1. **Предмет и метод экономической теории.**

*Предмет.* Экономическая теория – это исследование отношений между людьми по поводу производства, обмена, распределения и потребления матер. благ и услуг в результате эффективного использования редких ресурсов для удовлетворения безгранич. потребностей.

**Предмет эк. теории** м. хар-зовать как исследование поведения людей в процессе произ-ва, распределения, обмена и потребления материал. благ и услуг в мире ограниченных ресурсов. Т.е. потребности в своем развитии безграничны, а ресурсы ограничены. Поэтому абсолютное материальное изобилие невозможно. Эк. наука состоит из 2ух крупных разделов:

1. микроэкономика – она изучает эк.процессы и явления, к-е протекают на уровне фирм, п/п; она изучает эк.поведение потребителей; она исследует механизмы рынка, используя анализ спроса, предложения, равновесия рынка и т.д.
2. макроэкономика – она изучает явления и процессы в целом, по всему нар. хоз-ву, т.е. она изучает проблемы эк. роста, безработицы, инфляции, гос. регулирования эк-ки, а также проблемы международных связей.

***Методы****.* Осн. задача теор. эк. дать не просто описание эк. явл., а показать их взаимосвязь и взаимообусловленность, т.е. раскрыть систему эк. явлений, процессов и законов. Теоретическая эк. исп. широкий спектр методов научного познания - метод научной абстракции, отвлечение от второстепенных сторон явлений, чтобы выявить то, что в них существенно и постоянно повторяется. Применяются также такие методы как: анализ и синтез, индукция и дедукция, исторические и логические, экономико-математическое моделирование и экономический эксперимент. Анализ - это мысленное расчленение изучаемого явления на его составные части. Путем синтеза воссоздается единая целостная картина. Посредством индукции обеспечивается переход от изучения единичных факторов к общим положениям. Дедукция делает возможным переход от наиболее общих выводов к более частным

Используя исторический метод, эк. теория исследует хозяйственные процессы и явления в той последовательности, в которой они возникали, развивались и сменялись другими. Логический метод позволяет применить законы и формы правильного мышления. Он служит непременным условием достижения истинности высказываемых положений и выводов. Использование логического метода помогает установлению и пониманию причинно-следственных зависимостей в экономике.

***Функции экономической теории***: 1. Познавательная функция – она призвана изучать и объяснять экономические процессы. 2. Практическая функция – экономическая теория является жизненно важной дисциплиной, она имеет практическое значение для бизнеса. 3. Методологическая функция – экономическая теория является теоретическим и методологическим фундаментом целого ряда дисциплин – кредита, маркетинга, менеджемента и т.д. Призвана определять методы, средства и научные инструменты для исследования работ в смежных дисциплинах.

1. ***Ограниченность и выбор*** - основные понятия экономической науки. Желания и потребности человека бесконечны, в то время как ресурсы для производства товаров и, следовательно, сами товары имеются в ограниченном объеме. . В эк. теории ресурсы принято делить на четыре группы:1). **природные** - потенциально пригодные для применения в произ-ве естеств.силы и вещества, среди к-х различают "неисчерпаемые" и "исчерпаемые"; 2). **материальные** - все созданные ч-ком средства произ-ва, к-е сами яв-ся результатом произ-ва; 3). **трудовые** - население в трудоспособном возрасте, к-е оценивают по 3ем параметрам: соц. - демографическому, профессионально-квалификационному, культурно- образовательному; 4). **финансовые** – денеж. средства, к-е общество в состоянии выделить на организацию произ-ва. На практике в произ-во вовлечена только часть ресурсов. Эти реально вовлеченные в процесс произ-ва ресурсы носят название факторов произ-ва. К числу ресурсов или факторов производства относятся земля и ее недра, труд, капитал, предпринимательский талант и информация.

Закон ограниченности означает, что для отдельного человека и общества в целом количество благ ограничено. Свободные (бесплатные) блага существуют лишь в том случае, если они присутствют в изобилии и возможно удовлетворение потребностей всех, кто хочет их удовлетворить.

И все решения этих проблем базируются на двух фундаментальных экономических аксиомах: потребности общества безграничны; ресурсы общества ограничены или редки.

В каждый данный момент времени количество любых ресурсов представляет собой фиксированную величину, т.е. ограничено. Применение практически всех, в особенности первичных, ресурсов (труда, земли, капитала) в какой-либо одной отрасли исключает возможность их применения в какой-либо другой отрасли. Из одного и того же сырьевого ресурса также может быть произведена только какая-то одна разновидность экономического блага, но не две, три и т.д., хотя потребность в этом существует.

Ограниченность ресурсов вынуждает людей делать экономический выбор: ЧТО, КАК и ДЛЯ КОГО производить, в каких количествах и в какие периоды времени. Решение указанных вопросов связано с альтернативой, выбором в пользу одних благ и отказа от других благ. Издержки такого выбора называют альтернативными (или вмененными, или издержками упущенных возможностей). Суть идеи об альтернативных издержках состоит в том, что реальная стоимость любого произведенного блага есть недополученные полезности других благ, которые могли бы быть произведены с помощью ресурсов, использованных для уже произведенных благ. В этом смысле издержки производства любых благ представляют собой потенциально утраченные другие, невыпущенные полезные блага.

1. ***Виды эк-ких с-м. Критерии классиф-и***

**Экономическая система –** совокупность взаимосвязанных экономических элементов, образующих структуру общества, единство отношений, складывающихся по поводу производства распределения, обмена и потребления экономических благ.

Виды систем:

**Традиционная**. Существует в ряде слаборазвитых стран. Её основные черты.

1. Низкий уровень развития производства и жизни. Основываются на отсталых технологиях, ручном труде.
2. носит застойный хар-р – здесь низкие темпы эк-го роста.
3. управляется, регулируется традициями, обычаями и, в значительной степени, религиозными канонами.
4. торговля развита слабо и только с соседними государствами. Гос-во играет активную роль. Большую роль играет иностранный капитал.

**Командно**-**административная**. Результаты системы: а) перевес в сторону тяжелой промышленности и ВПК, б) мало внимания уделяется потребительским товарам, в) невосприимчивость к НТП, г) неконкурентноспособность товаров на мировом рынке, д) дефицит товаров и наличие теневой экономики, е) низкий уровень жизни по сравнению с капиталистическими странами.

Её основные черты:

1. Монополия одной формы собственности.
2. Централизованное, директивное развития общ-го пр-ва.
3. Государственное регулирование р. цен на большинство производимых товаров

**Рыночная**.

1. Цель - уменьшить издержки по сравнению с конкурентами. Произв-во – для потребителя с наивысшим доходом.
2. Мин-ая соц. защита. Роль гос-ва: осуществить защиту частной собственности, издавать законы
3. полная эк-й свобода всех субъектов этой р-й эк-ки, но в строгих законодат. рамках

Р. цены, формирующиеся под влиянием С и П.

Эк. сво­бода(активной деят-сти в произ-ве, распределении, обмене и по­треблении эк. Благ). Свобода потребителя*,*(свободе потребительского вы­бора на рынке товаров и услуг). Сущ-ет свобода п/п-тельства*.* (свобода что, как и для кого произ-ть, где, как, кому, сколько и по какой цене реализовывать). Свобода выбора становится основой конкуренции.

**Смешанная Её основные черты.** - это эк. система, синтезирующая элементы рын. и ком. систем, т. е. механизм рынка дополняется активной деят-тью гос-ва. В этой эк-ке объединяются элементы общественной собственности на средства произ-ва с част. собст-тью. Существует практически во всех развитых странах мира.

1. управляется и регулируется двумя механизмами. Во-первых, рыночного регулирования, во-вторых, гос-го регулирования. Все субъекты бизнеса обладают довольно полной эк-ой свободой,
2. гос-во разрабатывает и осуществляет сильную социальную политику, , гос-во проводит антимонопольную политику, социальную и налоговую и др., которые направлены на повышение жизненного уровня населения и экономического роста.

**Переходная**. Исходной точкой является кризис, далее трансформация экономики. Особенности: 1) наличие особых переходных форм, 2) резкое обострение социальных противоречий, 3) социальное расслоение, 4) длительный период – несколько десятилетий.

Сущ-ют след-е осн-е цели эк. систем: 1.**Эк. рост**.2. **Полная занятость**. 3.**Эк. защищенность***.* 4. **Стабильность цен***. 5.***Эк. свобода***.6*. **Перераспределение доходов***.* 7.**Внешнеторговый баланс***.* 8.**Эк. эф-ность***.*

1. ***Спрос*** - это количество товаров или услуг, которое потребитель готов приобрести по конкретной цене из ряда возможных за определенный период времени. В этом определении надо обратить внимание на два момента: наличие целого ряда цен (шкалы цен) и конкретный временной отрезок. Изменение цены ведет к изменению спроса, эта зависимость определяется законом спроса. Закон спроса говорит об обратной зависимости между ценой и величиной спроса. Закон спроса: при прочих равных условиях снижение цены приводит к возрастанию величины спроса, повышение цены приводит к уменьшению величины спроса.

**Неценовые факторы спроса**.

     -**Предпочтения потребителей** (вкус и мода). Как правило, если товар становится модным, то спрос на него растет. Проявляется так называемый "эффект присоединения к большинству", и наоборот, если товар выходит из моды - спрос на него падает.

     -**Доход покупателя**. Изменение дохода может оказывать на спрос двоякое влияние.

     Различают товары высшей категории ("нормальные", качественные товары) и товары низшей категории (низкокачественные). Если доходы растут, то спрос на нормальные товары повышается, а спрос на товары низшей категории падает. И наоборот, если доходы падают, то спрос на товары низшей категории возрастает, а спрос на качественные товары падает. Очевидно, что при росте доходов (при прочих равных условиях) спрос на сливочное масло растет, а на маргарин падает.

     -**Цены других товаров**. Если товары взаимозаменяемые, то существует прямая зависимость между изменением цены на один товар и спросом на другой. Рост цен на авиабилеты ведет к росту спроса на железнодорожные перевозки.

     Если товары взаимодополняющие, то связь между изменением цены одного товара и спросом на другой - обратная. Рост цен на магнитофоны приведет к снижению спроса на кассеты.

     -**Количество и состав покупателей на рынке**. Очевидно, что чем больше покупателей, тем больше рыночный спрос. При этом характер спроса будет зависеть от возрастного, национального, религиозного состава покупателей.

     -**Ожидания покупателей** в отношении изменения цен товаров. Если покупатели ожидают рост цен в будущем, то сегодня спрос будет увеличиваться (ажиотажный, инфляционный спрос). Если покупатели ожидают снижения цен, то сегодня их спрос будет сокращаться (отложенный спрос).

1. ***Предложение*** - это кол-во товара, находящееся на рынке или способные быть доставленными в короткие сроки, количество товара, которое готов предложить товаропроизводитель (фирма) по определенной цене за определенный период времени при прочих равных условиях. **Закона предложения** сост. в том, что с повышением цен соотв. возрастает и величина предложения, и наоборот. По мере роста цены производители предлагают к продаже большее количество товаров и услуг, а по мере падения – меньше.

**Неценовые факторы**, влияющие на объем предложения (детерминанты предложения):

     -**Величина издержек производства** товара. Чем выше издержки (затраты), тем меньше объем предложения. В свою очередь, уровень издержек производства зависит от:

     применяемой технологии;

     цены ресурсов, используемых в данном производстве.

     -**Налоги и субсидии**. Снижение налогов и выделение субсидий сокращают издержки производства и увеличивают предложение. Увеличение налогов сокращает предложение.

     -**Наличие взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров** и динамика их цен. Появление товара-заменителя или снижение его цены сократит предложение сопряженного товара.

      -**Количество продавцов на рынке**, условия продажи, степень развитости конкуренции и т. д. Увеличение числа продавцов на рынке приведет к увеличению рыночного предложения.

     -**Ожидания производителей в отношении изменения цен**. Ожидание роста цен в будущем ведет к сокращению предложения в настоящем.

1. **Эластичность спроса** позволяет измерить степень реакции [покупателя](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BF%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C) на изменение [цен](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D0%B0), уровня доходов или других факторов.

***Эластичность спроса по цене*** показывает, на сколько процентов изменится величина спроса при изменении цены на 1%. Ep=(∆Qd\Qd)\(∆P\P),

где ΔP/P - изменение цены (в %);

ΔQd/Qd - изменение спроса (в %);

На эластичность спроса по цене влияют следующие факторы:

* Наличие товаров конкурентов или товаров заменителей ;
* Консерватизм покупателей во вкусах;
* Фактор времени (чем больше у потребителя времени на выбор товара и обдумывание - тем выше эластичность);
* Удельный вес товара в доходах потребителя (чем больше доля цены товара в доходах потребителя, тем выше эластичность).

В зависимости от этих показателей различают:

* **Неэластичный спрос** (Ep(D) < 1) – рыночная ситуация, при которой изменение цены на 1 % вызывает незначительное изменение объема (QD).
* **Эластичный спрос** (Ep(D) > 1) – рыночная ситуация, при которой изменение P на 1 % (Dp=1 %) вызывает значительное изменение QD.
* **Спрос единичной эластичности** (Ep(D) = 1) – это рыночная ситуация, при которой изменение цены на 1 % вызывает 1-процентное изменение QD.
* **Абсолютно неэластичный спрос**, означающий абсолютную нечувствительность объема спроса к изменению цены (Ep(D) = 0): изменение P на 1 % и более не влияет на изменение QD.

***Эластичность спроса по доход*** показывает, на сколько процентов изменится величина спроса при изменении дохода на 1%. Она зависит от следующих факторов:

* Значимость товара для бюджета семьи.
* Является ли товар предметом роскоши или предметом необходимости.
* Консерватизм во вкусах.

Измерив эластичность спроса по доходу, можно определить относится ли данный товар к категории нормальных или малоценных. Основная масса потребляемых товаров относится к категории нормальных. С ростом доходов мы больше покупаем одежды, обуви, высококачественных продуктов питания, товаров длительного пользования. Есть товары, спрос на которые обратно пропорциональны доходом потребителей. К ним относятся: вся продукция секонд-хенд и некоторые виды продовольствия(дешевая колбаса, приправа).

1. ***Эластичность*** [*предложения*](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0%29) — степень изменения в количестве предлагаемых товаров и услуг в ответ на изменения в их цене. Процесс возрастания эластичности предложения в долгосрочном и краткосрочном периодах раскрывается через понятия мгновенного, краткосрочного и долгосрочного равновесия.

Коэффициент эластичности предложения — числовой показатель, отражающий степень изменения количества предлагаемых товаров и услуг в ответ на изменения в их цене. Es=(∆Qs\Qs)\(∆P\P),

где ΔQs/Qs - изменение объема предлагаемой продукции (в %);

ΔP/P - изменение цены (в %).;

Эластичность предложения зависит от:

* особенности производственного процесса (позволяет производителю расширить производство товара при повышении цены на него или переключиться на выпуск другого товара при снижении цен);
* временной фактор (производитель не в состоянии быстро реагировать на изменения цен на рынке);
* зависит и от (не)способности данного товара к длительному хранению.

1. **Равнове́сная цена** — цена на конкурентном [рынке](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA), при которой количество [товаров](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80) и [услуг](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B0), которые желают купить [потребители](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C), абсолютно соответствует количеству товаров и услуг, которые производители желают предложить. Равновесная цена, это:

* цена, при которой [спрос](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81) и [предложение](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0%29) равны;
* цена, при которой нет ни [дефицита](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D1%84%D0%B8%D1%86%D0%B8%D1%82), ни избытка товаров и услуг;
* цена, которая не обнаруживает тенденцию к росту или снижению.

Ни продавцы, ни покупатели не имеют побуждающих мотивов к изменению ситуации на рынке в случае установления равновесия, то есть имеет место [баланс](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D1%81).

**Дефицит** - превышение спроса над предложением. Дефицит свидетельствует о несовпадении спроса и предложения и отсутствии уравновешивающей цены.

**Излишки товара – превышение предложения над спросом. Способы реализации излишков**

Излишний запас может быть:

* оборачиваемым, но слишком большим. Тогда имеет смысл в первую очередь снижать объем закупок этого продукта.
* иметь медленную оборачиваемость. В таком случае более правильно сначала снизить цену и стимулировать сбыт.
* "мертвым", то есть не продаваться совсем. Если расход товара за три месяца1 не производился, то он попадает в категорию "мертвого". В таком случае можно попытаться произвести другие действия

1. **Совершенная, свободная или чистая** [конкуренция](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F) — экономическая модель, идеализированное состояние [рынка](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA), когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом [спроса](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81) и [предложения](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%28%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0%29). Другими словами это такой тип рыночной структуры, где рыночное поведение продавцов и покупателей заключается в приспособлении к равновесному состоянию рыночных условий.

Признаки совершенной конкуренции:

* бесконечное множество равноценных продавцов и покупателей
* однородность и делимость продаваемой продукции
* отсутствие барьеров для входа или выхода с рынка
* высокая мобильность [факторов производства](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%8B_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0)
* равный и полный доступ всех участников к информации (цены товаров)

**Правило максимизации прибыли на конкурентных рынках означает**, что предельные продукты всех факторов производства в стоимостном выражении равны их ценам, или что каждый ресурс используется до тех пор, пока его предельный продукт в денежном выражении не станет равен его цене. При этом достигается не только высокая эффективность распределения ресурсов, но и максимальная производственная эффективность. Совершенная конкуренция заставляет фирмы производить продукцию с минимальными издержками и продавать её за цену, соответствующую этим издержкам.

Таким образом предприятие максимизирует прибыль путём определения такого V выпуска продукции, который обеспечивает наибольшую разность между валовым доходом и общими издержками. Если предприятие несёт убытки, то оно также определяет V производства, который обеспечит наименьшую разность между общими издержками и валовым доходом. Предприятие минимизирует убытки, пока они остаются меньше постоянных издержек.

1. **Чистая монополия** – это модель рынка, где одна фирма явл. единственным продавцом продукта или услуги (напр., местная электрич. компания). Фирма – монополист обычно им. высокую прибыль, что привлекает в отрасль и др. производителей. А в случае чистой монополии барьеры для вступления в отрасль достаточно велики, это практически блокирует проникновиние конкурентов на монополизиров. рынок. Это позволяет ему устанавливать цену, кот. принесет ему максимум прибыли. В условиях крупного произв-ва, обусловленного монополизацией рынка достигается высокоэфектив. произв-во с низкими издержками. Такаю монополию часто называют **«естественной монополией»**, т.е. отраслью, в кот. долгосрочные средние издержки минимальны, если только одна фирма обслуживает весь рынок. За счет мин. издержек доминирующая фирма в состоянии на время снизить цену продукции, чтобы уничтож Иногда, в целях получ. дополнит. дохода, монополия, используя свое рыночное положение, продает один и тот же товар по разным ценам на различ. рынках. Практика применения различных цен со стороны фирмы называется **ценовой дискриминацией.** Ее обычно подразделяют на 2 типа: 1) дискр-ция оп единицам продаваемой продукции (суть ее заключ. в различных условиях покупки товара или оплаты услуги потребителем в зависимости от кол-ва приобретаемого блага; оптовая цена ниже, чем розничная), 2) дискриминация среди покупателей (покупатели им. различ. доходы, и, соответственно, готовы платить за один и тот же товар разную цену. Поэтому продавцы устанавливают дифференцированные цены на один и тот же товар на различ. рынки, а покупатели предпочитают покупать для себя товар на рынке, соответствующем своей группе потребителей). Ц.Д. возможна при выполнении 3 условий: фирма должна обладать достаточной монопольной силой, чтобы контролировать производ-во и ценообразование; должна быть исключена возможность перепродажи товара; способность производителя к сегментированию рынка.

ить конкурента.

1. **Монополистическая конкуренция и ее признаки. Олигополия.**

Рынок монополистической конкуренции: 1. Большое число мелких фирм (25, 50, 70 и т.д.). Из наличия такого числа фирм вытекает несколько важных черт, характерных для такого рынка: 1) каждая фирма обладает относительно небольшой долей всего рынка, следовательно ограниченным контролем над ценами. 2) Тайный сговор об объёме пр-ва и искусственном повышении цен практически невозможен. 3) Исключает тесную взаимозависимость между ними, поэтому каждая их них проводит независимую экономическую политику. 2. Дифференциация продуктов – фирмы производят разновидности одного продукта, различные по качеству, материалу, дизайну и т.д. Отличаются условия продажи, услуги, оказываемые при продаже, послепродажное обслуживание, наличие кредита. Такой рынок предполагает, что покупатель предпочитает товар определённого вида, сорта, качества, это и есть своего рода монополия в условиях дифференциации продукции. Владельцы фирм располагают продукты вблизи от покупателя. 3. Такой рынок предполагает неценовой характер конкуренции, т.е. на основе качества продукции, товарных знаков, рекламы и т.д. 4. Относительная легкость вступления в отрасль новых фирм. Фирмы небольшие, стартовый капитал невелик. Относительность лёгкости – барьеры всё-таки существуют: более выгодное расположение торговой точки, патенты на свою продукцию.

Под **олигополией** понимается рынок, на кот. доминирует несколько круп. фирм. Фирмы получают высокую прибыль потому, что доступ на рынок олигополии значительно затруднен. Проникновению в отрасль препятствуют такие барьеры, как величина капитала, необходимая фирме для внедрения в отрасль, контроль действующих производителей над новейшей техникой и технологией производства. В зависимости от типа продукции различают чистую и дифференцированную олиг-ию. Предприятия **чистой олиг-лии** производят однород. стандартизиров. продукт (напр., алюминий, цемент). Идентичность этих товаров определяет и единую цену на них. Олиг-лия, производящая разнообразную продукцию одного функционального назначения, называется дифференцированной. Обычно диф. олиг-лии пециализир. на на выпуске товаров потребит. назначения – электробытов. техника, сигареты и т.д.

1. **Издержки** – это денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления предприятием своей производственной деятельности.

В странах с развитыми рыночными отношениями существуют два подхода к оценке издержек: бухгалтерский и экономический.

**Бухгалтерские издержки** представляют собой стоимость израсходованных ресурсов, измеренную в фактических ценах их приобретения. Это издержки, представленные в виде платежей за приобретаемые ресурсы (сырье, материалы, амортизация, труд и т.д.). **Бухг. изд-ки** включают прямые изд-ки (затраты на сырье, материалы, полуфабрикаты, затраты на топливо и энергоресурсы, з/п рабочим) и косвенные изд-ки (накладные рас-ходы, амор-я, з/п управленческому персоналу, % на заемные средства).

Однако для принятия решений о целесообразности продолжения деятельности своего предприятия владельцы должны учитывать экономические издержки.

**Эк. понимание изд-к произ-ва** основывается на факте редкости ресурсов и возможности их альтернативного использования. **Эк. изд-ки** любого ресурса**,** выбранного для произ-тва товара, равны его стоимости при наилучшем из всех возможных варианте использования. Они м. б.: **Явные изд-ки** — это альтернатив. изд-ки, принимающие форму прямых платежей поставщикам факторов произ-ва и промежуточных изделий (з/п, расходы на сырье, аренда, износ и т.д.). **Неявные изд-ки** — альтернатив.изд-ки использования ресурсов, принадлежащих владельцу п/п (или п/п как юл) и нормальная прибыль п/п-теля - плата за риск. Эти изд-ки не предусмотрены договорами, обязательными для явных платежей, и потому остаются недополученными. Так, к примеру, фирма использует собственное помещение для произ-ных целей. В этом случае в документах бух.учета не будет фигурировать арендная плата – это чисто бух.подход. Т.к. фирма могла бы сдать данное помещение в аренду и получать доход. В дан.случае доход от к-го отказывается фирма – неявные изд-ки. Явные изд-ки яв-ся бух.изд-ками, а сумма явн. и неявн. издержек – эк.изд-ками.

Для отечественной экономики характерен бухгалтерский подход к оценке издержек. Если принять это во внимание, то термины «издержки» и «затраты» можно считать синонимами.

1. Ит.
2. **Пост.изд-ки** ( FC) - это изд-ки, величина к-х не изменяется с увеличением или сокращением объема произ-ва. К ним относятся изд-ки, связанные с использованием зданий и со­оружений, машин и произ-венного оборудования, арендой, капиталь­ным ремонтом, административные расходы (з/п управленческого пер­сонала и т.д.). Средние пост. изд-ки - равны частно­му от деления пост. изд-к на кол-во произведенной продук­ции: **AFC=FC/Q**. Поск-ку с увеличением объема произ-ва растет общая выручка, то сред. пост. изд-ки предст. соб. все меньшую и мень­шую величину, приходящуюся на ед-цу продукции.

**Перем.изд-ки** ( VC) - это изд-ки, величина к-х изменяется в зав-сти от увеличения или уменьшения объема произ-ва. К ним относятся затраты на сырье, электроэнергию, материалы, з/п рабочих и т.д. **Средние перем. издержки** (AVC) опр-ются путем деление перем. изд-к на кол-во произведенной продукции: **AVC=VC/Q**. Сред. перем. изд-ки достигают своего минимума, когда достигнут технологически оптимальный размер п/п.

**Общие (валовые) изд-ки** (ТС) - это сумма денежных расхо­дов на произ-во опр.объема продукции, совокупность пост. и перем. изд-к фирмы в связи с произ-вом продукции: **TC=FC+VC**. **Средние общие изд-ки** (АТС) - образуются путем деления общих изд-к на кол-во выпущенной продукции: **ATC=TC/Q**; или путем сложения сред.пост. и сред. перем. изд-к: **ATC=AFC+AVC=(FC+VC)/Q**.

Сред. изд-ки постоянно сравнивают с рыночной ценой. Если сред.изд-ки ниже рыночной цены, то фирма м. работать рента­бельно в границах объема произ-ва. Если сред. изд-ки превышают рыноч. цену ед-цы продук­ции, то произ-во данного товара для фирмы будет нерентабельно

**Предельные издержки** (МС) - это допол. изд-ки на произ-во каждой дополнит. ед-цы продукции по сравнению с данным объемом выпуска. Это приращение совокупных изд-к, вызван­ное бесконечно малым увеличением произ-ва. Под пред. изд-ми обычно понимают изд-ки, связанные с произ-вом последней ед-цы продукции: **МС= dTC / dQ = d(FC+VC)/ dQ= dFC/ dQ + dVC/ dQ= f(Q)**.Пред. изд-ки (как видно из формулы) равны приросту пере­м.изд-к. Пост. изд-ки не влияют на величину пред. изд-к. Поэтому пред. изд-ки - это производная функция только от перем. изд-к: МС= dVC/ dQ.

1. **Спрос и предложение на рынке труда. Труд** — важнейший ресурс и фактор произ-ва.

Нарынке труда продаются и покупаются услуги труда, количество и качество которых зависят от: уров­ня проф.подготовки, квалификации и других.

На рынке труда соверш. к-ции реализуется совокупный спрос на труд и предложение труда.

**Совокуп.спрос** предст. суммарную величину потребности на труд всех отдельных п/п-телей при опр. цене спроса на труд (з/п). Величина цены спроса зависит от факторов роста объемов произ-ва, уровня з/п, предельной произ-ности труда. На конкурентном р.труда кр. спроса на труд (D) приобретает отрицательный угол наклона: с уровня з/п (Р) объем занятости (Q)

**Совокуп. предложение труда** формируется от численности трудоспособного населения, кол-ва рабочих мет, квалификации раб-ков,адекватной отраслевому уровню реального сектора на данной тер-рии. Кр. предложения труда (S) растет одновременно с ростом общего уровня з/п.

Рост спроса на квалифицированные ресурсы труда порождает к-циюсреди рабочих. Наблюдается она и среди п/п-телей за привлечение в фирму более квалифицированного человеч.капитала. Такое противоречие имеет позитивное и негативное проявления. Позитивноесостоит в том, что рабочие стараются повысить свою квалификацию, дисциплину труда, а п/п-тели усиливают инновационные направления в произ-ве благ и услуг. Негативноепроявление рыночной к-ции связано с появлением б-цы и ухудшением соц-го климата в обществе.

Факторы, влияющие на рынок труда: 1. Демографические факторы – уровень рождаемости в стране, половозрастная система. 2. Динамика миграционных процессов. В современных процессах в результате иммиграции растёт процент рабочих-мигрантов в рабочей силе. 3. Спрос на труд зависит от величины зарплаты: при росте зарплаты спрос на труд снижается, и наоборот.

1. ***Сущность зар. платы*. Номин-я и реаль-я з\п.** Под зарплатой понимают оплату *человеческого капитала* – это тот капитал, которым располагает рабочая сила – уровень образования, профессиональной подготовки, опыт трудовой деятельности, уровень здоровья, т.е. совокупность всех производственных качеств работника. Чем выше уровень развития пр-ва, тем выше требования к работнику и зарплата.

Зарплата оказывает существенное влияние на размер спроса на потребительс­кие товары и на их цены. Подзарплатой понимается доход от фактора производства под названием «труд». В узком смысле слова заработная плата рассматривается какцена, выплачиваемая за использование единицы труда в тече­ние определенного времени — часа, дня и т. д.

Функции з/п:

1). **воспроиз-венная** – опр-ет абсолютный уровень оп/тр, необх-мый для удовлетворения осн-х потребностей работника и его семьи;

2). **стимулирующая** – заключается в установлении кол-венной зависимости м-ду размерами з/п, кол-вом, качеством и результатом труда;

3). **регулирующая** – з/п оказывает сущ-ное влияние на платежеспособный спрос населения, а ч/з него на объем и стр-ру производимой продукции и инвестиционную политику. С др.стороны, являясь составной частью изд-к, з/п влияет на спрос и предложение раб.силы на рынке труда.

Различают номинальную и реальную зарплату. Под **номиналь­ной зарплатой** понимается сумма денег, которую получает работ­ник наемного труда за свой труд. По вели­чине номинальной зарплаты можно судить об уровне заработка, но не об уровне благосостояния человека. **Реальная зарплата -** эта та масса жизненных благ и услуг, которые можно приобрести за полученные деньги.

1. **ВВП и методика его исчисления.**Обобщающим показателем результатов функционирования национальной экономики может служить ВВП.

Валовый внутренний продукт (ВВП) – это рыночная стоимость конечных товаров и услуг, произведенных на территории данной страны за определенный период времени, независимо от национальной принадлежности факторов производства.

Валовой национальный продукт – совокупность стоимостей всех готовых товаров и услуг, произведенных в течение определенного периода.

Сущ-ют три способа измерения ВНП (ВВП): - по расходам (метод конечного использования): суммируются расходы на личное потребление, госзакупки, капиталовложения и сальдо внешней торговли;

- по добавленной ст-сти (произ-венный метод): суммируется ст-сть условно чист.продукции всех сфер эк-ки; - по доходам (распределительный м-д): суммируются дох-ы частного хоз-ва, гос-ва от п/п-кой деят-сти.

**Подсчет ВНП(ВВП) по расходам**: Y= C + I + G + NX , где C – потребительские расходы – (домашних хоз-в на покупку предметов потребления); I – инвестиционные расходы; G – гос. расходы (гос.закупки товаров и услуг); NX – чистый экспорт – он предст.соб. разницу м-ду экспортом и импортом.

**Подсчет ВНП(ВВП) по доходам** первоначально учитывает статьи не связанные с выплатой доходов – амор-ция и косвенные налоги, затем факторные доходы – з/п, прибыль корпораций (АО), прибыль некорпорированных п/п, доходы от собственности, рента, %.. Различают номинальный и реальный ВНП. 1ый рассчитывается в текущих ценах года его произ-ва, а реальный — в сопоставимых базисных ценах.

1. **Безработица** — незанятость [экономически активного населения](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8_%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5) в хозяйственной деятельности.

Выделяют три основные причины безработицы:

1. потеря работы (увольнение);
2. добровольный уход с работы;
3. первое появление на рынке труда.

Выделяют следующие виды безработицы:

*вынужденная* и *добровольная*, *зарегистрированная*. *неустойчивая* — (например, при добровольной смене работниками мест работы или увольнении в сезонных отраслях промышленности). *циклическая* — вызывается повторяющимися спадами производства в стране или регионе. *сезонная* — зависит от колебаний в уровне экономической активности в течение года, характерных для некоторых отраслей экономики. *структурная* — обусловлена изменениями в структуре спроса на труд, когда образуется структурное несовпадение между квалификацией безработных и требованием свободных рабочих мест (ликвидацией устаревших отраслей и профессий). *технологическая* — безработица, связанная с механизацией и автоматизацией производства, в результате которой часть рабочей силы становится излишней либо нуждается в более высоком уровне квалификации. *фрикционная* — время добровольного поиска работником нового места работы, которое устраивает его в большей степени, нежели прежнее рабочее место.

1. **Инфля́ция** — процесс уменьшения [стоимости](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%BE%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C) [денег](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D0%B3%D0%B8), в результате которого на одинаковую сумму денег через некоторое время можно купить меньший объём [товаров](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80) и услуг. На практике это выражается в увеличении [цен](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D0%B0).

Причины инфляции:

- денежная эмиссия, не покрытая товарной массой и высокая скорость обращения денег;

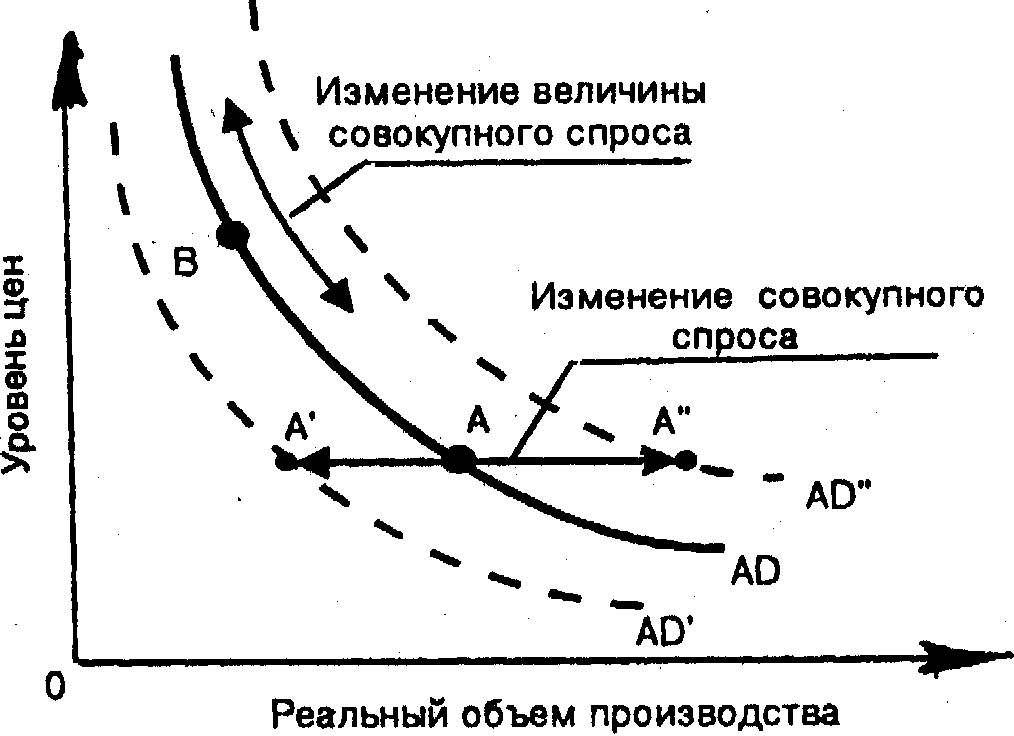
- бумажно-денежные знаки, не обеспечены с золотом;

- нарушения равновесия между совокупным спросом и совокупным предложением.

Инфляция, порожденная избытком совокупного спроса, называется **инфляцией спроса**, за которым не успевает производство (Дефицит товара). **И-ция спроса** означает, что население, фирмы и гос-во тратят денег больше**,** чем стоят производимые в стране товары и услуги. Такая ситуация возникает при полной занятости, когда растет объем з/п, повышается совокупн.спрос и это толкает цены вверх. **И-ция изд-к,** когда цены растут вследствие повышения затрат на произ-во, что приводит к росту затрат на приобретение необх-мых ресурсов произ-ва. Произ-телям товаров приходится повышать цены. Повышение издержек на единицу продукции сокращает объем предлагаемой производителями продукции при существующем уровне цен. Др. причины: монополизм, государственное ценообразование, дефицит гос. бюджета, инфляционные ожидания.

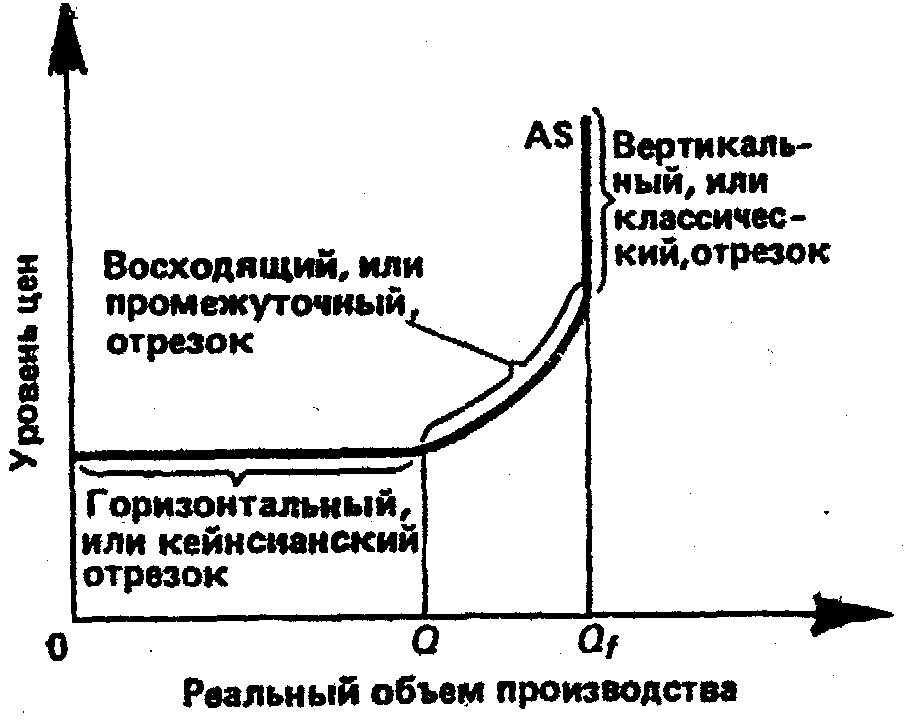
Меры, направленные на сдерживание обесценивания денег, называются **дефляционными мерами.** Это, прежде всего меры по развитию реального сектора эк-ки, привлечению иностранных инвесторов, регулированию совокупн.спроса и совокуп.предлож-я, к-е осущ-ются одновременно с регулированием цен, з/п, оздоровлением финан.системы, снижением бюджетного дефицита, а также ужесточением денежно-кредитной политики ЦБ России.

1. **Совок. спрос (СС)** - это сумма всех инд. спросов на конечные товары и услуги, предлагаемые на тованом рынке. Осн. формы СС: потребит. спрос, инвестиционный спрос, спрос на тов. и услуги со стороны гос. и расходы на "чист." объем экспорта.Кривая СС - кривая взсвязи между желаемыми и планируемыми расходами в эк. в целом на конечные тов. и услуги и ср. уровнем цен на них. Факторы, влияющие на траекторию кривой AD: эффект проц. ставки, эфф. богатства, эфф. импортных закупок.



Неценовые факторы СС: изм. в потреб. расходах*,* вызванные изм. благосост. потребителя, ожиданий потребителя, задолженности потреб. и уровня налогов; изм. в инвестиционныхрасходах*,* зависящих от уровня процентных ставок, ожиданий инвестиционной прибыли, налогов с предприятий, уровня используемых технологий и наличия у предприятий избыт. мощностей; изменения в гос.расходах; изменения в расходах на чистый экспорт, кот., в свою очередь, зав. от нац. дохода в зарубежных странах -партнерах во внешней торговле и от изм. курса нац. валюты по отн. к валютам других стран.

1. **Совокупное предложение (СП)-** это сумма всех индивидуальных предложений. Оно представляет денежную величину всех конечных товаров и услуг, предложенных к продаже.*Совокупное предложение* - *это реальный объем национального производства, который может быть произведен при каждом возможном уровне цен.* Чем выше уровень цен, тем больше товаров готовы предложить к продаже все производители, и наоборот. Кривая СП AS состоит из трех отрезков: горизонтального (кейнсианского), промежуточного и вертикального (классического).



**Классическая модель.** Анализ совокупного предложения основывается на следующих предпосылках:

- экономика делится на два независимых сектора: реальный и денежный;

- экономика по своей природе является экономикой совершенной конкуренции;

- принцип государственного невмешательства в управление экономикой;

- ограниченность ресурсов, а значит они должны использоваться полностью.

- ведущая роль в модели совокупный спрос - совокупное предложение (AD-AS) отводится AS, так как ограниченность ресурсов выдвигает на первый план проблему производства. Совокупный спрос всегда соответствует совокупному предложению, по мнению классиков.

**Кейнсианская модель** рассматривает функционирование экономики на сравнительно коротких отрезках времени. Анализ совокупного предложения базируется на следующих предпосылках:

экономика функционирует в условиях неполной занятости факторов производства;

цена, номинальная заработная плата и другие номинальные величины относительно жесткие, медленно реагируют на рыночные колебания;

процентная ставка также не отличается гибкостью, не уравнивает объемы инвестиций и сбережений, как это представлялось в модели классиков;

реальные величины (объем выпуска, занятость, реальная заработная плата и др.) более подвижны, быстрее реагируют на рыночные колебания.

1. **Модель доходов-расходов Д.Кейнса**

Рассм.график:

Е – планированные расходы (сов.спрос), Е= С(1-r)+I(r)+G

У – фактический выпуск (сов.предлож-е)

**Планированные расходы –** это сумма, к-ю собираются истратить на товары и услуги домашние хоз-ва, фирмы и гос-во. Если планированные расходы превышают фактический выпуск, то в этом случае произойдет сокращение товарных запасов. Фимы отреагируют на это увеличением объема выпуска. Если же фактический выпуск превышает планированные расходы, то начнется накопление запасов. В ответ на это фирмы начнут сокращать произ-во.

Кейнс считал, что планир-ные расходы зависят прежде всего от доходов, а нет от цен. Поэтому рассмотренная модель получила название доходов-расходов или модель кейнсианского креста.

Также Кейнс установил закономерность при рассмотрении потребительской функции. Рассм. ее на графике:

У – располагаемый личный доход, С – потребление, S - сбережения

Согласно Кейнсу, по мере роста дохода растет и потребление, но не в той мере, по к-й растет доход.

Кейнс математически показал эту зависимость, используя так называемую предельную склонность к потреблению: MPC=ΔC/ΔУ.

Данная формула показывает насколько возрастет потребление при увеличении дохода на 1 денеж.ед-цу. Средняя склонность к потреблению = APC=C/У.

Предельная склонность к сбережению = MPS=ΔS/ΔУ; средняя склонность к сбережению = APS=S/У. MPS+MPC=1

1. **Фискальная политика. Модель мультипликатора.**

**Фискальная пол-ка** - совокупность правительственных мероприятий, проводимых с целью воздействия на эк.систему и состоящих в изменении стр-ры налогообложения и гос.расходов (строительства за счет бюджета дорог, школ, медицинских стр-р до покупки с/хозпродукции, воен-й техники, образцов уникальных изделий и т. д.). Фиск.п-ка, проводимая гос-вом, д. отвечать обществ-м целям: сглаживанию колебаний эк. цикла; повышению темпов эк. роста; достижению высокого уровня занятости; достижению умеренных темпов и-ции.Сущ-ет 2 типа ф/п: дискреционная (дискридиционная) и автоматическая. **Дискреционная** ф/п предполагает сознательное манипулирование р-дами, изменение трансфертных платежей, манипулирование налогами посредством стимулирующих мер. Д/ф/п бывает двух видов – стимулирующая (снижение налогов и рост гос.расходво, заказов и нивестиций) и сдерживающая (наоборот). **Автоматическая ф/п** не предусматривает изменение налогов и гос.расходов. Политика гос.расходов и налогов оказывает непосредственное воздействие на уровень совокуп.расходов, а след-но, на объем ВНП и занятость населения, а также на регулирование спроса. Приращение ВНП в результате приращения расходов, потраченных гос-вом на закупку товаров и услуг показывает **мультипликатор гос.расходов**, к-й равен: , где KG — мул-р гос. расходов; ΔВНП — приращение ВНП; ΔG — приращение гос.расходов.Мультипликатор гос. расходов м. также определить, используя предельную склонность к потреблению — МРС. В результате мул-р гос. расходов будет равен:

Это означает, что если гос-во повышает на опр. величину объем своих расходов, не увеличивая при этом статей дохода бюджета, то получается именно такой прирост дохода. След-но, изменение величины гос-расходов вызывает изменение дохода, пропорциональное изменению величины расходов. При этом изменение объема гос.расходов приводит к процессу мультипликации национ.дохода.

1. **Денежно-кредитная политика. Инструменты денежно-кредитной политики.**

**Денежно-кредитная политика** – это совокупность правительственных мероприятий, воздействующих на кол-во денег в обращении (или на предложение денег в стране). С т\з временного периода различают: д/к/п стратегия– это (долгосрочный курс 3-10лет), задачи: эк.рост, регулирование денеж.массы в обращении, обеспечение ликвидности и платежеспособности банковской системы. д/к/п тактика– краткосрочный курс (1-3года), задачи: регулирование и управление инф-цией, оптимизация валютного курса, стабилизация банковского %. В зависимости от поставленных целей, от эк.ситуации применяется сдерживающая и стимулирующая д/к/п. Если в эк-ке наблюдается спад, то необх-мо использовать **стимулирующую** д/к/п, т.е. увеличить предложение денег в эк-ке, используя след.методы д/к/п: ЦБ д.уменьшить норму резервов (норма резервов = резервы/депозиты), ЦБ д.покупать ценные бумаги у населения и КБ, ЦБ д.снизить ставку рефинансирования. пол-ка «дешевых денег». Если в эк-ке наблюдается сильная инф-ция, то необх-мо применить **сдерживающую** д/к/п, к-я использует след.методы: повышение нормы резервов, продажа ценных бумаг населению и КБ, повышение ставки рефинансирования. Данная пол-ка еще носит название «дорогих денег».

**Инструменты д/к/п делят на три группы:**

1). **прямые** – означают прямое вмешательство ЦБ в денеж.обращение и кредитную систему путем наложения различных ограничений и запретов: ограничение прироста денеж.массы в обращении, огр-ние на открытие филиалов КБ, на выдачу нек-х форм кредитов, гос.лицензирование и т.д.

2). **косвенные** – применяет ЦБ страны, они не предполагают прямого вмешательства, а оказывают лишь косвенное воздействие. К ним относят:

- %ная пол-ка, под к-й понимается изменение ЦБ учетной ставки рефинансирования;

- установление нормативов резервных требований со стороны ЦБ по отношению к КБ;

- рефинансирование КБ, под этим понимается кредитование ЦБ КБ-ков, в том числе и операции по учету и переучету векселей;

3). **операции на открытом рынке**, под к-ми понимается расширенная купля/продажа гос. ц/б, к-ю проводит ЦБ с КБ;

5). **депозитные операции** проводит ЦБ с КБ;

6). **валютное регулирование** – валютная интервенция, под к-й понимается расширенная купля-продажа иностран.валюты, проводимая ЦБ.