальный объём товаров и услуг, которые готовы купить при определенном уровне цен все экономические субъекты.

Закономерности формирования спроса могут быть выражены двумя способами:

**1.**Табличный:

 **Р, руб. 1 2 3 4 5**

 **Q 10 8 6 4 2**

**2.**Графический:

 **Р**

 **D**

 **Q**

Кривая спроса – кривая, показывающая какое количество экономических благ готовы купить покупатели по разным ценам в данный момент времени.

**Факторы, влияющие на спрос:**

 **1.**Ценовые.

 **2.**Неценовые.

**Неценовые факторы:**

 **1.**Изменения в денежных доходах населения.

 **2.**Изменение в структуре населения.

 **3.**Изменение цен на товарозаменители.

 **4.**Экономическая политика правительства.

 **5.**Изменение потребительских предпочтений.

 **Действие эффектов дохода и замещения.**

 Предположим, что наш потребитель выбрал некоторый, наилучший с его точки зрения набор товаров, доступный при данном уровне доходов. Однако цены не остаются неизменными. Посмотрим, что произойдет в том случае, когда цены на один из товаров снизятся, а цены остальных товаров и доход потребителя останутся не низменными.

 Поскольку цены остальных товаров, входящих в набор, остаются низменными, они становятся дороже относительно того единственного товара, цена на который упала. Разумно предположить, что наш потребитель будет стремиться замещать относительно подорожавшие товары относительно подешевевшим. Иными словами, снижение цены некоторого товара вызовет рост величины спроса на этот товар со стороны индивидуального потребителя вследствие его относительного удешевления. Значит, под эффектом замещения понимается та часть прироста величины спроса на подешевевший товар, которая образовалась вследствие замены более дорогостоящих благ менее дорогостоящими.

 Изменение величины спроса может быть связано с воздействием изменения цены на величину реального дохода. Происходит это в случае, когда цены на один из товаров набора опять-таки снизились. Наш потребитель будет по-прежнему способен приобрести товарный набор, который ему кажется наилучшим, но у него останется некоторая сумма денег. Это равносильно реальному увеличению дохода, как если бы он стал получать эту сумму дополнительно (“эффект дохода”). Возникает вопрос, как истратит наш потребитель эту дополнительную сумму? Самый общий ответ состоит в том, что он истратит ее на покупку большего количества так называемых ”нормальных товаров” (т.е. товаров, спрос на которые растет при росте доходов).

 Существует интересное исключение из закона спроса, связанное с так называемым “товаром Гиффена”. Суть этого феномена в том, что при определенных обстоятельствах эффект дохода превышает эффект замещения, а следовательно (вопреки закону спроса), величина спроса растет при росте цены. Считается, что этот эффект открыл английский экономист Роберт Гиффен (1837-1910)

**22. 23. 24. Сущность и структура издержек производства. Издержки и их виды. Издержки производства и условия максимизации производителя.**

**Издержки** это главный фактор, влияющий на объем предложения, поэтому прежде чем принять решение, о том, сколько товаров произвести фирма должна посчитать производственные издержки.

**Издержки** это оплата денежных факторов производства. Эта точка зрения разными экономистами рассматривается с различных позиций и с разными целями.

К. Маркс связывал изучение издержек с исследованием особенностей эксплуатации наемного труда, которые отражены в стоимости, а следовательно с издержками.

В отличии от Маркса современные западные экономисты рассматривая издержки хозяйственника выделяют:

1. постоянные издержки – это издержки, которые не изменяют своей величины в процессе производственной деятельности (здания, некоторые виды налогов).FC.
2. переменные издержки – величена изменяется с изменением объема производства (сырье, материалы). VC.
3. общие издержки TC.

####  TC=FC+VC

 TC

 P VC

FC

 O a

1. средние издержки количество издержек приходящих на единицу продукции. AC.

 AC=TC/Q

 AFC=FC/Q

 AVC=VC/Q

 ATC=TC/Q

 ATC

 AVC

 AFC

 P

 Прибыль P>AC

 P’

 0

 Q

 P

 Прибыль = 0 P=AC

 P’

 0

 Q

 P

 Банкрот P<AC

 P’

 0

 Q

Альтернативные издержки – это та сумма денег, которую можно получить при наиболее выгодном из всех возможных альтернативных способов использования ресурсов.

С целью определения максимального выпуска, на которое может пойти предприятие, рассчитав придельные издержки.

Предельные

 издержки

 AC

Это дополнительные издержки на производство, каждой дополнительной единицы продукта.

# MC= TC/ Q MC=TC -TC

Придельные издержки важны для определения стратегий фирмы. Поскольку постоянные издержки низменны, то предельные издержки равны приросту переменных издержек, т.е. стоимость материалов, сырья и т.д.

**25. Монополия: возникновение, эволюция,**

 **современные организационные формы.**

Монополия является полным антиподом совершенной конкуренции. Здесь существуеттолько один продавец, причем он производит товар, не имеющий близких заменителей. В условиях монополии производительспособен полностью контролировать объем предложения товара что позволяет ему выбирать любую цену из возможных в соответствии с кривой спроса, рассчитывая при этом получить максимальную прибыль.

 Черты, отличающие монополию от совершенной конкуренции?

- Единственный продавец (монополист).

 Реализуемый продукт уникален, поэтому покупатель вынужден платить
 установленную монополистом цену (или отказаться от покупки данного

 товара).
 - Полный контроль монополиста над **ценой** товара и объемом продаж.
.

 Особое место занимает феномен **"естественной монопо**лии". К естественным монополистам относятся предприятия общественного пользования и предприятия, эксплуатирующие уникальные природные ресурсы (например, электрические и газовые предприятия, компании водоснабжения, линии связи н транспортные фирмы). Как правило, подобные
''естественные монополии" находятся в собственности государства или действуют под его контролем. Существование естественных монополий объясняется особым эффектом, связанным с масштабом производства, - эффектов экономии ресурсов в результате укрупнения производства.

 Монополия в чистом виде - явление крайне редкое. Как и совершенная конкуренция, она представляет собой скорее экономическую абстракцию. Довольно часто в качестве примера чистой монополии приводят систему телефонной связи, и это почти верно. Но не следует забывать, что иные
виды связи (например, экспресс-почта или спутниковая связь) создают скрытую конкуренцию, предлагая качественные заменители телефонной связи. Кроме того, следует отметить, что монополия не может полностью устранить потенциальную конкуренцию со стороны других отечественных или иностранных производителей товаров.

**26. Деньги как экономическая категория.**

 **Природа современных денег.**

Деньги – один из сложных размеров экономической теории.

Фундаментальные проблемы денег были поставлены в трудах классиков политической экономии А.Смитт, затем они были развиты Маршалом, Марксом, а последние 50 лет Самуэльсоном.

А.Смитт определял деньги как колесо обращения.

Маркс называл деньги всеобщим эквивалентом.

В Европе в первые бумажные деньги появились в 16-17 веке, а в России в эпоху Екатерины II 1769 год.

Отрыв бумажных денег от их реального золотого содержания стал главной болезнью бумажных денег.

**Основные теории денег.**

Современные концепции денег исходят из теории, которые зародились в 17-18 веке, это металлическая, номиналистическая и количественная.

**Металлическая теория** – появилась в эпоху первоначального накопления капитала, ее представителями были меркантилисты Т. Мен, Д. Нормс и др.

Они абсолютировали функции денег как сокровищ и как мировых денег, и на этой основе отождествляют деньги с благородными металлами.

 Номиналистическая теория ее создали римские и средневековые юристы, в дальнейшем ее развивали Д.Беркли, Д.Стюарт, критикуя металлистов они абсолютировали другие функции денег – средство обращения и платежа. Номиналисты объявили деньги чисто условными единицами, счетными знаками, которые обслуживают обмен товаров и являются продуктом государственной власти.

Количественная теория: основатели Д.Лог, Д.Рикардо они отстаивали стоимостную основу денег. Сторонники этой теории считают, что стоимость денежной единицы и уровень товарных цен определяется количеством денег в обращении. Существенный вклад в модернизацию количественной теории внес Фишер(начало 20го века).

MV=PQ M=PQ/V денежная масса

V – скорость оборота денежной единицы.

P - цена единицы продукции.

Q – общее количество продукции.

.**27. Структура рынка. Монополия, олигополия,**

 **монополистическая конкуренция.**

 **Монополия.**

 Монополия является полным антиподом совершенной конкуренции. Здесь существуеттолько один продавец, причем он производит товар, не имеющий близких заменителей. В условиях монополии производительспособен полностью контролировать объем предложения товара что позволяет ему выбирать любую цену из возможных в соответствии с кривой спроса, рассчитывая при этом получить максимальную прибыль.

 Черты, отличающие монополию от совершенной конкуренции?

- Единственный продавец (монополист).

 Реализуемый продукт уникален, поэтому покупатель вынужден платить
 установленную монополистом цену или отказаться от покупки данного

 товара.
 - Полный контроль монополиста над **ценой** товара и объемом продаж.
.

 Особое место занимает феномен **"естественной монопо**лии". К естественным монополистам относятся предприятия общественного пользования и предприятия, эксплуатирующие уникальные природные ресурсы (например, электрические и газовые предприятия, компании водоснабжения, линии связи н транспортные фирмы). Как правило, подобные
''естественные монополии" находятся в собственности государства или действуют под его контролем. Существование естественных монополий объясняется особым эффектом, связанным с масштабом производства, - эффектов экономии ресурсов в результате укрупнения производства.

 Монополия в чистом виде - явление крайне редкое. Как и совершенная конкуренция, она представляет собой скорее экономическую абстракцию. Довольно часто в качестве примера чистой монополии приводят систему телефонной связи, и это почти верно. Но не следует забывать, что иные
виды связи (например, экспресс-почта или спутниковая связь) создают скрытую конкуренцию, предлагая качественные заменители телефонной связи. Кроме того, следует отметить, что монополия не может полностью устранить потенциальную конкуренцию со стороны других отечественных или иностранных производителей товаров.

 **Олигополия.**

 **Олигополия** является преобладающей формой современной рыночной структуры. Термин "олигополия" применяется в экономике для описания рынка, на котором существуют несколько фирм, отдельные из которых контролируют значительную долю рынка.

На олигополистическом рынке конкурируют между собой несколько крупных фирм (от трех до пяти) и вступление на этот рынок новых фирм затруднено. Продукция, производимая фирмами, может быть как однородна, так и дифференцирована. Однородность преобладает на рынках
сырья и полуфабрикатов: руды, нефти, стали, цемента; дифференциация - на рынках потребительских товаров (автомобили). Не многочисленность фирм на олигополистическом рынке заставляет эти фирмы использовать не только ценовую, но и неценовую конкуренцию, ибо последняя в таких условиях
является более эффективной.

Характерная особенность олигополистическогорынка"зависимость поведения каждой фирмы от реакции и поведения конкурентов. Крупные размеры и значительный капитал фирм крайне немобильны на рынке, и в этих условиях наибольшие выгоды обещает именно, сговор между олигополистическими фирмами в целях поддержания цен и максимизации прибыли Производители договариваются и сотрудничестве и заключают (иногда открытое и даже оформленное) соглашение о дележе рынка - "картельное соглашение".

Картель представляет собой соглашение нескольких
предприятий, устанавливающее для всех участников объем
производства, цены на товар, условия найма рабочей силы,
обмена патентами, разграничение рынков сбыта я долю
("квоту") каждого участника в общем, объеме производства
и сбыта. Его целью является повышение цен (сверх конкурентного уровня), но не ограничение производственной и снабженческо-сбытовой деятельности участников.

 **Монополистическая конкуренция.**

Монополистическая конкуренция это относительно большое количество производителей, предлагающих похожую, но не идентичную (с точки зрения покупателей) продукцию

В отличие от совершенной конкуренции монополистическая предполагает, что каждая фирма продает особый тип товара, который отличается качеством, оформлением, престижностью, благодаря чему у потребителя складываются "неценовые предпочтения". В условиях монополистической конкуренции фирма производит не одинаковую, а "дифференцированную" продукцию и тем самым становится своеобразным "монополистом" своей марки товара Относительно неограниченное проникновение новых конкурентов на рынок является важной характеристикой
монополистической конкуренции Производители, работающие на таком рынке не являются крупными предприятиями, поэтому сравнительно невелик и требующийся им начальный капитал. Это подстегивает их к вступлению в
отрасль и конкуренции с марками производимого здесь товара.

 Модель рынка монополистической конкуренции описывает множество реально существующих рынков. Его характеристики достаточно точно соответствуют большинству отраслей сферы обслуживания (в качестве примеров можно назвать сеть ресторанов, станций технического обслуживания, сферу банковских услуг, в производящих отраслях -
это производство одежды, безалкогольных напитков, стирального порошка, вычислительной техники, компьютеров).

 **28. Монополистические структуры, последствия**

 **их существования. Монополия и эффективность**

**производства. Монополия и потребитель.**

 **Монополистическая конкуренция.**

Монополистическая конкуренция это относительно большое количество производителей, предлагающих похожую, но не идентичную (с точки зрения покупателей) продукцию

В отличие от совершенной конкуренции монополистическая предполагает, что каждая фирма продает особый тип товара, который отличается качеством, оформлением, престижностью, благодаря чему у потребителя складываются "неценовые предпочтения". В условиях монополистической конкуренции фирма производит не одинаковую, а "дифференцированную" продукцию и тем самым становится своеобразным "монополистом" своей марки товара Относительно неограниченное проникновение новых конкурентов на рынок является важной характеристикой
монополистической конкуренции Производители, работающие на таком рынке, не являются крупными предприятиями, поэтому сравнительно невелик и требующийся им начальный капитал. Это подстегивает их к вступлению в
отрасль и конкуренции с марками производимого здесь товара.

 Модель рынка монополистической конкуренции описывает множество реально существующих рынков. Его характеристики достаточно точно соответствуют большинству отраслей сферы обслуживания (в качестве примеров можно назвать сеть ресторанов, станций технического обслуживания, сферу банковских услуг, в производящих отраслях -
это производство одежды, безалкогольных напитков, стирального порошка, вычислительной техники, компьютеров).

 **Монополия.**

 Монополия является полным антиподом совершенной конкуренции. Здесь существуеттолько один продавец, причем он производит товар, не имеющий близких заменителей. В условиях монополии производительспособен полностью контролировать объем предложения товара что позволяет ему выбирать любую цену из возможных в соответствии с кривой спроса, рассчитывая при этом получить максимальную прибыль.

 Черты, отличающие монополию от совершенной конкуренции?

- Единственный продавец (монополист).

 Реализуемый продукт уникален, поэтому покупатель вынужден платить
 установленную монополистом цену или отказаться от покупки данного

 товара.
 - Полный контроль монополиста над **ценой** товара и объемом продаж.

 Особое место занимает феномен **"естественной монопо**лии". К естественным монополистам относятся предприятия общественного пользования и предприятия, эксплуатирующие уникальные природные ресурсы (например, электрические и газовые предприятия, компании водоснабжения, линии связи н транспортные фирмы). Как правило, подобные
''естественные монополии" находятся в собственности государства или действуют под его контролем. Существование естественных монополий объясняется особым эффектом, связанным с масштабом производства, - эффектов экономии ресурсов в результате укрупнения производства.

 Монополия в чистом виде - явление крайне редкое. Как и совершенная конкуренция, она представляет собой скорее экономическую абстракцию. Довольно часто в качестве примера чистой монополии приводят систему телефонной связи, и это почти верно. Но не следует забывать, что иные
виды связи (например, экспресс-почта или спутниковая связь) создают скрытую конкуренцию, предлагая качественные заменители телефонной связи. Кроме того, следует отметить, что монополия не может полностью устранить потенциальную конкуренцию со стороны других отечественных или иностранных производителей товаров.

**29.Антимонопольное регулирование.**

Когда же предприниматели заключают между собой гласное (или негласное) соглашение о разделе рынка или уровне цены, то потребители вынуждены платить большую цену за товар и сокращать объем потребления. Цены в этом случае становятся искусственно-высокими и не все покупатели могут позволить себе приобретать тот же самый товар в желаемых объемах. Потребители несут экономические убытки от подавления конкуренции. Важно и то, что устранение конкуренции нарушает равновесие спроса и
предложения, что приводит к нерациональному использованию и без того ограниченных производственных ресурсов общества Чтобы избежать этих негативных явлений, государство вмешивается в рыночные процессы, используя антимонопольное регулирование: административный контроль над
монополизированными рынками, организационный механизм и антимонопольное законодательство.

 **Административный контроль** монополизированных рынков объединяет способы воздействия на монополизированное производство Можно выделить, в частности, финансовые санкции, применяемые в случае нарушения антимонопольного законодательства. Бывают случаи, когда фирма, уличенная в систематическом использовании методов нечестной конкуренции и проигравшая судебный процесс. подвергается прямому расформированию.

**Организационный механизм** имеет своей целью антимонопольную профилактику путем последовательной либерализации рынков. Не затрагивая монополию как форму производства, способы и методы такой политики государства нацелены на то, чтобы сделать монополистическое
поведение для крупного бизнеса невыгодным. Это - снижение таможенных пошлин, отмена количественных квот поддержка малого бизнеса, упрощение процедуры лицензирования, оптимизация производства, продукция которого
может конкурировать с товарами монополий, и т.д.

 Наиболее эффективной и развитой формой государственного регулирования монопольной власти является **антимонопольное законодательство.** Его цель - регулирование структуры отрасли через запрещение предполагаемых
слияний крупных фирм, если оно ведет к существенному ослаблению конкуренции или установлению монополии. Антимонопольная практика в то же время не отрицает возможности слияния компаний на "горизонтальной" и
"вертикальной" основе.

**30. Производственная функция, взаимозамещение**

 **факторов производства.**

 **Производственная функция определяет максимальный объем выпуска продукции при каждом заданном количестве ресурсов.** Эта функция описывает зависимость между затратами ресурсов и выпуском продукции, позволяя определить максимально возможный объем выпуска продукции при каждом заданном количестве ресурсов, или минимально возможное количество ресурсов для обеспечения заданного объема выпуска продукции. Производственная функция суммирует только технологически эффективные приемы комбинирования ресурсов для обеспечения максимального выпуска продукции. Любое усовершенствование в технологии производства, способствующее росту производительности труда, обусловливает новую производственную функцию. Производственный процесс представляет собой способ соединения факторов производства с целью их превращения в конечные товары и услуги.
 Мы исходим из предположения, что главной целью фирмы является максимизация прибыли. Для того, чтобы быть конкурентоспособной, фирма должна применять такой производственный процесс, который наиболее эффективно использует имеющиеся ресурсы. производственная функция показывает максимальное количество товара, которое может быть произведено при различных сочетаниях факторов. производственная функция показывает альтернативные возможности, при которых различные комбинации факторов обеспечивают один и тот же объем выпуска продукции.

 **Отдача от фактора показывает зависимость между объемом выпускаемой продукции и изменениями в количестве одного фактора при неизменном количестве другого.** По мере наращивания одного переменного фактора начинает проявляться тенденция, известная как закон убывающей предельной производительности, или убывающей предельной доходности фактора производства.

 Ресурсы могут обладать **абсолютной взаимозаменяемостью.** Это означает, что заданный объем выпуска продукции может быть обеспечен как путем использования какого-либо одного из двух переменных ресурсов, так и путем их комбинаций. Например, нефть и газ, как сырье для получения энергии, являются абсолютно взаимозаменяемыми.

 Ресурсы обладают и таким свойством, как **абсолютной комплиментарности.** Это означает, что два переменных ресурса, используемых для производства данного вида продукции, имеют одну определенную пропорцию. Иначе говоря, заданная производственная функция предполагает наличие единственно возможной комбинации ресурсов. В качестве примера такой производственной системы можно привести сферу транспортных услуг. Для обеспечения роста объема услуг необходимо увеличение в пропорции один к одному как автомобильного парка, так и численности водителей при условии односменного режима работы.

 **Частичная взаимозаменяемость** ресурсов. В этом случае производство продукции может осуществляться с обязательным использованием двух переменных ресурсов, например, труда и капитала. Однако их комбинации могут быть самыми различными в соответствии с заданной производственной функцией.

**31. Ценообразование и факторы производства.**

 **Предельная доходность факторов.**

 Отличительной чертой рынков факторов производства является тот
факт, что в роли покупателей здесь выступают фирмы, а продавцами являются домашние хозяйства, или, другими словами, субъекты спроса - фирмы, а субъекты предложения - домашние хозяйства.

В основе потребительского спроса лежит функция полезности. В основе же спроса на факторы производства лежит доход, который фирма стремится получить, производя с помощью этих факторов различные товары и услуги. Это означает, что фирма предъявляет спрос на ресурсы лишь постольку, поскольку потребитель нуждается в товарах, произведенных с помощью этих ресурсов, а не наоборот. Например, обувные фабрики предъявляют спрос на кожу и услуги труда обувщиков потому, что потребители предъявляют спрос на кожаную обувь. Таким образом, в экономической теории спрос на факторы производства принято называть **производным спросом.** Это - первое и весьма существенное отличие спроса на рынках факторов производства от спроса на рынках конечных товаров и услуг.

Выше говорилось о том, что производственный процесс представляет
собой процесс взаимодействия различных факторов производства. Невозможно организовать процесс производства, имея, например, капитал, но не имея рабочей силы и наоборот, т. е. ни один фактор в отдельности не может произвести продукт. Отсюда вытекает, что спрос на факторы производства является **взаимозависимым.** Это — второе существенное отличие спроса на рынках факторов от спроса на рынках конечных товаров и услуг. Фирма, предъявляя спрос на факторы, сталкивается с необходимостью решения следующих задач:

* 1. оптимального сочетания факторов производства;
	2. минимизации издержек при каждом заданном объеме производства;
	3. определения объема производства, максимизирующего величину прибыли.

Производительность переменного фактора может измеряться не только
в физических, но и в денежных единицах. Стоимостным показателем производительности фактора является **предельный продукт фактора в денежном выражении,** или **предельный доход от продукта, используемого фактора.**

**Предельный продукт фактора в денежном выражении *(MRP****L****) —* это**произведение предельного физического продукта переменного фактора *(L)*и предельного дохода, полученного от продажи одной дополнительной единицы продукции:

MRPL = МРL х MRQ

 MRPL *—* предельный продукт фактора *L* в денежном выражении;

 МРL *—* предельный продукт фактора *L* в физическом выражении;

 MRQ - предельный доход от продажи дополнительной единицы продукции.

Таким образом, предельный продукт фактора в денежном выражении показывает прирост общего дохода в результате использования еще одной
(дополнительной) единицы переменного фактора *L* при неизменном количестве всех остальных факторов.

В условиях совершенной конкуренции, когда фирмы являются **«ценопо**лучателеми», предельный продукт фактора *L* в денежном выражении **— это** произведение предельного продукта фактора *L* в физическом выражении и цены единицы выпускаемой продукции:

MRPL = МРL х Р

Р *-* цена единицы выпускаемой продукции. Напомним,что в условиях совершенной конкуренции Р = MR.

Рассмотрим ситуацию на примере фирмы, производящей кожаную обувь и реализующей ее на конкурентном рынке. Допустим, что количество единиц капитала, используемого фирмой, есть величина постоянная, а количество нанимаемых рабочих - величина переменная. Предположим, что очередной нанятый рабочий производит за день три пары обуви, которые могут быть проданы по рыночной цене *(Р),* равной 100 руб. за пару. В этом
случае предельный продукт труда в денежной форме составит 300 руб.:

MRPL = МРL х MRQ = МРL х Р = 3 х 100 руб. = 300 руб.

Для того, чтобы определить, какое количество рабочих следует нанять
фирме, необходимо знать цену этого ресурса и сравнить, на сколько увеличится доход и издержки фирмы от использования одной дополнительной единицы ресурса. **Затраты фирмы на приобретение каждой дополнительной единицы фактора принято называть предельными издержками ресурса *(MRC).*** Если фирма покупает ресурсы на чисто конкурентных рынках, то предельные издержки на их приобретение будут равны их ценам. В нашем примере *MRC* равны дневной ставке заработной платы, т. е. *MRC* = *w.* Допустим, что дневная ставка заработной платы рабочего составляет 300 руб.. Какое же количество рабочих следует нанять фирме? Очевидно, что фирма наймет четырех рабочих.
Нанимать пятого рабочего невыгодно: предельный продукт в денежной
форме составляет 200 руб., а предельные издержки, связанные с наймом
пятого рабочего - 300 руб.

Анализ теории предельной производительности факторов требует рас-
смотрения таких понятий, как **общий, предельный и средний продукт**переменного фактора производства. **Общий продукт *(ТР) -* это суммарный объем выпуска продукции, полученный в рамках заданной производственной функции, и измеренный в физических единицах.**

Понятие общего продукта позволяет выявить зависимость между объемом выпускаемой продукции и изменениями в количестве одного ресурса
при неизменном количестве других.

**Предельный продукт фактора производства *(МР),* исчисленный в
физических единицах, показывает изменение в объеме выпуска продукции, вызванное использованием дополнительной единицы данного фактора** ***(L)* при неизменном количестве всех остальных.**

Средний продукт труда показывает, какое количество произведенной
продукции приходится на одну единицу труда. Очень часто средний продукт называют показателем **производительности труда.**

**Закон убывающей предельной производительности (доходности) факторов производства.** Этот закон гласит, что, по мере увеличения количества переменного фактора при неизменном количестве всех остальных будет достигнут такой рубеж, после которого предельный продукт переменного фактора начнет уменьшаться. Данный закон не имеет четкой системы доказательств, он основан на здравом смысле и эмпирических наблюдениях.

Теория предельной **производительности факторов имеет** исключительно важное значение для **определения оптимального сочетания** факторов при выпуске продукции.

**32. Условия оптимального сочетания факторов**

**производства (принцип наименьших издержек,**

**правило максимизации прибыли).**

 Фирма, осуществляющая свою деятельность с использованием двух переменных частично взаимозаменяемых факторов, сталкивается с проблемой оптимального выбора комбинации ресурсов при каждом заданном
объеме выпуска продукции. Очевидно, что фирма, максимизирующая прибыль, будет стремиться выбрать такое сочетание ресурсов, которое окажется самым дешевым можем сформулировать правило минимизации издержек для каждого заданного объема выпуска продукции: оптимальное сочетание факторов, используемых в процессе производства, достигается тогда, когда последний затраченный рубль на покупку каждого фактора дает одинаковый прирост общего выпуска продукции. С точки зрения рационального экономического поведения, это означает, что относительно более дорогой фактор производства замещается относительно более дешевым.

В ходе этой замены предельный продукт труда будет уменьшаться, а предельный продукт капитала расти. Замена будет осуществляться до тех пор, пока не будет достигнуто равенство взвешенных по соответствующим ценам предельных продуктов факторов.

Минимизация издержек есть обязательное, но недостаточное условие
для максимизации прибыли. Разница между минимизацией издержек и
максимизацией прибыли заключается в следующем: при достижении оптимальной комбинации факторов для любого объема выпуска во внимание
принимаются цены факторов и их предельная производительность. При
формулировке условий максимизации прибыли необходимо учитывать и
такую величину, как предельный продукт фактора в денежном выражении,
отражающий спрос на продукцию, производимую с помощью этих факторов. Это связано с производным характером спроса на факторы.

Как же можно определить объем производства, при котором фирма
максимизирует свою прибыль? Для ответа на поставленный вопрос необходимо воспользоваться правилом использования ресурсов, что применительно к условиям совершенной конкуренции это правило формулируется следующим образом: **максимизация прибыли достигается тогда, когда предельный продукт переменного фактора в денежной форме равен его цене.**

 Если фирма использует два переменных фактора, например, труд и капитал, то максимизация прибыли будет обеспечена при таком объеме производства,

Соблюдение этого условия означает, что фирма функционирует эффективно, т. е. обеспечивается оптимальная комбинация факторов, минимизирующая издержки производства, при единственно возможном объеме выпуска, максимизирующем прибыль.

**33. Спрос и предложение труда как факторы**

 **формирования заработной платы.**

**Субъекты рынка труда:**

1. фирмы – выступают со спросом на рабочую силу
2. домашние хозяйства – предложение рабочей силы

**Спрос на рабочую силу зависит от:**

1. заработной платы
2. объема продукции произведенной одним работником
3. цены на выпускаемую продукцию

LW = PQ LW- издержки

 PQ- прибыль

 L/Q = W/P

L- количество занятых людей

W-ставка заработной платы

P- цена

Q- количество продукции

Фирма будет стремиться увеличить занятость до тех пор пока доходы будут выше издержек на производство.

L (спрос на рабочую силу) = L (W/P) – функция спроса на труд.

W = W /P

W , W - реальная, номинальная ставка заработной платы.

**Предложение рабочей силы в макроэкономике объясняется двумя подходами:**

1. в неоклассической модели предложение труда индивида находится в прямой зависимости от реальной ставки заработной платы, т. е. в такой ставке, которая отражает его покупательскую способность.
2. Кейнс использовал концепции зависимости труда от номинальной ставки заработной платы, т. к. рабочие из-за боязни безработицы согласны работать за меньшую оплату труда.

 W/P классический

 W/P

 по Кейнсу

 W/P

 W/P P < P < P

 L L L L

**Равновесие на рынке труда:**

1. неоклассическая модель равновесия.

 W L (предложение)

 W

 W

 L (спрос)

 безработица

 ~~~~~~~~~~~~

 L L L L

Равновесие по-неоклассически обеспечивает на рынке труда полную (отсутствие безработицы) и эффективную (прирост занятых даст меньший прирост прибыли) занятость, т.е. если ставка заработной платы W > W , то на рынке труда безработица. В этом случае внешняя конкуренция среди рабочих W будет снижать до W .

1. Кейнсианская модель равновесия:

 W L L

W

W

 L L L

В Кейнсианской модели равновесие на рынке труда может быть достигнуто и при наличии безработицы.

**34.Роль профсоюзов на рынке труда. Методы**

 **воздействия профсоюзов на уровень**

 **заработной платы.**

 **Профсоюзы,** оказывающие большое влияние на уровень заработной платы, как правило, в направлении **ее** повышения по сравнению с равновесным уровнем.

 **Рассмотрим важнейшие методы, при помощи которых профсоюзы добиваются повышения заработной платы.**

 **Во-первых**, профсоюзы могут ограничивать предложение услуг труда.
Это достигается, например, введением высоких иммиграционных барьеров,
лоббированием законов о максимальной продолжительности рабочего времени, удлинением срока ученичества при подготовке к той или иной профессии, установлением высоких профсоюзных вступительных взносов с
одновременным запрещением принимать на работу лиц, не состоящих в
профсоюзе, ограничением трудовой нагрузки и т. п.. Сокращение предложения услуг труда при неизменном спросе наних приводит к росту равновесной цены, т.е. ставки заработной платы.

 **Во-вторых**, профсоюзы добиваются повышения обусловленных договором ставок заработной платы, содействуя установлению ее выше равновесного уровня.

 **В-третьих**, профсоюзы могут содействовать росту спроса на услуги труда. При этом могут использоваться любые средства, повышающие спрос на услуги труда, например, проведение рекламных кампаний в пользу того или иного товара (не будем забывать, что спрос на рынке труда — это производный спрос). Росту спроса на услуги труда содействует и политика профсоюзов, настаивающих на установлении высоких импортных таможенных тарифов, защищающих какую-либо национальную отрасль и способствующих росту производства внутри страны. В результате увеличивается количество используемого труда и возрастает заработная
плата.

 Отраслевой профсоюз часто выступает какмонополия на рынке труда, при этом его монопольная власть тем выше, чем большая доля работников данной отрасли входит в соответствующий профсоюз.

**35. Прибыль: сущность, виды, источники.**

 **Прибыль** в рыночном хозяйстве является вознаграждением такого специфического фактора, как предпринимательство. Специфического, во-первых, потому, что предпринимательство, в отличие от капитала или земли, неосязаемо. Во-вторых, мы не можем трактовать прибыль как своеобразную равновесную цену, по аналогии с рынком труда, капитала и земли. Эта специфика предпринимательства как фактора производства проявляется через его функции.

 **Прибыль** обычно определяют как разность между валовым доходом и валовыми издержками. Определение валового дохода не составляет трудности (это произведение количества произведенной продукции и цены единицы товара).

 В издержки должны включаться денежные расходы, которые фирма несет на приобретение машин, оборудования, сырья, материалов, на выплату заработной платы работникам.

 Можно выделить несколько **причин** появления этого дополнительного дохода. **Во-первых**, экономическую прибыль можно рассматривать как воз-
награждение за принятие предпринимателем риска, связанного с неопределенностью, присущей развитию рыночной экономики. **Во-вторых**, экономическую прибыль можно рассматривать как вознаграждение за инновации. Одной из важнейших причин динамичного характера рыночной экономики является деятельность самих предпринимателей, направленная на внедрение новых технологий, освоение достижений науки и техники, совершенствование форм и методов организации производства и т. д. Стимулом к такого рода инновационной деятельности является стремление снизить издержки производства и таким образом добиться преимущества в конкурентной борьбе и получить большую прибыль. **В-третьих,** источником экономической прибыли может стать обладание монопольной властью на рынке. Как мы уже знаем, монополист имеет возможность, изменяя объемы предложения, влиять на величину рыночной цены и устанавливать ее на уровне, превышающем предельные издержки, что позволяет ему получать сверхприбыль.
 Стремление получить экономическую прибыль, обойти конкурентов,
укрепить свои позиции на рынке - постоянно действующий мотив предпринимательской деятельности, толкающий экономику вперед, к постоянному развитию. С одной стороны, **ожидание экономической прибыли стимулирует наиболее эффективное использование ресурсов.** Рассчитывая на получение экономической прибыли, предприниматель стремится так организовать производство и сбыт продукции, чтобы добиться снижения затрат, повышения отдачи от используемых факторов производства, и с этой целью он осуществляет технические нововведения, осваивает новые производства.

С другой стороны, **существование экономической прибыли способствует эффективному распределению ресурсов между альтернативными способами их применения.** Наличие в какой-либо отрасли прибыли, превышающей нормальный средний ее уровень, сигнализирует о большей привлекательности данной сферы приложения ресурсов. Это сигнал о том, что на данный вид продукции существует высокий спрос, и что общество заинтересовано в расширении её производства.

 Ho прибыль нетолько создает стимулы для расширения производств, продукция которых пользуется спросом, но и выступаетисточником финансирования такого расширения. Предприятия, получающие более высокую прибыль, имеют возможность, по крайней мере, часть этой прибыли направить обратно в производство в качестве инвестиций, - причем не только на расширение масштабов производства, но и на его совершенствование, на разработку и внедрение новой техники.

 Важно подчеркнуть, что неопределенность, приносящая экономическую
прибыль одним предприятиям, одновременно порождает убытки для других. Однако постоянная угроза убытков является таким же мощным стимулом,как и желание, получить прибыль.

**36. Земельная рента и цены на землю.**

 Земельная рента как факторный доход может быть рассмотрена на основе

концепции предельных продуктов. Именно размеры предельных продуктов определяют вклад и, соответственно, вознаграждение каждого из факторов производства. Двумя факторами производства в нашей модели ценообразования будут земля и труд. Количество применяемой земли составляет некую фиксированную величину. Переменным фактором являются услуги труда наемных сельскохозяйственных рабочих.

MRP W D

 E

W

0 L L

 Из графика на рис. видно, что собственник земельного участка (владелец фермы) будет нанимать дополнительных рабочих до тех пор, пока
предельный продукт, создаваемый наемным сельскохозяйственным рабочим, не сравняется с размером заработной платы. Это количество нанимаемых рабочих достигает величины *L1,* когда размеры предельного продукта равны *W1,* т. е. совпадают с уровнем заработной платы, сложившейся на конкурентном рынке. Заработная плата всех сельскохозяйственных рабочих составит площадь *OW1 EL1 .* А что же представляет собой остальная площадь, т. е. фигура *W1,EDL?* Это и есть величина земельной ренты. Можно сказать, что размер земельной ренты мы определили остаточным методом, когда из общей величины созданного продукта вычли совокупную величину заработной платы.

 **Цена земли зависит от двух величин**:

1. размеров земельной ренты, которую можно получать, став собственником данного участка;
2. ставки ссудного процента.

Покупатель земельного участка стремится приобрести его не ради почвы как таковой, а ради той ренты, того постоянного ежегодного дохода, который приносит земля. **Покупается право на получение регулярного дохода в течение неопределенно долгого периода времени.**

 **Цена земли - это дисконтированная ценность.** Она рассчитывается по аналогии с приобретением любого капитального
блага, приносящего регулярный доход. Здесь важно подчеркнуть, что при покупке земли предполагается, что доход в виде ренты будет выплачиваться
собственнику земли не в течение 1, 2 или 10 лет, а неопределенно продолжительный отрезок времени.

 Цена земли зависит от множества факторов, влияющих на спрос и предложение земельных участков. Так, например, рост цен на землю может объясняться растущим спросом на нее для несельскохозяйственных целей. Резко возрастает спрос на землю (и вообще на недвижимость) в условиях инфляции и особенно гиперинфляции, а это ведет соответственно к росту цены земли.

 Земельная рента означает платность важнейшего фактора производства
- земли. Экономисты прошлого по-разному оценивали это обстоятельство.
Например, К. Маркс считал сам факт платности земли препятствием для
развития производительных сил в сельском хозяйстве, поэтому им и предлагалась ее национализация. Неоклассической школой, наоборот, подчеркивается положительный, т. е. благоприятный с точки зрения эффективности, характер платности земли как важнейшего ресурса.

**37. Процентная ставка: уровень, функции,**

 **динамика.**

**Номинальная ставка процента** — это текущая рыночная ставка, не
учитывающая уровень инфляции.

 **Реальная ставка процента -** это номинальная ставка за вычетом ожидаемых (предполагаемых) темпов инфляции. Например, номинальная годовая ставка процента составляет 9%, ожидаемый темп инфляции 5% в год,
реальная ставка процента составит (9 - 5)=4%.

 Различие между номинальной и реальной процентной ставкой приобретает смысл только в условиях инфляции (повышения общего уровня цен) или дефляции (снижения общего уровня цен). Американский экономист Ирвинг Фишер выдвинул гипотезу относительно связи между номинальной и реальной ставкой. Она получила название **эффект Фишера,** который означает следующее: номинальная ставка процента изменяется так, чтобы
реальная ставка оставалась неизменной.

После разграничения понятий номинальной и реальной ставок можно
еще раз вернуться к вопросу о том, почему процентные ставки положительны, точнее, *почему реальные* процентные ставки положительны. Вспомним о том, что большинство людей имеет положительное временное предпочтение. Это значит, что кредитор, предоставляя кому-то денежные ресурсы, жертвуя настоящим во имя будущего, потребует за это вознаграждения, причем оно должно быть *реальным,* с точки зрения покупательной способности денег.

 Таким образом, само различие между номинальными и реальными переменными порождено инфляционными или дефляционными процессами в
экономике.

 Существует множество различных ставок процента на рынке заемных средств, на рынке ценных бумаг, на рынке недвижимости и т. д. Да и каждый из нас по своему опыту знает, что ставки процента в Сбербанке и коммерческих банках могут отличаться. Причин здесь несколько, но одна из самых важных- это **степень риска** капиталовложений.

 Сам риск в рыночном хозяйстве связан с неопределенностью как имманентной чертой рыночного процесса (см. гл. 8, § 1). Вы рискуете, предоставляя ссуду малоизвестной фирме или отдельному лицу, чье финансовое положение не досконально известно. Вы рискуете в принципе, откладывая возможность сегодняшнего распоряжения денежными ресурсами (ведь в будущем могут измениться и политический климат в стране, и налоговое законодательство и, вообще, как уже подчеркивалось, человек не вечен). Поэтому, чем выше риск при предоставлении ссуды, тем выше должна быть ставка процента.

 Это станет яснее после анализа, в частности, рынка ценных бумаг, где надежность и доходность ценных бумаг всегда находятся в обратно пропорциональной зависимости. В связи с этим ставки процентапорисковым и безрисковым активам будут различными.

 **Безрисковые активы** - это активы, обеспечивающие денежные поступления в заранее обусловленном размере.

 **Рисковые активы** - это активы, денежные поступления от которых
весьма неопределенны и часто зависят от случая.

 Следующая причина различий в ставках процента - это **срок, на который выдаются ссуды.** При прочих равных условиях, краткосрочные ссуды предоставляются под более низкий процент, нежели долгосрочные.

 Важным фактором различий в ставках процента является и **степень
монополизации рынка заемных средств.** Нам уже известно, что монополист обладает определенной властью над рыночной ценой. В данном случае такой своеобразной ценой является ставка процента. И чем выше степень монополизации на рынке ссудных капиталов, тем, при прочих равных условиях, будет выше ставка процента.

**39. Поведение фирмы в краткосрочном периоде.**

**Модель равновесия фирмы в краткосрочном периоде**.

 MC

 P

 ATC

 P

 D

 MR

 0 Q Q

 **Условия равновесия:**

1. фирма максимизирует прибыль при условии MR=MC.
2. цена покрывает издержки средние и переменные P>AVC.
3. фирма продает продукт, колебания цены и объема лежат на кривой D.

**40. Поведение фирмы в долгосрочном периоде.**

**Модель равновесия фирмы в долгосрочном периоде.**

 P MC

 ATC

#  P

 D

##### 0 Q Q

###### Условия равновесия:

1. каждая фирма продает продукт при комбинации цены P и объема производства Q лежащие на кривой спроса фирмы.
2. MR=MC
3. в результате вхождения фирм в отрасли и выхода из отрасли экономическая прибыль оставшихся фирм сводится к нулю.

Таким образом, монополистическая конкурирующая фирма производит оптимальный объем производства не достигает минимальных издержек. Фирмы не используют полностью положительный эффект масштаба.

**41. Механизм рынка совершенной конкуренции.**

Рыночные структуры отличаются друг от друга по количеству и размерам действующих на данном рынке фирм, характеру производимой этими фирмами продукции, возможности входа на рынок новых фирм и выхода из него, а также доступностью информации, необходимой для принятия экономических решений.

Наиболее эффективно рыночный механизм действует в условиях **свободной, или совершенной конкуренции,** т. **е.** когда ситуация на рынке
характеризуется:

1) множеством покупателей и продавцов;

2) высокой мобильностью факторов производства;

3) отсутствием барьеров на пути вступления на рынок или выхода из него;

4) однородностью (стандартностью) продаваемой продукции;

5) равным доступом всех участников рыночных отношений к информации.

В результате, при совершенной конкуренции доля каждого участника в продажах или покупках незначительна, поэтому ни один из продавцов или покупателей сам по себе не в состоянии воздействовать на рыночную цену.

Строго говоря, совершенная конкуренция в чистом виде никогда и нигде
не существовала. Лишь некоторые рынкипо своим характеристикам могут
приближаться к совершенной конкуренции (например, рынок зерна). Поэтому совершенную конкуренцию можно рассматривать как своего рода научную абстракцию, анализ которой тем не менее необходим как первый шаг для уяснения принципов функционирования рыночного механизма. Независимо от типа рыночных структур необходимым условием их нормального функционирования является экономическая свобода, самостоятельность, независимость субъектов экономических отношений.

 Если покупателя при приобретении товара на рынке интересует, прежде всего, его полезность, то для продавца (производителя) центральное место занимают издержки производства. Поскольку в условиях совершенной
конкуренции производитель практически не может воздействовать на уровень рыночной цены, постольку именно уровень издержек производства оказывает определяющее воздействие и на размер прибыли, и на возможности расширения производства, и на то, останется ли фирма вообще на данном рынке или будет вынуждена покинуть его.

 Таким образом, отраслевое предложение как сумма рыночного предложения отдельных фирм зависит в конечном итоге от уровня издержек производства, а вид кривой предложения непосредственно связан с динамикой издержек.

**42. Механизм рынка несовершенной конкуренции.**

Рыночные структуры отличаются друг от друга по количеству и размерам действующих на данном рынке фирм, характеру производимой этими фирмами продукции, возможности входа на рынок новых фирм и выхода из него, а также доступностью информации, необходимой для принятия экономических решений.

Если хотя бы один из признаков совершенной конкуренции отсутствует, то такая рыночная структура называется **несовершенной конкуренцией**. Различают три основные вида несовершенной конкуренции:

1) **чистая монополия,** когда на рынке одна фирма является единственным продавцом товара или услуги и границы фирмы и отрасли совпадают;

2) **олигополия,** когда в отрасли существует небольшое число фирм;

**3) монополистическая конкуренция,** которая характеризуется наличием на рынке сравнительно большого числа фирм, производящих дифференцированную продукцию.

 .Независимо от типа рыночных структур необходимым условием их нормального функционирования является экономическая свобода, самостоятельность, независимость субъектов экономических отношений.

**Рыночные структуры несовершенной конкуренции**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Модели | Количество | Характер | Входные | Контроль |
| рынканесовершенной | фирм вотрасли | продукции | барьеры | над ценой |
| конкуренции |  |  |  |  |
| Чистая | Одна фирма | Однородная | Высокие | Полный |
| монополия | (отрасль | продукция, |  |  |
|  | представлена | не имеющая |  |  |
|  | Одной фирмой) | субститутов |  |  |
| Дуополия | Две фирмы | Однородная | Высокие | Частичный |
| Олигополия | Малое | Однородная или | Высокие | Частичный |
|  | количество фирм | с незначительной |  |  |
|  |  | дифференциацией |  |  |
| Монополистическая | Множество фирм | Разнородная | Низкие | Слабый |
| конкуренция |  | продукция |  |  |
| с дифференциацией |  |  |  |  |
| продукта |  |  |  |  |

**43. Национальная экономика: цели, результаты и их измерения.**

Понятие национальная экономика – исторически сложившаяся система общественного воспроизведения страны, взаимосвязанная система отраслей и видов производства, охватывающая сложившиеся в народном хозяйстве формы общественного разделения труда.

Основу национальной экономики составляют: предприятия, фирмы, организации, домашнее хозяйство.

 **Национальная экономика состоит из ряда сфер:**

1. материальное производство: промышленность, сельское хозяйство, строительство, транспорт, торговля, связь, сфера услуг. Предприятия материальной сферы группируются в два подразделения:

 а) производство средств производства грА-75%

 б) производство предметов потребления грБ-25%

1. не материальное производство: научные знания, информация, произведения искусств, услуги, наука, научное обслуживание, культура, здравоохранение, образование.
2. не производственная сфера: оборона, судебные и юридические органы, религиозные учреждения, различные общественные организации.

 **Цели национальной экономики:**

1. стабильные, высокие темпы роста национального объема производства.
2. стабильность цен (отсутствие инфляции).
3. высокий уровень занятости.
4. поддерживание внешне торгового баланса (экспорт=импорту).

 **Структура национальной экономики** –

Это устойчивые, количественные соотношения между различными ее составляющими частями.

Различают:

1. воспроизводимая структура.
2. социальная структура – означает деление ее на секторы в соответствии с формами собственности.
3. отраслевая структура.
4. территориальная структура – означает деление национальной экономики на экономические регионы (11 экономических районов, 89 субъектов федерации).
5. инфраструктура – включает отрасли обслуживающие производство (транспорт, энерго-водо-газоснабжение, связь).
6. структура внешней торговли.

**44. Инструменты макроэкономического**

 **регулирования.**

Цели макроэкономической политики реализуются путем **государственного регулирования.**

Выделим главные формы и методы вмешательства государства в экономику.

Прежде всего, важно различать две основные формы:

административные методы государственного регулирования через расширение государственной собственности на материальные ресурсы, управление государственными предприятиями, законотворчество,

 экономические методы государственного регулирования с помощью различных мер макроэкономической политики.

 Прямое вмешательство государства - это и принятие законодательных
актов, призванных упорядочить и развивать отношения между всеми элементами рыночной системы. Примеры государственного регулирования
экономики путем разработки законодательных актов необычайно разнообразны, например, принятие Гражданского кодекса. Налогового кодекса, законов против деловой ограничительной практики (антимонопольных законов) и т. п.

**Косвенное вмешательство** предполагает осуществление государственного регулирования посредством использования основных инструментов
государственной экономической политики, которыми являются налогово-бюджетная и кредитно-денежная политика

 При проведении макроэкономической политики важно помнить, что и
государство, и рынок - великие завоевания цивилизации. Рынок не может
нормально функционировать без государства, устанавливающего и поддерживающего «правила игры» в рыночном хозяйстве. Но существуют и
объективные пределы государственного вмешательства

**46. Экономические функции государства в**

 **рыночной экономике.**

1. обеспечение правовой основы функционирования рынка.

 а) определение прав частных предпринимателей.

 б) установление прав, ответственности и способов

 регулирования отношений владельцев частной.

 собственности, акционеров, членов кооперативов

 в) регулирование отношений между предприятием

 г) арбитр в области экономических отношений между

 субъектами рынка

1. защита конкуренции.

 а) обеспечивание антимонопольным законодательством и

 другими правовыми документами

 б) регулирование деятельности профсоюзов, корпораций с целью предотвращения монопольного сговора

 в) стимулирование развития конкуренции

1. перераспределение доходов

 а) уменьшение неравенства доходов

 б) обеспечение трансфертных платежей

 в) гарантия поддержки предпринимательства

 г) установление минимальной ставки заработной платы

1. стабилизационная экономика

 а) обеспечение максимального использования ресурсов

 б) стимулирование предпринимательства

 в) введение рациональной налоговой политике

 г) стабилизация денежно-финансовой сферы

 д) регулирование цен и тарифов

**Минимально и максимально допустимые границы вмешательства в рыночную экономику.**

 Минимально допустимые границы ограничиваются рамками обеспечения норм функционирования, в том числе, финансирования государственного сектора, национальной обороны, здравоохранения, образования, науки, культуры, государственного аппарата, обеспечение общественных благ государство должно проводить антимонопольную и антиинфляционную политики.

 Максимально допустимые пределы - вмешательство таких размеров и форм, которые не сбивают нормальной работы механизма рынка, т. е. граница разумного воздействия.

**47. Теоретические концепции регулирования**

 **национального производства.**

 В экономической теории сложились три концепции государственного вмешательства в рыночную экономику:

1. классическая концепция (А.Смитт, Д.Рикардо) она отражает теорию саморегулирования экономики характеризующую:

 а) не вмешательство государства в экономику, предоставления полной

 свободы действия в рыночном механизме. Государство – это

 ”ночной сторож”

 б) максимальные возможности развития свободной конкуренции

 в) обеспечение рыночного равновесия, через ценовой механизм

1. кейнсианская концепция – ее смысл в необходимости регулирования экономики, которая может осуществляться только государством.
2. институционно - социальная концепция – это реализация трех функций государства в экономической жизни общества:

 а) силовая

 б) экономическая

 в) социальная

Исторически обусловленная реализация этих функций государства должны обеспечить минимум отрицательных и максимум положительных внешних эффектов в хозяйственной жизни, дополняя полезными эффектами саму рыночную систему.

**54. Мультипликационный эффект.**

Дословно мультипликатор означает “множитель”. Суть эффекта мультипликатора в рыночной системе хозяйства состоит в следующем: увеличение инвестиций приводит к увеличению национального дохода общества, причем на величину большую, чем первоначальный рост инвестиций. Выражаясь образно, как камень, брошенный в воду, вызывает круги на воде, так и инвестиции, “брошенные” в экономику, вызывают цепную реакцию в виде роста дохода и занятости. Влияние инвестиций на рост национального дохода, используемого на потребление, связано с эффектом мультипликатора расходов.

Суть мультипликационного эффекта рассмотрим на условном цифровом примере. Допустим, первоначальный объем инвестиций (строительство новых предприятий, закупка оборудования, сырья и материалов, найм рабочих) равен 1000 дол. Все владельцы факторов производства, предоставившие ресурсы, получат свой доход. **Часть** своего заработка они предъявят в виде спроса на рынке потребительских товаров, например телевизоров. Другая часть дохода сберегается. Следовательно, у производителей телевизоров также увеличится их денежный доход. Часть его производители телевизоров тоже потратят на покупку потребительских товаров, например автомобилей. Другая же часть дохода ими также будет отложена в виде сбережений. Процесс начинает захватывать все новые и новые слои населения, которые, получив свои доходы, предъявят их в виде спроса на рынке потребительских товаров.

Возникает цепная реакция: первоначальные 1000 дол. в виде инвестиций вызовут рост совокупного спроса или потребляемого национального дохода более чем на 1000 дол., т.е. 1000 дол. нужно умножить на некий коэффициент. **Этот коэффициент и есть** **мультипликатор.** Как он определяется? С приростом дохода не вся его величина расходуется, а только часть. Другая же часть сберегается. В нашем примере 1000 дол. первоначальных инвестиций вызвала рост доходов на эту же сумму. Владельцы этих доходов часть из них израсходуют. Предположим, что предельная склонность к потреблению (МРС) составляет 0,8. Отсюда, из 1000 дол. только 800 дол. будет израсходовано, остальное будет сберегаться, поскольку МРS = 1 – МРС = 1 – 0,8 = 0,2. Последующий рост доходов приведет к тому, что из 800 дол. на потребление будет также направлено только 80%, следовательно, дальнейший прирост национального дохода, используемого на потребление, составит 800 Х 0,8 = 640 дол. Далее процесс будет распространяться на все более новые и новые слои населения. Каков же будет рост национального дохода, вызванный первоначальными инвестициями? Нужно сложить 1000 + 800 + 640 + т. д.

Теоретически понятие мультипликатора расходов помогает глубже уяснить проблемы равновесия, связанные с соответствием между инвестициями и сбережениями. Мультипликатор действует как в режиме расширения, так и сжатия национального дохода, в зависимости от расширения или сжатия инвестиций.

**55. Инфляционный и дефляционный тип нарушения макроэкономического нарушения.**

 **Инфляционный разрыв** наступает тогда, когда инвестиции превышают сбережения, соответствующие уровню полной занятости. Это означает, что предложение сбережений отстает от инвестиционных потребностей. Поскольку реальных возможностей увеличения инвестиций нет, размеры совокупного предложения вырасти не могут. Население большую часть дохода направляет на потребление. Спрос на товары и услуги растет, и в силу эффекта мультипликации нарастающий спрос давит на цены в сторону их инфляционного повышения.

**Дефляционный разрыв** наступает тогда, когда сбережения, соответствующие уровни полной занятости, превышают потребности в инвестировании. В этой ситуации текущие расходы на товары и услуги низкие, так как население предпочитает большую часть дохода сберегать. Это сопровождается спадом промышленного производства и понижением уровня занятости. А вступающий в силу эффект мультипликации приведет к тому, что сокращение занятости в той или иной сфере производства повлечет за собой вторичное и последующее сокращение занятости и доходов в экономике страны.

Эффекты инфляционного и дефляционного разрывов представлены на графике. Исходя из того, что национальный доход (НД) равен величине национального продукта (ВВП), а последний и есть совокупное предложение (АS). По мере роста национального дохода растет и совокупное предложение, что и отражает биссектриса (линия 45°).

Рис. 20. Эффекты инфляционного и дефляционного разрывов

Совокупный спрос (АD) – это уже известная нам линия С + I, т.е. национальный доход, используемый на инвестиционное и личное потребление. Точка Е, т.е. пересечение совокупных спроса и предложения и покажет нам уровень равновесия национального дохода – величину ON.

Но дело в том, что уровень полной занятости не обязательно совпадает с уровнем равновесия национального дохода (ОN). Линия F – линия полной занятости, может проходить и слева и справа от точки Е.

Когда уровень национального дохода, соответствующий полной занятости, составляет ОF1, совокупный спрос превышает совокупное предложение. Стрелкой показан инфляционный разрыв (ИР). Когда же НД, составляющий величину ОF2, превосходит уровень равновесия ОN, совокупное предложение будет больше совокупного спроса – стрелкой показан дефляционный разрыв (ДР.).

И, наконец, следует подчеркнуть, что эффект мультипликатора расходов может проявить себя не вообще в абстрактно взятой экономике, а лишь в условиях экономики неполной занятости ресурсов, поскольку при полной занятости неоткуда будет черпать дополнительные рабочие руки и производственные мощности.

**56. Деньги, их сущность, функции, структура**

 **денежного предложения.**

 **Сущность денег.**

**Деньги** – это особый товар, служащий всеобщим эквивалентом, сущность проявляется в их функциях.

**Классическая политэкономия выделяет:**

1. мера стоимости
2. средство обращения
3. средство платежа
4. средство накопления
5. мировые деньги

**Современная экономическая наука выделяет:**

1. мера стоимости
2. средство обращения.

Деньги в качестве средства обращения выступают в форме монет и бумажных денег. Бумажные деньги не имеют собственной стоимости поэтому не выполняют функцию золота. Количество бумажных денег, находящихся в обращении, должно соответствовать количеству золота необходимого для обращения. Если бумажных денег больше золота, то они обесцениваются, цены на товар повышаются, появляется инфляция. Бумажные деньги не могут быть сокровищем, т.к. не имеют собственной стоимости, но выступают средством накопления.

 **Виды денег:**

1. металлические деньги (слитки, монеты)
2. бумажные деньги – специфика в том, что они не имеют внутренней стоимости и платежная сила придается законодательно
3. товарные деньги – системы, основанные на подобного рода товаров называются системами золотого стандарта
4. кредитные деньги – электронные деньги, кредитные карточки
5. международные деньги (доллар)

Кредитную массу называют квазиденьгами.

Квазиденьги – это ликвидные активы, которые могут быть быстро обращены в деньги, при очень не большом риске их потерь они обладают способностью приносить их держателям определенный доход (срочные вклады в коммерческих банках, сбербанках, долги и обязательства государственных финансовых учреждений).

 **Функции денег:**

1. как средство платежа.

Средство осуществления платежей:

а) передача денежных знаков одного лица другому

б) посредством записи на счета банка

в) документами, удостоверяющими задолженность одного лица

 другому

В связи с этим выделяют платежные средства:

 а) наличность

 б) жиро деньги

 в) долговые деньги

1. как средство счета, т.е. мера ценности благ
2. как средство сохранения ценности

Сохранение ценности в виде наличных денег имеет ряд преимуществ:

 а) определенность, т.е. быстрое конвертируемость денег в другое

 имущество

 б) передоваемость, т.е. передача денег не сопровождается потерей

 их стоимости.

Эти два свойства образуют понятие ликвидности.

Деньги наиболее ликвидная форма сохранения ценности

**59. Денежный рынок. Спрос и предложение денег**.

 **Спрос на деньги.**

Под спросом на деньги понимается желание экономических субъектов иметь в своем бюджете определенное количество платежных средств.

Хранение денег в виде наличности связанно с издержками. Они равны ставке банковского процента, которую можно было получить положив деньги в банк.

Кейнс выделил три мотива порождения спроса на деньги:

1. тансакционный, т. е. деньги для сделок
2. мотив предосторожности
3. спекулятивный, т. е. спрос на деньги, как на имущество, а не платежное средство

 **Функция спроса на деньги выглядит:**

M = M (y, i) i

M – денежная масса

y, i – доход в %

 M

 M

 **Равновесие на денежном рынке.**

M = M M = M (M; i)

M - денежная база

На денежном рынке равновесие определяется исходя из трех компонентов:

1. денежная база
2. ставка процента
3. доход

 i

 M

 i

 M

 0

 M M

Равновесие на денежном рынке можно представить при помощи линии LM.

 i LM

 i E

 y y

Точки лежащие выше линии LM – избыток, а точки ниже – дефицит.

Кривая LM показывает, как должен изменится доход при изменении ставки процента, чтобы на денежном рынке сохранилось равновесие.

**61. Цели и инструменты кредитно-денежной**

 **политики.**

 **Кредитно-денежная (монетарная) политика** представляет собой комплекс взаимосвязанных мероприятий, предпринимаемых Центральным
банком в целях регулирования деловой активности путем планируемого
воздействия на состояние кредита и денежного обращения.

Центральный банк играет ключевую роль в проведении кредитно-денежной политики. Тем самым, он стремиться обеспечить благоприятные условия для экономического роста и преследует конкретные цели: регулирование темпов экономического роста, смягчение циклических колебаний, сдерживание инфляции, достижение сбалансированности внешнеэкономических связей.

 Важнейшими инструментами кредитно-денежной политики Центрального банка являются: **операции на открытом рынке; учетно-процентная
(дисконтная) политика; регулирование обязательной нормы банковского резервирования.**

 **Операции на открытом рынке** являются важнейшим направлением
кредитно-денежной политики Центрального банка во многих странах с
рыночной экономикой. Суть этих операций, воздействующих на предложение денег, - покупка или продажа государственных долговых ценных бумаг.

**Учетно-процентная (дисконтная) политика** заключается в регулировании величины учетной процентной ставки (дисконта), по которой коммерческие банки могут заимствовать денежные средства у Центрального банка. В России эта процентная ставка называется ставкой рефинансирования коммерческих банков. Кроме того, используется ломбарднаяставка*,* представляющая собой процентную ставку, по которой Центральный банк кредитует коммерческие банки под залог их собственных долговых обязательств.

Центральный банк также имеет возможность непосредственно воздействовать на величину банковских резервов путем регулирования **обязательной нормы банковского резервирования.** Этот инструмент позволяет гибко и оперативно влиять на финансовую ситуацию и проводить необходимую кредитно-денежную политику. Норма банковского резервирования устанавливается Центральным банком и может колебаться от 3% до 20% в зависимости от экономической конъюнктуры.
 Следует выделить две разновидности кредитно-денежной политики. Во-
первых, **мягкую кредитно-денежную политику** (ее называют политикой
«дешевых денег»), когда Центральный банк:

а) покупает ценные государственные бумаги на открытом рынке, пере-
водя деньги в оплату за них на счета населения и в резервы банков. Это
обеспечивает расширение возможностей кредитования коммерческими банками и увеличивает денежную массу.

б) снижает учетную ставку процента, что позволяет коммерческим банкам увеличить объем заимствований и расширить объем кредитования своих клиентов по пониженным процентным ставкам. Это увеличивает денежную массу.

в) снижает обязательную норму банковского резервирования, что ведет
к росту денежного мультипликатора и расширению возможностей кредитования экономики.

Следовательно, мягкая кредитно-денежная политика направлена на стимулирование экономики через рост денежной массы и снижение процентных, ставок.

 Во-вторых, **жесткую кредитно-денежную политику** (ее называют политикой «дорогих денег»), когда Центральный банк:

а) продает ценные государственные бумаги на открытом рынке, что вызывает сокращение резервов коммерческих банков и текущих счетов населения,
уплачивающих за эти ценные бумаги. Это ведет к сокращению возможностей
кредитования коммерческими банками и сокращает денежную массу.

б) повышает учетную ставку процента, что вынуждает коммерческие
банки прекратить объем заимствований у Центрального банка и повысить процентные ставки по своим кредитам. Это сдерживает рост денежной массы.

в) повышает обязательную норму банковского резервирования, что снижает денежный мультипликатор и ограничивает рост денежной массы.

Следовательно, жесткая кредитно-денежная политика носит рестриктивный (ограничительный), характер, сдерживает рост денежной массы и может использоваться для противодействия инфляции.

На практике правительство и Центральные банки промышленно развитых стран используют преимущественно гибкую монетарную политику, хотя в периоды повышения темпов инфляции (1970-е гг.) приоритет отдавался весьма жесткой кредитно-денежной политике, хотя и не оформленной в виде монетарного правила. В конце 1980-х - начале 1990-х гг., в связи с тем, что
спрос на деньги становился все более нестабильным и связь между темпами денежного предложения и темпами инфляции — менее предсказуемой, Центральные банки вновь стали отдавать предпочтение контролю над
ставкой процента.

**62. Механизм воздействия монетарной политики на объемы национального производства.**

# Суть монетарной политики состоит в воздействии на экономическую коньюктуру посредством изменения количества находящихся в обращении денег (осуществляет Центральный банк).

Инструменты монетарной политики:

1. прямой инструмент – прямое регулирование ставки процента, лимиты кредитования
2. косвенный инструмент – изменение норм обязательных резервов, изменение учетной ставки или ставки рефинансирования, операции на открытом рынке

Нормы обязательного резерва – это часть суммы депозитов, которую коммерческие банки должны хранить в Центральном банке. Чем выше устанавливает ЦБ норму резервов, тем меньше доля средств может быть использована коммерческими банками для активных операций. Таким образом, ЦБ оказывает воздействие на динамику денежного предложения.

 Учетная ставка или ставка рефинансирования – это ставка по которой ЦБ выдает кредиты коммерческим банкам. Если учетная ставка повышается, то объем заимствований снижается, а, следовательно, уменьшаются операции коммерческих банков по предоставлению ссуд.

Операция на открытом рынке – предлагает куплю-продажу ЦБ ценных государственных бумаг. Такие операции проводятся с развитым рынком ценных бумаг.

Если национальная экономика столкнулась с ростом безработицы, то ЦБ необходимо прибегнуть к политике “дешевых денег”. Для этого проводятся следующие действия:

1. покупка государственных облигаций у банков и частных лиц
2. понижение резервной нормы
3. уменьшение учетной ставки

В результате: сбивается реальная ставка процентов, поднимается уровень инвестиций, повышается экономическая эффективность.

Если существует проблема инфляций, то ЦБ прибегает к политике “дорогих денег”, т.е. к снижению их предложения и сокращению совокупных расходов. Принимаются меры обратные политике “дешевых денег”.

**63. Инфляция: сущность, критерии**

 **классификации, типы.**

Инфляция – это повышение общего уровня цен на товары и факторы производства.

 **Причины инфляции:**

1. рост цен может быть связан с превышением спроса над превышением товара (С>П).

Однако такой рост цен связан с диспропорцией между спросом и предложением на отдельном товарном рынке – это еще не инфляция.

Инфляция – это повышение общего уровня цен в стране, которая возникает в связи с длительным не равновесием на большом рынке в пользу спроса, т. е. это дисбаланс между совокупным спросом и совокупным предложением.

1. цены могут возрасти в результате опережения роста заработной платы над производством труда. Инфляция издержек ведет к повышению уровня цен.
2. открытость экономики и втягивание ее в мирохозяйственные связи, увеличивая опасность импортируемой инфляции.
3. инфляция приобретает самоподдерживающий характер в результате инфляционных ожиданий.

 **Типы инфляций:**

1. инфляция спроса
2. инфляция издержек. Инфляция может возникнуть в результате уменьшения совокупного предложения.
3. инфляция прибыли
4. инфляция заработной платы

 **Виды инфляции:**

1. инфляция может быть ползучей – она может быть эффективной для экономического роста цен до 10% в год. Она позволяет корректировать цены, применительные к изменяющимся условиям производства и спроса.
2. галопирующая инфляция – рост от 20% до 200%
3. гиперинфляция ­– астрономический рост количества денег в обращении и уровня товарных цен до 2000% - 3000%

В 1992 году рост цен – 2500% , в Никарагуа 33000%. По росту цен, по различным товарным группам различают сбалансированные инфляции и не сбалансированные, а по степени предсказуемости ожидаемые и не ожидаемые. Существует понятие открытые и закрытые инфляции.

 **Пути преодоления инфляции:**

1. преодоление спада промышленности, т. е. государство должно разработать серию мер, включая субсидии, способность поддержания, как процесс денежного накопления у предпринимателя, так и платежеспособность, спрос населения
2. демонополизация и создание условий для здоровой конкуренции
3. стимулирование инвестиций.

**64. Причины и источники инфляции.**

Экономической теории удалось раскрыть механизм порождающий инфляцию (которая практически присуща всем странам мира)

**Первая причина** состоит в том, что современное денежное обращение осуществляется "бумажными" знаками, прервавшими всякую связь с золотом В эпоху "золотых денег" их избыток преодолевался "уходом" золота из сферы обращения в сферу накопления. А вот бумажные деньги, которые являются только средством обращения копить подобно золоту, бессмысленно Но, в отличие от золотых денег, бумажным просто некуда уйти. сфера обращения - их единственная обитель.

Более того, возникает "замкнутый инфляционный бег": рост цен требует для обращения еще большего количества денежных знаков, а новая их порция ведет к новому росту цен, вновь требуя роста денежной массы, и т. д.

Таким образом, первая причина инфляции в "бумажной" природе современного денежного обращения, поскольку снят ограничитель эмиссии бумажных денег в виде определенного законом размера их золотого обеспечения.

**Вторая причина** - это постоянный рост расходов цивилизованного государства на финансирование общенациональных экономических и социальных программ (оборонная система, помощь безработным, поддержка малообеспеченных, затраты на науку, образование, экологию и т. д).

Обе названные выше причины инфляции объединяются под названием "инфляция спроса"*,* т.к. это – потребность в дополнительных деньгах со стороны спроса, покупателей.

**Третья причина** инфляции - спрос на деньги со стороны производителей (поэтому она получила название "инфляция издержек"). Дело в том, что в структуре расходов постиндустриального производства основное место занимает "зарплата", и чем цивилизованнее общество, тем выше её размер. Рост цен на товары начинает раскручивать спираль "цены - зарплата": чем выше цены, тем выше должна быть зарплата, а чем выше зарплата, тем выше издержки производства (и цены производственных товаров). В этом смысле и говорят об "инфляции издержек".

**65. Социально-экономические последствия**

 **инфляции.**

 **Социально-экономические последствия инфляции:**

* Инфляция искажает относительные цены, что деформирует факторное
распределение доходов и размещение ресурсов, а также снижает эффективность производства и дальнейшего распределения по всей воспроизводственной цепочке. В том числе, инфляция нарушает распределение национального дохода между трудом и капиталом в пользу капитала. Действительно, чем выше темпы инфляции, тем ниже реальная заработная плата, тем меньшей частью национального продукта вознаграждается фактор труда по отношению к фактору капитала, т. е., при ускорении темпов инфляции доля труда в национальном доходе сокращается.
* Инфляция перераспределяет имуществоот кредиторов к должникам.
Долги в условиях инфляции возвращаются подешевевшими деньгами: при неравномерном росте цен невозможно застраховать ссужаемый капитал, так как невозможно точно рассчитать будущий темп инфляции.
* Инфляция нарушает пропорции распределения национального дохода
между частным сектором и государством в пользу последнего. Реализуя монопольное право на эмиссию, например, в целях покрытия бюджетного дефицита, государство расширяет денежное предложение, повышая темпы инфляции. Покупательная способность населения снижается и оно недопотребляет часть национального продукта. Покупательная способность государства, наоборот, вырастает на перераспределенную в его пользу денежную сумму
* Инфляция перераспределяет национальный доход между получателя-
ми трансфертных платежей и участниками производства в пользу последних. Факторный доход участников производства, получаемый в денежной форме, растет пропорционально инфляционному повышению цен. Напротив, номинальный доход в виде пенсий, пособий и других трансфертных выплат не привязан к изменению цен (в период между индексациями) и его покупательная способность уменьшается быстрее, чем реальный доход участников производства, который при не слишком высокой инфляции может остаться неизменным.

**66. Система антиинфляционных мер.**

 **Антиинфляционная политика в России.**

 Очень важным условием антиинфляционной политики является независимость правительства от групп давления: антиинфляционные меры нужно проводить последовательно и взвешенно. Нарушение алгоритма антиинфляционной борьбы в угоду группам интересов приводит к прямо противоположным результатам.

 Итак, основной принцип борьбы с инфляцией - уничтожение ее источников. Необходимо иметь в виду, что временные лаги в принятии политических решений и их лоббирование - это причины монетарного раскручивания инфляции, так как они ведут к неэффективности бюджетных расходов, разбуханию денежной массы и, в конечном итоге, к искажению ценового сигнала. Инерционность производства, связанная с эффектом акселератора, дискретность и неравномерность появления и внедрения новых технологий, скачкообразное развитие экономической системы — это объективные причины немонетарного искажения ценового сигнала в долгосрочном плане. Следовательно, если существуют объективные причины возникновения инфляции, то полностью это явление не устранимо. По-
этому наиболее реалистичной целью антиинфляционной политики является не абсолютное уничтожение инфляции, а снижение инфляционного накала и поддержание ее темпов на стабильно низком и, подчеркнем еще раз, предсказуемом уровне.

 **Пути преодоления инфляции:**

1. преодоление спада промышленности, т. е. государство должно разработать серию мер, включая субсидии, способность поддержания, как процесс.

2. денежного накопления у предпринимателя, так и платежеспособность, спрос населения.

3. демонополизация и создание условий для здоровой конкуренции

стимулирование инвестиций.

**67. Фискальная политика государства.**

 **Специфика ее проведения в России.**

**Фискальная политика** подразумевает воздействие государства на экономическую коньюктуру по средством изменения объема государственных расходов и налогообложения.

К фискальной политике относятся только такие монепуляции государственном бюджетом, которые не сопровождаются изменением количества, находящихся в обращении, денег.

Налог – обязательный сбор с физических и юридических лиц.

**Налоги делят на:**

1. прямые (налог на прибыль, на имущество)
2. косвенные (на добавленную стоимость)

**В России трех уровневая система налогообложения:**

1. федеральный налог
2. налог субъектов федерации
3. местные налоги

## Налоги условно можно разделить на три вида

1. пропорциональные (которые изменяются пропорционально росту дохода)
2. регрессивные (величена налога растет медленнее по сравнению с доходами и имуществом)
3. прогрессивные (налоги растут быстрее, чем доходы и имущество)

стабилизирующее воздействие на экономику оказывает не только определенная фискальная политика, но и автоматические стабилизаторы.это факторы функционирования рыночной экономики, которые не зависимы от текущих решений правительства, во время спада увеличиваются притоки, а во время подъема увеличиваются оттоки.

Пример: Прогрессивная школа налогообложения, системы пособия по безработицы.

Различают следующие виды бюджетных налогов или фискальной политики:

1. стимулирующая – в краткосрочном периоде имеет целью преодоление циклического спада и предлагает увеличение государственных расходов и снижение налогов
2. сдерживающая – ограничение циклического подъема экономики и соответственно снижение государственных расходов и увеличение налогов.

**68. Налогообложения: принципы и формы.**

 По способу изъятия налоги подразделяются на **прямые и косвенные.
Прямые налоги** взимаются с непосредственного владельца объекта налогообложения. Среди этого вида налогов наиболее известен подоходный налог

**Косвенные налоги,** в отличие от прямых, уплачиваются конечным потребителем облагаемого налогом товара, а продавцы играют роль агентов
по переводу полученных ими в счет уплаты налога средств государству.
По характеру начисления на объект обложения налоги и, соответственно, налоговые системы подразделяются на **прогрессивные, регрессивные
и пропорциональные.**

 При прогрессивном налогообложении ставки налога увеличиваются по мере роста объекта налога. Другими словами, владелец большего дохода
платит не только большую сумму в абсолютном выражении, но и в относительном по сравнению с владельцем меньшего дохода.

 **Регрессивный налог** — это налог, который в денежном выражении равен для всех плательщиков, т. е. составляет большую часть низкого дохода и меньшую часть высокого дохода.

 **Пропорциональный налог** - это налог, при котором налоговая ставка остается неизменной, независимо от стоимости объекта обложения. К такого рода налогам, в частности, относятся налоги на имущество предприятий и физических лиц.

Подходы к проблеме справедливости и эффективности распределения налогового бремени нашли свое отражение в **принципах налогообложения**

 По **принципу получаемых благ** физические и юридические лица должны уплачивать налог пропорционально тем выгодам, которые они получили от государства. Наиболее характерным примером его применения является налог на бензин, уплачиваемый авто владельцами, средства от которого идут на поддержание дорог в хорошем состоянии.

**Принцип платежеспособности** предусматривает, что тяжесть налогового бремени должна зависеть от размера получаемого дохода, причем владелец более высокого дохода должен платить не только абсолютно, но и относительно более высокие налоги. В основе этого принципа лежит анализ предельной полезности каждой дополнительной единицы получаемого дохода.

Рассматривая вопросы налогообложения, мы неоднократно подчеркивали определяющую роль налогов в формировании доходов государства. В этом проявляется их собственно **фискальная функция** (пополнение доходов казны). Однако, помимо задачи обеспечения финансирования государства, налоги могут существенно влиять как на структуру национальной экономики, так и на экономическое поведение людей. Эту функцию налогов
принято называть **регулирующей.**

**69. Экономические результаты введения налогов.**

 **Кривая Лаффера.**

Налоги – это обязательны платежи, взимаемые государством с физических и юридических лиц (изъятие средств без встречной услуги).

Налоги устанавливает только государство. Налог не является добровольным, имеет целевое назначение, покрытие государственных расходов. Налог является безвозмездным. Налоги важный экономический инструмент регулирования производства и обеспечения социальных гарантий. Через налоговую систему создаются благоприятные условия подъема деловой активности.

 **Функции налогов:**

1. фискальная
2. перераспределительная – перераспределение доходов между богатыми и бедными
3. стимулирующая – способствует ускорению ИТП. Для проведения ИНР в Европе – 2% ВНП, США - 2,8%,Япония – 3%, Россия менее 1%
4. регулирующая, т. е. регулирует условия производства и реализацию товаров.

Если до первой мировой войны отношение суммы налогов и всех видов платежей к ВВП составляло от 10% до 15%.

 **Виды налогов:**

1. прямые: подоходный налог, налог на прибыль, на имущество
2. косвенные – включают НДС, акцизы, таможенные пошлины
3. основные: подоходный налог (12% ВНП), НДС (6% ВНП), налог на прибыль (3% ВНП)
4. дополнительные налоги: налог на имущество, наследство
5. прогрессивный
6. регрессивный

Если налог взимается в виде процента от стоимости объекта налогообложения, то его называют адвалорный.

 **Кривая Лаффера.**

История собирания налогов привела к познанию зависимости налоговых поступлений от величены налоговой ставки. Была описана Лаффером. На основе анализа статистических данных он доказал что увеличение государственных доходов за счет роста налоговых ставок не всегда возможно, что чрезмерное налоговое бремя ведет к обратному результату. Данное явление – эффект Лаффера, а кривая отражает зависимость кривой Лаффера.

ставка 80

налога 60

 40

 20

 налогооблагаемая база

**70. Налогообложение в России.**

 **Основные формы налогов.**

 По способу изъятия налоги подразделяются на **прямые и косвенные.
Прямые налоги** взимаются с непосредственного владельца объекта налогообложения. Среди этого вида налогов наиболее известен подоходный налог

**Косвенные налоги,** в отличие от прямых, уплачиваются конечным потребителем облагаемого налогом товара, а продавцы играют роль агентов
по переводу полученных ими в счет уплаты налога средств государству.
По характеру начисления на объект обложения налоги и, соответственно, налоговые системы подразделяются на **прогрессивные, регрессивные
и пропорциональные.**

 При прогрессивном налогообложении ставки налога увеличиваются по мере роста объекта налога. Другими словами, владелец большего дохода
платит не только большую сумму в абсолютном выражении, но и в относительном по сравнению с владельцем меньшего дохода.

 **Регрессивный налог** — это налог, который в денежном выражении равен для всех плательщиков, т. е. составляет большую часть низкого дохода и меньшую часть высокого дохода.

 **Пропорциональный налог** - это налог, при котором налоговая ставка остается неизменной, независимо от стоимости объекта обложения. К такого рода налогам, в частности, относятся налоги на имущество предприятий и физических лиц.

**Система налогообложения в России,** закрепляемая Налоговым Кодексом, представляет собой три уровня: федеральный, региональный и местный. Конкретные виды налогов и сборов в разбивке по уровням представлены в таблице.

|  |  |
| --- | --- |
| Уровень | Наименование налога (сбора) |
| Федеральный (16 видов) | Налог на добавленную стоимость, акцизы, налог на прибыльорганизаций, налог на доходы от капитала, подоходный налог с физических лиц, взносы в государственные социальные внебюджетные фонды, государственная пошлина, таможенная пошлина и таможенные сборы, налог на пользование недрами, налог на воспроизводство минерально-сырьевой базы, налог на дополнительный доход от добычи углеводородов, сбор за право пользования объектами животного мира и водными биологическими ресурсами, лесной налог, водный налог, экологический налог, федеральные лицензионные сборы. |
| Региональный (7 видов) | Налог на имущество организаций, налог на недвижимость, дорожный и транспортный налоги, налог с продаж, налог на игорный бизнес и региональные лицензионные сборы. |
| Местный (5 видов) | Земельный налог, налог на имущество физических лиц, налог на рекламу, налог на наследование или дарение и местныелицензионные сборы. |

Таким образом. Налоговый Кодекс РФ закрепляет 28 видов налогов и
сборов. На сегодняшний день количество налогов остается в России достаточно большим, что существенно усложняет порядок их исчисления и уплаты.

**71. Бюджетный дефицит: сущность, причины.**

 **Варианты балансирования государственного**

 **бюджета.**

**Государственный бюджет** – это текущее денежные и имущественные переводы от частного сектора государству. Это предположительное исчисление ожидаемых доходов и расходов государства, составляемые на определенный срок.

 **Задачи государственных доходов:**

1. формирование финансового фонда, задачей которого является макроэкономика и социальное регулирование
2. создание регулирующего эффекта за счет самой техники изъятия

 **Виды государственных доходов:**

Налоги + таможенные пошлины + не налоговые доходы (от приватизации, от внешнеэкономической деятельности, реализация государственных запасов ).

 **Расходы государственного бюджета:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Расходы на политические цели | Расходы на экономические цели | Расходы на социальные цели |
| Оборона | Финансирование производственного сектора экономики | Социальное обеспечение |
| Правоохранительныеорганы | Финансирование науки | Образование и культура |
| Государственное управление | Обслуживание государственного долга | Здравоохранение |
| Помощь иностранным государствам |  |  |

**Бюджетный дефицит** – это величена превышения расходов бюджета над его доходами.

**Бюджетный профецит** – величена превышения доходов над расходами.

**Не сбалансированность бюджета** – это равенство между доходами и расходами.

**Государственный долг** – общая сумма дефицита, накопленная за все годы.

.**73. Рынок ценных бумаг. Особенности его формирования в России.**

**Рынок ценных бумаг подразделяется на:**

1. первичный – он связан с первичным размещением ценных бумаг среди их первых владельцев. На этом этапе происходит конструирование выпуска и подготовка проекта эмиссии, где всего три раздела:

 1) основные данные об элементе

 2) данные о финансовом положении предприятия

 3) сведения о предстоящем выпуске

 И затем происходит размещение акций перодержателя.

1. вторичный – занимает продажа и перепродажа уже выпущенных в обращение ценных бумаг АО. Это перепродажа может осуществляться как на биржевом, организационном рынке, так и на вне биржевом рынке.

 Для того, чтобы рынок ценных бумаг мог эффективно выполнятьсвои функции, государство осуществляет регулирование деятельности эмитентов и инвесторов.

**Государственное регулирование обеспечивается путем:**

 а) установления обязательных требований к деятельности эмитентов и профессиональных участников РЦБ;

б) регистрации выпусков ценных бумаг и контроля за соблюдением условий эмиссии;

в) лицензированием деятельности профессиональных участников РЦБ;

г) создания системы защиты прав владельцев ценных бумаг.

Ведущую роль в области государственного регулирования РЦБ в России
занимаетФедеральная комиссия по рынку ценных бумаг (ФКЦБ). На
нее возложен контроль за деятельностью профессиональных участников
РЦБ и определением стандартов эмиссии ценных негосударственных бумаг.
Контроль за функционированием банковских и кредитных учреждений осуществляет Центральный Банк РФ.

**74. Основные виды ценных бумаг.**

 **Практика их использования в России.**

**Ценные бумаги** представляют собой документы, имеющие юридическую силу и удостоверяющие право владельца на некоторую сумму денежных средств или на определенную долю имущества юридического лиц, выпустившего ценные бумаги. При всем многообразии ценных бумаг их условно можно **разделить на два класса:**

1. основные (акция, облигации)
2. вспомогательные (вексель, чеки, сертификаты, варанты, опцион, фьючерс)

**Акция** – ценная бумага, выпускаемая АО, которая удостоверяет о внесение вклада в капитал общества и дает ее владельцу право на получении дохода в виде дивиденда.

Акции выпускают в трех случаях:

1. при создании нового предприятия
2. при преобразования государственного предприятия в АО
3. при увеличении уставного фонда уже действующего АО

**Облигация** – долговая ценная бумага выпускаемая заемщиками и гарантирующая кредитору возврат по истечении срока суммы долга и выплаты процентов.

Виды облигаций:

1. закладная
2. без закладная
3. конвертируемая
4. именная
5. на предъявителя

**Депозитный сертификат** – ценная бумага имитируется коммерческим банком, свидетельствует о вкладе денежных средств в предприятие и дает право на получение сумм депозита и процента по нему.

**Вексель** – ценная бумага удостоверяющая безусловные денежные обязательства векселя держателя уплатить по наступлению срока определенной суммы денег владельцу векселя.

**Чек** – письменное поручение чекодателя банку уплатить чекополучателю указанную в нем сумму денег.

**Опцион** – производственная ценная бумага, которая обеспечивает ее держателю право на покупку или продажу другой ценной бумаги в будущем по цене согласованной в момент сделки.

**Фьючерс** – срочный контроль на покупку или продажу финансового инструмента в будущем по цене установленной в момент заключения сделки. Позволяет страховать сделку.

**Варанг** – свидетельство, выдаваемое владельцу товара при сдаче его на склад.

**Коносамент** – документ стандарта фирмы, применяемый в международной политике на перевоз груза, который удостоверяет его погрузку, перевоз и право на получение.

**76. Государственное регулирование**

 **внешнеэкономических связей.**

Несмотря на то, что свободная торговля приводит к возрастанию экономического благосостояния всех стран - как экспортеров, так и импортеров, — на практике международная торговля практически нигде и никогда не развивалась действительно свободно без вмешательства государства. История международной торговли одновременно представляет собой и историю развития и совершенствованияпротекционизма - государственной политики ограничения внешней торговли в целях защиты внутреннего рынка от иностранной конкуренции. в современных условиях национальная экономика становится все более открытой, и государство должно учитывать в своей политике тесную взаимосвязь процессов, происходящих внутри экономики и в сфере внешнеэкономических связей. внешнеторговая политика по-прежнему остается одним из основных направлений государственного регулирования экономики.

Инструменты, используемые государством для регулирования международной торговли, можно разделить на **тарифные** (основанные на использовании таможенного тарифа) и **нетарифные** (квоты, лицензии, субсидии, демпинг и т. д.).

**Существует две системы внешнеторговой политики:**

1. протекционизм – характеризуется введением высоких таможенных пошлин на импортные товары
2. свободная торговля – это свободный, без пошлинный или облагаемый лишь незначительными пошлинами ввоз товара.

**Причины ограничения международной торговли:**

1. защита отраслей связанных с национальной обороной
2. защита новых отраслей, диверсификация (разнообразие)
3. защита от конкуренции более дешевой иностранной рабочей силы
4. ответные меры на ограничение торговли нашими товарами
5. доходы (для развивающихся стран)
6. второстепенные аргументы (образ жизни, предметы роскоши).