

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Сибирский федеральный университет»

## **Микроэкономика**

Учебное пособие

Авторы: Зырянова И.И.

Дулепова В.Б.

Красноярск 2018

## ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Дисциплина «Микроэкономика», для студентов заочного отделения ИУБТЭ в соответствии с ФГОС ВО-3 преподаются на 2 курсе. Формы самостоятельной работы и контроля знаний студентов для разных частей дисциплины приведены в таблице 1

Форма самостоятельной работы и контроля знаний по дисциплине  
Экономическая теория

Таблица 1

Часть курса	Семестр	Форма самостоятельной работы	Форма контроля
1. Микроэкономика	3	Курсовая работа	Экзамен

Для успешного овладения дисциплиной в полном объеме студенты должны изучить самостоятельно теоретический материал, используя краткий курс лекций, приведенный в данном пособии и рекомендованные учебники.

По итогам изучения теоретического материала по темам части 1 «Микроэкономика» студент должен выполнить курсовую работу. Курсовая работа сдается на кафедру «Теоретические основы экономики» на проверку в сроки установленные «Положением о курсовых, экзаменах и зачетах СФУ». Правильно выполненная и зачтенная преподавателем работа является допуском к экзамену.

В данном пособии приводится краткий курс лекций по темам дисциплины, методические указания по выполнению курсовой работы, вопросы к экзамену.

Согласно последней цифре зачетной книжки студент-заочник выбирает номер варианта курсовой работы, приведенных в Приложении 1. (например -4 или 14 или 24) регистрирует её в деканате и сдает на кафедру «Теоретические основы экономики» УЛК 517, в сроки установленные «Положением о промежуточной аттестации СФУ».

Учебное пособие выполнено на кафедре «Теоретические основы экономики». Теоретический материал в первом и втором разделах составлен И.И.Зыряновой, а материалы к самостоятельной работе в этих разделах – В.Б.Дулеповой и И.И.Зыряновой.

## 1.1 Краткий теоретический материал по дисциплине «Микроэкономика»

### Тема 1. Основные экономические категории

1. Экономические потребности и экономические блага.
2. Экономические ресурсы их особенности. Проблема экономического выбора.
3. Производственные возможности общества, внешние издержки производства и закон их роста.
4. Экономические агенты и их взаимосвязь в экономическом кругообороте.
5. Экономические системы и их классификация.

#### 1. Экономические потребности и экономические блага.

**Экономические потребности** – это недостаток чего-либо для обеспечения нормальной жизнедеятельности хозяйственных субъектов, или желания хозяйственных субъектов. Экономические потребности различаются:

- *по степени значимости для хозяйствующего субъекта,*
  1. Первичные (потребности без удовлетворения, которых невозможно существование хозяйствующего субъекта – в еде, доме, одежде и т.п.) – они не эластичны.
  2. Вторичные (потребности, удовлетворение которых делает жизнь хозяйствующих субъектов удобной – без них можно существовать) – эти потребности эластичны.
- *по времени удовлетворения:*
  1. Идеальные (абсолютные) – потребности, удовлетворение которых невозможно при современном состоянии общественного производства.
  2. Реальные (действительные) – потребности, которые удовлетворяются современным состоянием общественного производства.
- *по субъекту хозяйствования:*
  1. Личные – возникают у человека (индивида).
  2. Производственные – возникают у фирм, предприятий, общества.

Экономические потребности развиваются в соответствии с общим экономическим законом – *законом возвышения потребностей*. Его суть заключается в том, что по мере развития общества потребности количественно рас-

тут и качественно совершенствуются, и предела этому процессу нет. Экономические потребности безграничны и количественно не определены.

Процесс удовлетворения потребностей называется *потреблением*.

Потребление всегда количественно определено. Процесс удовлетворения потребностей ограничен возможностями хозяйственных субъектов (либо финансовыми, либо физиологическими). То, с помощью чего удовлетворяются экономические потребности – называется *материальным благом*.

Материальные блага различают:

- по конечному использованию,
  - предмет потребления (удовлетворяют личные потребности)
  - средства производства (удовлетворяют производственные потребности).
- по степени взаимозависимости,
  - взаимозаменяемые (субституты);
  - взаимодополняемые (комплементы);
- по времени использования
  - разовые;
  - длительного пользования.

Если благо существует в ограниченном количестве, его называют *экономическим благом*, если в неограниченном количестве – то не экономическим благом. Если благо создано не для собственного потребления, а для продажи, такое благо называется товаром. Товар обладает двумя свойствами:

1. Полезностью.
2. Стоимостью.

Полезность блага (потребительная стоимость) зависит от конкретных свойств вещи, обусловленных ее физическими, химическими и другими характеристиками. Каждое благо обладает своей полезностью.

Стоимость блага представляет собой способность блага обмениваться на другие блага в определенных пропорциях. Разные экономические школы по-разному определяют величину стоимости благ. В классической школе величина стоимости зависит от количества труда, пошедшего на изготовление блага. Представители маржиналистской школы величину стоимости блага связывали с его ценностью для потребителя. В хозяйственной практике, как правило, учитывают оба мнения.

## 2. Экономические ресурсы их особенности.

Проблема экономического выбора.

Сфера, где осуществляется производство экономических благ, называется *материальным производством*. Для того чтобы оно могло быть осуществлено, необходимы экономические ресурсы. *Экономические ресурсы* это то, что необходимо для осуществления материального производства. Различают следующие виды экономических ресурсов:

1. Природные (земля, сырье, материалы и т.п.);
2. Материальные (капитал);
3. Трудовые (рабочая сила, предпринимательские способности);
4. Финансовые;
5. Информационные.

Экономические ресурсы, которые используются в конкретном производстве конкретного блага, называются *факторами производства*.

Факторы производства

1. Труд
2. Земля
3. Капитал.

Факторы производства являются объектом собственности, т.е. люди, вступают друг с другом в определенные отношения по поводу присвоения конкретных факторов производства. Факторы производства, экономически реализуясь, приносят доход своим собственникам: рабочая сила – заработную плату, земля – ренту, капитал – процент.

Экономические ресурсы характеризуются одним свойством, они ограничены. Различают *абсолютную ограниченность ресурсов*, которая заключается в том, что экономических ресурсов не может хватить для удовлетворения буквально всех экономических потребностей. Поэтому общество и хозяйствующие субъекты должны выбирать такие варианты использования ресурсов, чтобы максимально удовлетворить имеющиеся потребности. В результате абсолютная ограниченность ресурсов превращается в относительную ограниченность ресурсов. Поэтому, каждое общество должно осуществлять экономический выбор и в каждом обществе должны быть даны ответы на три вопроса:

1. Что производить?
2. Как производить?
3. Для кого производить?

В экономическом анализе кроме категории материального производства используют категорию *общественное производство*, которое представляет собой единство сфер потребления, распределения, обмена и производства. Различают также категорию воспроизводства. *Воспроизводство* – это процесс производства в его постоянном повторении и возобновлении. Вос-

производство может быть простым и расширенным. При простом производстве из цикла в цикл размер производства остаётся неизменным, а при расширенном размер производства растет из цикла в цикл.

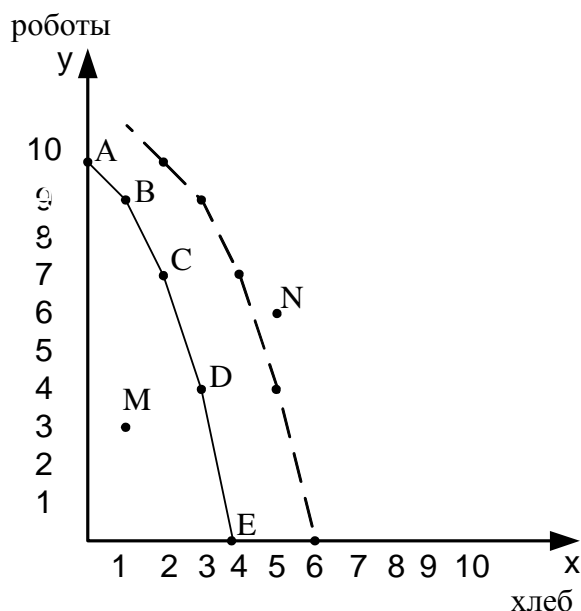
### 3. Производственные возможности общества, внешние издержки производства и закон их роста.

Отвечая на вопрос, «Что производить?» в обществе определяют производственные возможности. *Производственные возможности общества* – это возможности производства определенного количества экономических благ в условиях полной занятости и полного объема производства. Условие *полной занятости* предполагают, что в процесс производства вовлечены все необходимые для этого производства экономические ресурсы. А условие *полного объема* производства предполагает, что все вовлечённые в производство экономические ресурсы функционируют с полной отдачей, т.е. эффективно. Производственные возможности общества анализируются с помощью графического метода, путем построения линии производственных возможностей. Для её построения выбирают экономическую систему с минимально возможным набором благ и ограниченными ресурсами.

Производственные альтернативы производства двух благ.

Таблица 1.

Блага	Альтернативные варианты				
	А	В	С	Д	Е
Хлеб (единицы)	0	1	2	3	4
Роботы (единицы)	10	9	7	4	0



Каждая точка на линии производственных возможностей отражает альтернативные варианты производства, причем место положения точки зависит от потребностей общества в данный момент. Если вариант производства соответствует точке M, это значит, что нарушается одно из условий или нарушаются

оба условия и данный вариант производства не эффективен. Если общество выбирает точку N, то такой вариант производства не осуществим, потому что нет ресурсов. Линия производственных возможностей всегда исторична, т.е. соответствует определённому уровню развития производительных сил. Благодаря НТП и эффективной внешней торговли могут меняться условия производства (появляются новые ресурсы и новые технологии), в результате чего производственные возможности растут, и линия производственных возможностей сдвигается вверх и вправо.

Линия производственных возможностей показывает, что в условиях ограниченных ресурсов невозможно одновременно производить максимальное количество обоих благ.

Анализ производственных возможностей позволяет определить категорию вмененных издержек производства (альтернативные издержки, издержки утраченных возможностей). *Вмененные издержки* – это то количество другого блага, от которого следует отказаться, предпочитая производство данного блага. В экономике существует законы роста вмененных издержек производства, который заключаются в следующем: с ростом производства одного блага, на каждую дополнительно произведенную единицу, приходится отвлекать от производства другого блага все больше количество ресурсов. Это происходит потому, что кроме ограниченности экономических ресурсов им присуща еще одна черта – они не взаимозаменяемы. Поэтому, для роста производства одного блага приходится отвлекать от производства другого блага, не приспособленные для этого ресурсы, причем во все большем количестве. В этом проявляется закон роста вмененных издержек производства.

#### 4. Экономические агенты и их взаимосвязь в экономическом кругообороте.

*Экономические агенты (хозяйствующие субъект)* – это все те, кто участвует в процессе общественного производства. Различают три основных виды хозяйствующих субъектов.

1. *Домохозяйства*. К ним относят всех собственников экономических ресурсов. Экономической целью домохозяйств является максимальное удовлетворение своих потребностей.

2. *Фирмы*. К ним относят всех тех, кто организует и осуществляет производство материальных благ. Экономической целью фирм является получение максимальной прибыли.

3. *Общество (государство)*. Общество призвано обеспечивать нормальные условия функционирования всем другим хозяйствующим субъектам. Целью функционирования государства является достижения и обеспечения полной занятости, стабильности, справедливости и сохранности национальной экономики.

Все экономические агенты связаны между собой экономическими, производственными отношениями, и эта взаимосвязь иллюстрируется кругооборотом благ и доходов.

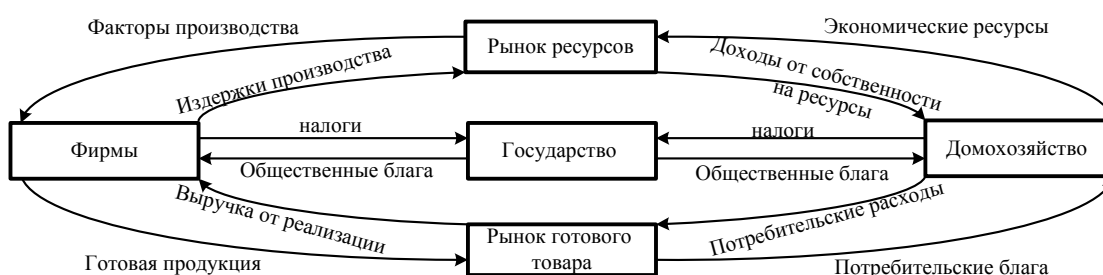


Рисунок 2.Схема кругооборота благ и доходов.

## 5.Экономические системы и их классификация.

Экономическая система – это совокупность взаимосвязанных экономических элементов, которые образуют целостную экономическую структуру общества. Анализируя экономические системы, используют следующие параметры:

- господствующую форму собственности;
- существующий хозяйственный механизм, т.е. механизм ответов на три базовых вопроса экономики: что производить? Как производить? Для кого производить?

Используя эти параметры, в развитии общества выделяют следующие типы экономических систем.

*Традиционная экономика.* Материальной основой традиционной экономики является *натуральное хозяйство*, т.е. такое хозяйство, в котором производство осуществляется для удовлетворения собственных потребностей производителя. В натуральном хозяйстве отсутствуют экономические связи между хозяйствующими субъектами. Между производством и потреблением существует прямая и непосредственная связь, так как производитель и по-



ребитель – одно и то же лицо. Господствует крупная частная земельная собственность, мелкая частная собственность и разновидности общинной собственности. Используются допотопные орудия труда и примитивная техника, осуществляется, как правило, простое воспроизводство. Характерная черта потребления – консерватизм.

*Рыночная экономика* (чистый капитализм). Материальной основой этой экономической системы является *товарное хозяйство*, в котором производство осуществляется не для собственного удовлетворения потребностей производителя, а для обмена, посредством купли – продажи. Экономической основой рыночной экономики является частная собственность на средства производства. Характерной чертой этой системы является *свободная, совершенная конкуренция*. Все связи между хозяйствующими субъектами, прежде всего между производителями и потребителями опосредует рынок, или система рынков. (Рисунок 2)



Рисунок 2. Взаимосвязь между производством и потреблением в рыночной экономике.

*Смешанная экономика* – представляет собой рыночную экономику с элементами государственного регулирования экономики. В разных странах степень государственного регулирования разная. По этому признаку выделяют следующие модели смешанной экономики: американскую, японскую, западноевропейскую, корейскую и др.

*Командная (административная) экономика*. Материальной основой этой экономической системы является обобществленное производство, которое функционирует на основе общественной собственности на средства производства. В основе хозяйственного механизма лежит централизованное государственное планирование, которое опосредует все связи между хозяйствующими субъектами. (Рисунок 4).

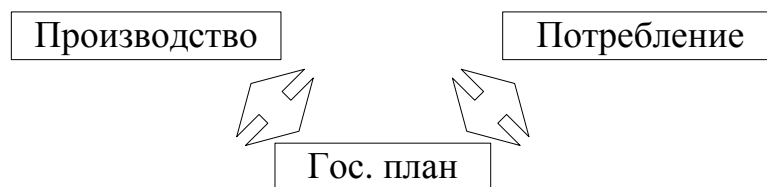


Рисунок 4. Взаимосвязь между производством и потреблением в административной экономике.

## Тема 2. Основы функционирования рыночной экономики.

1. Рынок, как экономическая категория. Сущность и условия функционирования.
2. Организационные принципы построения рынка. Структура рыночной системы.
3. Спрос, закон спроса, детерминанты спроса.
4. Предложение, закон предложения, детерминанты предложения.
5. Рыночное равновесие и его анализ.
6. Эластичность спроса, Коэффициенты эластичности спроса.
7. Эластичность предложения. Коэффициенты эластичности предложения.

1. Рынок, как экономическая категория.  
Сущность и условия возникновения.

Существует несколько определений рынка:

*Рынок* – это обмен, организованный по законам товарного производства.

*Рынок* - это механизм взаимодействия продавцов и покупателей.

*Рынок* – это сфера обмена внутри страны и между странами, которая связывает между собой производителей и потребителей, материальных благ.

Рынок как экономическая система возник тогда, когда обмен между хозяйствующими субъектами стал носить постоянный стабильный характер. Для того чтобы это произошло в обществе должны были сформироваться необходимые условия. В первую очередь, возник и стал развиваться *процесс общественного разделения труда (ОРТ)* – процесс деления труда на виды и подвиды, так что в результате начинается осуществляться специализация

производителей на производстве отдельных благ. В истории общества различают следующие виды разделения труда:

- *общее* разделение труда – деление труда между укрупненными сферами общественного производства (между производственной и непроизводственной сферами и др.);
- *частное (отраслевое)* – деление труда по отраслям;
- *единичное (внутрифирменное)* – деление труда внутри фирмы;
- *территориальное* – деление труда по территориям, в зависимости от особенностей той или иной территории.

ОРТ и специализированный труд привели к тому, что обмен результатами труда хозяйствующих субъектов стал носить постоянный характер, так как производя один вид материального блага, производитель, для того чтобы удовлетворить свои разнообразные потребности должен был обменивать его на необходимые другие блага. В рыночной системе обмен осуществляется в форме купли – продажи, это значит, что всегда обмениваются эквиваленты, т.е. равные величины при этом обеспечивается возмещение затраченных ресурсов. Реализация принципов эквивалентности и возмездности в обмене возможна только в том случае, если существует экономическая обособленность хозяйствующих субъектов. Экономическая обособленность возникает, если существуют обособленные частные интересы, как правило, существующие потому что есть частная собственность на средства производства.

## 2. Организационные принципы построения рынка.

### Структура рыночной системы

Функционирование рынка осуществляется через реализацию определенных принципов, которые в совокупности и формируют рыночный механизм хозяйствования. Основными организационными принципами построения рынка являются:

*Принцип экономической свободы* – свободы выбора хозяйствующих субъектов. Потребители на рынке свободны в выборе благ, которые необходимы им, свободны в выборе сфер приложения своего капитала, вплоть до открытия своего дела. Свобода производителя проявляется в выборе отраслей, в которые направляется капитал, в свободном входе и выходе из отрасли, а также в свободном выборе экономического партнера.

*Рыночная конкуренция.* Конкуренция представляет собой экономическую борьбу между хозяйствующими субъектами за лучшие условия производства и сбыта продукции. Условия конкурентной среды на рынке анализируется по определённым параметрам:

- количество продавцов и покупателей на рынке;
- возможность продавцов и покупателей влиять на рыночную цену;
- вид выпускаемой продукции;
- наличие или отсутствие барьеров для выступления в отрасль;
- информированность хозяйствующих субъектов о состоянии рынка.

В зависимости от того, как на конкретном рынке проявляются эти параметры, конкуренция может быть либо совершенной (свободной), либо нет. В условиях совершенной конкуренции на рынке существует достаточное количество продавцов и покупателей, так что ни один из них не может повлиять на рыночную цену, выпускается стандартная, унифицированная продукция и отсутствуют барьеры для вступления в отрасль.

*Главенство потребителя на рынке.* На вопрос «Что производить?» отвечают потребители, предъявляя или не предъявляя спрос на те, или иные товары.

*Рыночное ценообразование.* Рыночные цены формируются исходя из рыночной конъюнктуры, т.е. соотношения между спросом и предложением в каждый данный момент времени. Отсутствуют другие механизмы формирования цен

*Открытость экономики.* В рыночной системе через национальную границу свободно перемещаются как блага, так и ресурсы, причем, в ту и другую стороны.

*Экономические связи* между хозяйствующими субъектами носят контрактный характер и преимущественно горизонтального типа, т.е. все хозяйствующие субъекты равны экономически.

*Государственное регулирование* экономики в той или иной степени.

Рынок выполняет ряд экономических функций в экономической системе, благодаря которым реализуется его механизм.

Информационная функция рынка заключается в том, что рынок информирует всех хозяйствующих субъектов о состоянии рыночной конъюнктуры.

ры, ценах, и других явлениях. На основе этой информации субъекты принимают решения и осуществляют определенную деятельность.

Ценообразующая функция заключается в том, что только на рынке, через соотношение спроса и предложения формируются цены, и не другого механизма способного осуществить это действие.

Регулирующая функция рынка заключается в том, что он с помощью определенных рычагов и инструментов регулирует основные товарно-денежные потоки, потоки доходов и ресурсов. В результате формируются совершенно определенные пропорции в национальной экономике.

Санитрующая функция заключается в том, что рынок стимулирует и поддерживает сильных товаропроизводителей и выталкивает, разоряет слабых.

Совокупность связанных между собой видов рынка образует рыночную *структуру* национальной экономики. Все рынки классифицируют в соответствии со следующими признаками:

- по территориальному признаку все рынки подразделяются на местные (рынок территориальных образований), внутренний (национальный рынок страны), внешний (международный рынок);
- по объекту продажи, различают рынки товаров, услуг и рынки экономических ресурсов (капитала, труда, информации, средств производства);
- по условиям конкурентной среды различают конкурентные (рынки свободных конкуренций), монополистические, олигополистические рынки;
- по объему или по количеству продаваемых товаров рынки бывают розничные и оптовые.

Функционирование любого рынка обеспечивается соответствующей инфраструктурой. Под *инфраструктурой* рынка понимают совокупность организаций, учреждений и предприятий, которые обеспечивают нормальное функционирование всех рыночных структур. К инфраструктуре *товарных* рынков относят: оптовую и розничную торговлю, товарные и товарно-сырьевые биржи, аукционы, ярмарки и т.п. К инфраструктуре *рынка труда* относят: биржи труда и службы занятости, службы подготовки и переподготовки кадров и иммиграционной службы. Инфраструктура *рынка капиталов* относят: валютные и фондовые биржи, банковскую систему, страховую систему, брокерские и аудиторские компании и т.п.. Общими инфраструктур-

ными элементами, которые относятся ко всем видам рынка относят транспорт, юридическое обслуживание и рекламу.

### 3. Спрос, закон спроса, детерминанты спроса.

*Спрос* представляет собой желание и возможность потребителя купить данный товар по данной цене в данный период времени. Спрос – это платёжеспособная потребность. В теории выделяют также категорию «величина спроса». *Величина спроса* – это определенное количество благ, которое потребитель желает и имеет возможность купить по данной цене и в данный момент времени. Основным параметром, который действует на потребительский спрос, является рыночная цена. Существует обратная зависимость между ценой на товар и величиной спроса на него, которая называется *законом спроса*. Сущность закона спроса заключается в том, что с ростом цены на товар, величина спроса на него падает и наоборот. Действие закона спроса объясняют следующими эффектами:

1. *Эффектом дохода* – с падением цены на товар, его начинают покупать больше, т.к. это означает рост реального дохода покупателя.

2. *Эффект замещения* – когда товар дешевеет, он дешевеет относительно других товаров, им начинают замещать другие товары.

3. *Действие закона убывающей предельной полезности*. Предельная полезность – это дополнительная полезность, которую приносит каждая дополнительная потребляемая единица блага. По мере потребления, какого-либо блага потребность в нем удовлетворяется и каждая дополнительно потребляемая единица приносит все меньше удовлетворения потребителю, т.е. предельная полезность снижается, зная это, потребитель будет покупать больше блага только в том случае, если цена на него будет падать.

Закон спроса проявляется не всегда. В экономике могут возникать ситуации, когда обратная зависимость между изменением цены и величины спроса не проявляется. Это происходит:

1. В случае ажиотажного спроса на товар, т.е. в условиях дефицита.
2. В отношении произведений искусства, антиквариата и других предметов роскоши.
3. Когда покупатель благодаря возросшим доходам перенёс свой спрос на другие товарные группы.

Действие закона спроса иллюстрируется кривой спроса. Для ее построения можно использовать данные таблицы 1.

Таблица 1

Цена за 1 тонну в долл.	5	4	3	2	1
Величина спроса в т.	10	20	35	55	80

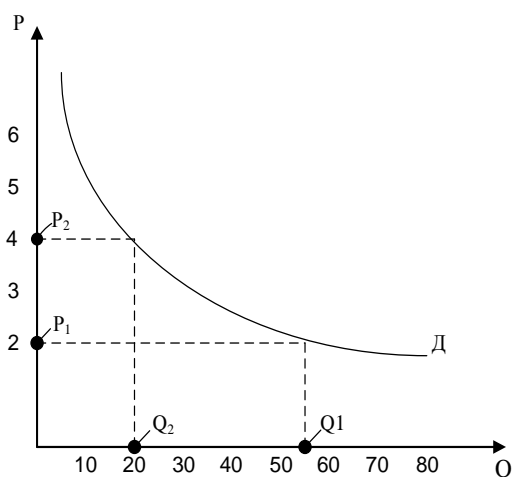


Рисунок 1 Кривая спроса на товар.

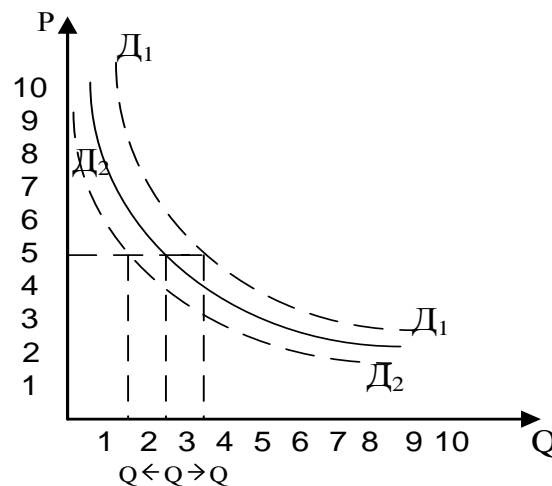


Рисунок 2. Действие на спрос неценовых факторов

Кроме цены, на потребителя могут оказывать воздействие различные факторы, в результате чего происходит изменение *в спросе*. Спрос либо растёт, либо падает, при этом цена на товар остается неизменной. Эти факторы называются *неценовыми детерминантами*. К неценовым факторам спроса относят:

1. Предпочтения и вкусы потребителей (под воздействием моды, рекламы, сезонных изменений, вкусы и предпочтения покупателей могут меняться).
2. Количество покупателей на рынке (чем больше покупателей, тем больше спрос).
3. Доходы потребителей. В зависимости то того, как меняется спрос на товар, при изменении доходов потребителей, все товары делятся на две группы:
  - нормальные товары (товары высшей категории);
  - заменители, суррогаты (товары низшей категории).

Если с ростом доходов потребителей, спрос на товар растёт – это товар высшей категории, а если падает – то низшей категории. Если с падением доходов, спрос на товар растёт, то это товар низшей категории, а если наоборот – то высшей категории.

4. Цены на сопряженные товары. К сопряженным, относят либо взаимозаменяемые товары, либо взаимодополняемые товары. Если два товара является взаимозаменяемыми, то с ростом цены на один из них, спрос на другой растет. Если два товара взаимодополняемые, то с ростом цены на один из них, спрос на другой товар падает.
  5. Потребительские ожидания. Воздействие неценовых факторов на рынке и спрос
- 
4. Предложение, закон предложения, детерминанты предложения.

*Предложение* – это желание или возможность производителя произвести и поставить на рынок данный товар по данной цене в данный период времени. *Величина предложения* – это определенное количество товаров, которое производитель желает произвести и поставить на рынок, по данной цене и в данный период времени. При прочих равных условиях рост рыночной цены приводит к росту величины предложения, т.е. между ценой и величиной предложения существует прямая зависимость, которая называется *законом предложения*. Закон предложения действует при определенных условиях. Прямая зависимость между ценой и величиной предложения проявляется, если издержки производства остаются не измененными. Действие закона предложения зависит также, от временного интервала. В краткосрочном периоде закон предложения, как правило, не проявляется, так как производители не успевают отреагировать на изменение цены. В долгосрочном периоде закон предложения проявляется практически всегда, так как производители достаточно времени, чтобы среагировать на изменение. Закон предложения иллюстрируются кривой предложения.



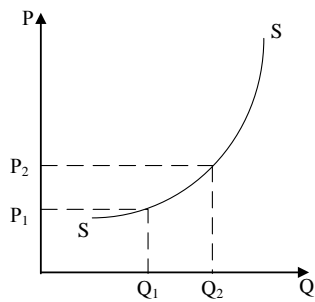


Рисунок 3: Кривая предложения на товар.

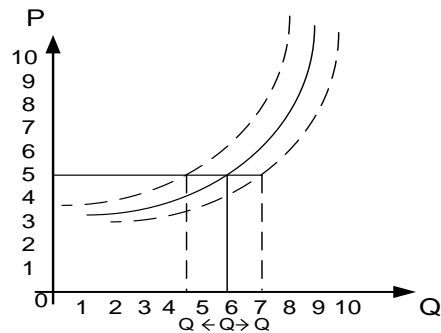


Рисунок 4: Неценовые факторы предложения.

Перемещение по кривой предложения иллюстрирует изменение *величины* предложения или действие закона предложения. Кроме цены на предложение воздействует и неценовые факторы, в результате чего происходит изменение *в предложении*.

К неценовым факторам ( детерминантам) предложения относят:

1. Изменение цен на ресурсы (если цены на ресурсы растут, то растут издержки производства и предложение сокращается).
2. Количество продавцов на рынке (чем больше продавцов, тем больше предложения).
3. Состояние технологий – использование более совершенных технологий, приводит к сокращению издержек и росту предложения.
4. Налоги и субсидии.

Действие неценовых факторов иллюстрируется сдвигом кривой предложения в положение  $S_1$ , либо  $S_2$ .

## 5. Рыночное равновесие и его анализ.

Ситуация на рынке, когда цена по которой потребитель желает купить данное количество товара удовлетворяет продавцов и они готовы по ней продать данное количество товара называется *рыночным равновесием*, и иллюстрируется следующим графиком:

$P_E$  – цена равновесия, или равновесная цена;

$Q_D = Q_S$  – уравнение равновесия на единичном рынке

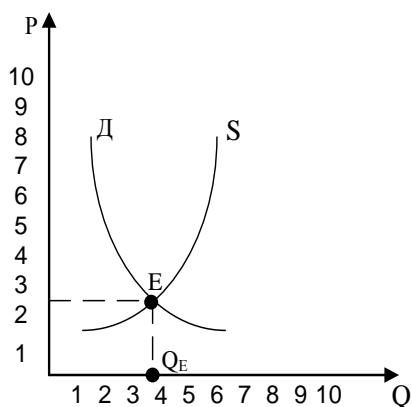


Рисунок 5: Рыночное равновесие.

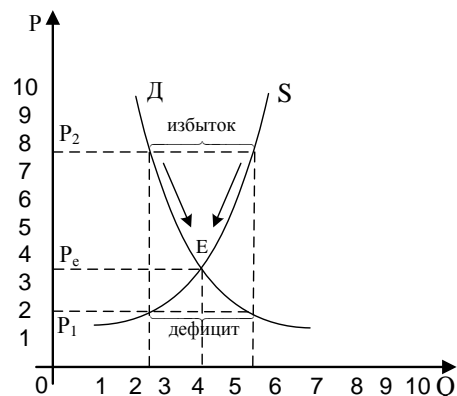


Рисунок 6: Ситуации избытка и дефицита на рынке.

На рынке конкуренция приводит в соответствие спрос и предложение, так что интересы продавцов и интересы покупателей совпадают. Однако рыночные цены могут колебаться и не совпадать с равновесным уровнем цены, и тогда наблюдаются следующие ситуации:

1.  $P_1$  – рыночная цена,  $P_e$  – равновесная цена,  $P_1 \leq P_e$ , тогда  $Q_{D1} \geq Q_{S1}$ , на рынке возникает дефицит. В условиях дефицита цены имеют тенденцию к росту до равновесного уровня, причем эту тенденцию формируют покупатели. Это происходит потому что, на потребителя в условиях дефицита воздействует условия неблагоприятные факторы, такие, как:

- абсолютное недопотребление блага, так как при низкой цене спрос на товар больше предложения и какая-то часть населения его вообще не может купить;
- в условиях дефицита возникают очереди;
- существование черного рынка, на котором цены, как правило, всё равно выше. Покупатели приобретают товар по ценам выше, чем на рынке и при этом идёт перераспределение доходов. Высокие цены рынка не оказывают никакого влияния на производителя. Таким образом, в условиях дефицита цены постепенно растут до равновесного уровня.

2.  $P_2 \geq P_e$ , тогда  $Q_{S2} \geq Q_{D1}$ , на рынке наблюдается избыток. Тенденция цены к снижению формируют производители. Это происходит потому что, если товар не будет реализован, производители не только не получают прибыли, но и не возместят издержки, чтобы с этим не столкнуться они идут на снижение цен.

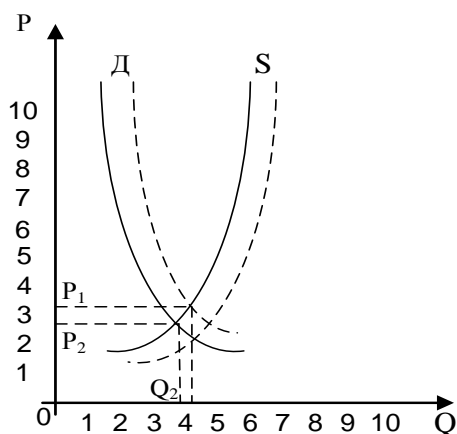


Рисунок 7: Изменение рыночного равновесия при увеличении спроса и предложения.

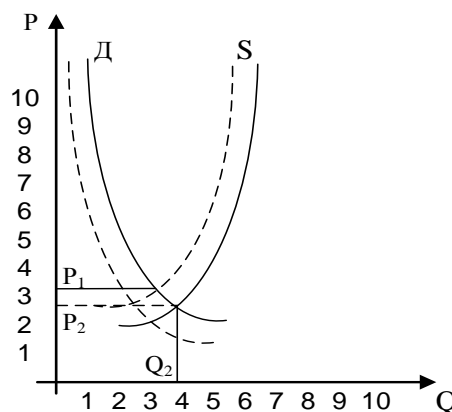


Рисунок 8: Рыночное равновесие при уменьшения спроса и предложения

Стихийный механизм рыночной конкуренции позволяет регулировать величину спроса и предложения и регулятором выступает *рыночная цена*. Равновесное состояние может быть устойчивым, не устойчивым, локальным и глобальным.

*Устойчивое равновесие* – наблюдается в случае, когда колебание цены в результате заканчивается установлением либо одной цены, либо коридором цен. Если устанавливается одна цена на товар, наблюдается *абсолютное равновесие*, если устанавливается коридор цен – *относительное равновесие*.

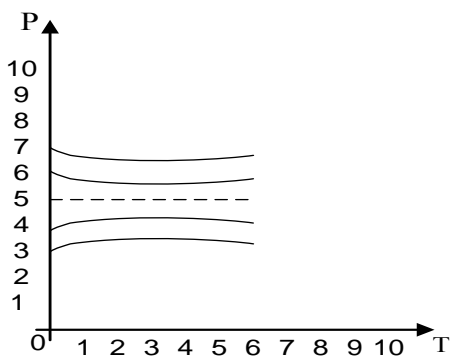


Рисунок 9: Относительное равновесие.

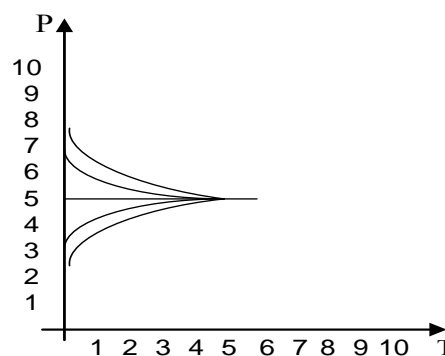


Рисунок 10: Глобальное равновесие.

На рынке может наблюдаться локальная устойчивость, когда равновесие достигается лишь в определенном интервале цен и глобальное равновесие, когда цены сходятся в одну.

## 6. Эластичность спроса. Коэффициенты эластичности спроса.

Эластичность, как экономическая категория, показывает степень изменения одного параметра под воздействием изменения другого параметра. На величину спроса могут оказывать воздействия различные факторы, но анализируют воздействие трех основных. Таким образом, эластичность спроса показывает степень изменения спроса при изменении цены, дохода потребителя и цен сопряженных товаров.

*Эластичность спроса по цене* или ценовая эластичность спроса показывает степень изменения величины спроса при изменении цены товара. Измеряют эластичность спроса по цене с помощью коэффициента ценовой эластичности спроса. Для подсчета ценовой эластичности спроса используют формулу:

$$E_D^P = \left| \frac{\Delta Q_D \%}{\Delta P_D \%} \right|$$
$$\Delta Q_D = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \cdot 100\%$$
$$\Delta P_D = \frac{P_1 - P_0}{P_0} \cdot 100\%$$

Эластичность спроса по цене, как правило, зависит:

- от наличия (количества) имеющихся заменителей товара;
- от доли товара в расходах потребителя;
- от значимости товара для жизни потребителя (лекарства);
- от величины запасов товара;
- от величины доходов потребителя.

В силу того, что закон спроса отражает обратную зависимость между ценой на товар и величиной спроса на него, коэффициент ценовой эластичности спроса всегда имеет отрицательное значение. В экономическом анализе значение этого коэффициента берут по абсолютной величине и анализируют значение самой цифры. Ценовая эластичность спроса может меняться в широком диапазоне от 0 до  $\infty$ , и при анализе коэффициента эластичности спроса по цене используют три основных значения этого коэффициента:

1.  $E_D^P = 1$  – единичная эластичность спроса по цене. Цена и величина спроса меняются пропорционально или на одну и ту же величину, т.е. изменение цены на 1% ведёт к изменению величины спроса на 1%. На графике значение ценовой эластичности спроса иллюстрируется углом наклона линии спроса на  $45^\circ$ .

2.  $E_D^P > 1$  – эластичный спрос по цене. Это значит, что изменение цены на 1% ведет к изменению величины спроса больше чем на 1%. Если значение коэффициента  $E_D^P \rightarrow \infty$  - это означает, что спрос по цене является абсолютно эластичным.

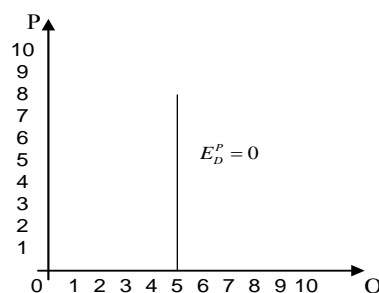
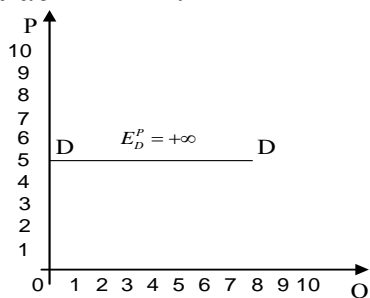


Рисунок 11: Абсолютно эластичный спрос. Рисунок 12: Абсолютно не эластичный спрос.

3.  $E_D^P < 1$  – спрос по цене не эластичен. Это означает, что изменение цены на 1% приводит к изменению величины спроса меньше чем на 1%. Как правило, неэластичный спрос наблюдается в отношении следующих товаров: товаров первой необходимости, уникальных товаров (товаров, не имеющих близких заменителей), жизненно-важных товаров (лекарства), товаров с собственной незначительной стоимостью (например, спички, скрепки и т.п.).

Если  $E_D^P = 0$  – спрос по цене абсолютно не эластичен. Это значит, что при любом изменении цены, величина спроса на товар не изменяется.

Знание ценовой эластичности спроса очень важно для продавцов, так как от этого зависит величина их валовой выручки. Существуют следующие зависимости:

$$TR = P \cdot Q \text{ – валовая выручка.}$$

Если спрос на товар эластичен, т.е.  $E_D^P \geq 1$ , то валовая выручка TR и цена P меняются в разных направлениях.

При  $E_D^P > 1$  - P↓↑, TR↑↓;

При  $E_D^P < 1$  - P↓↑, TR↓↑;

При  $E_D^P = 1$  - P↓↑, TR = const;

*Эластичность спроса по доходу  $E_D^Y$*  - показывает степень изменения величины спроса, при изменении доходов покупателя.

$$E_D^Y = \frac{\Delta Q_D \%}{\Delta Y \%}$$

1.  $E_D^Y \geq 1$  – эластичный спрос по доходу. Существует на товары не первой необходимости, т.е. на товары роскоши.
2.  $0 < E_D^Y < 1$  – товар первой необходимости.
3.  $E_D^Y < 0$  – недоброкачественный или второсортный товар.

*Перекрёстная эластичность спроса* – степень изменения величины спроса на один товар X, при изменении цены сопряжённого товара Y. Сопряжённые товары – взаимодополняемые и взаимозаменяемые товары.

$$E_D^P = \Delta Q_D^X \% \div \Delta P_D^Y \%$$

1.  $E^{x,y}_D > 0$  – два товара взаимозаменяемые.
2.  $E^{x,y}_D < 0$  – два товара взаимодополняемые.

## 7. Эластичность предложения. Коэффициенты эластичности предложения.

*Ценовая эластичность предложения* – категория, показывающая степень изменения величины предложения при изменении цены.

$$E_S^P = \frac{\Delta Q_S \%}{\Delta P_S \%}$$

Ценовую эластичность предложения анализируют для разных временных интервалов. Это происходит потому, что в кратком периоде предложение практически не реагирует на изменение цены. В долгосрочном периоде производство в состоянии перестроится, в зависимости от изменения цены и эластичность предложения растёт.

1.  $E_S^P = 1$  – единичная эластичность предложения по цене. Это значит, что изменение цены на 1% приводит к изменению величины предложения 1%. Это также означает, что цена и величина предложения меняются пропорционально.

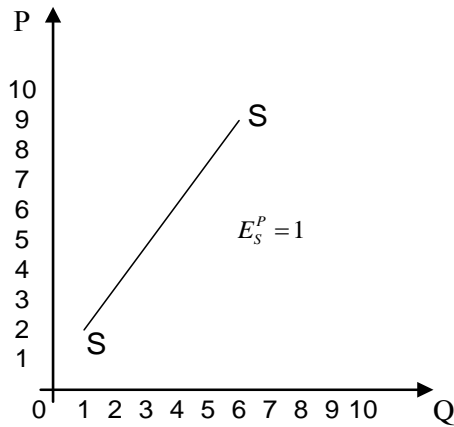


Рисунок 13: Единичная эластичность предложения.

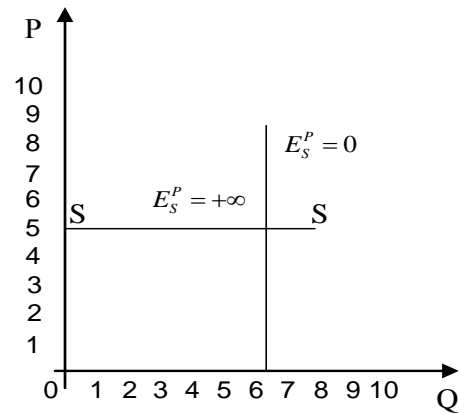


Рисунок 14: Абсолютно эластичное и абсолютно не эластичное предложение.

2.  $E_s^P > 1$  – предложение эластично по цене. Это значит, что изменение цены на 1% ведет к изменению величины предложения больше, чем на 1%. Если  $E_s^P \rightarrow \infty$  - это значит, абсолютно эластичное по цене предложение. На графике кривая предложения представляет собой горизонтальную прямую линию.

3.  $E_s^P < 1$  – не эластичное по цене предложение. Это значит, что изменение цены не 1% ведет к изменению величины предложения меньше чем на 1%. Если  $E_s^P = 0$ , то наблюдается абсолютно не эластичное предложение. На графике – это горизонтальная прямая линия.

### Тема 3. Поведение потребителей на рынке.

1. Теории потребительского выбора.
2. Кривые безразличия и их экономический анализ.
3. Линии бюджетных ограничений. Равновесное состояние потребителей на рынке.

#### 1. Теории потребительского выбора.

Классическая теория рассматривала полезность блага в неразрывной связи со стоимостью товара. Полезность и стоимость представляли, по их мнению, два свойства любого блага. Полезность вещи определяла ее потребительную стоимость, а *стоимость* товара определялась затратами общественно необходимого труда (труда при общественно нормальных условиях производства и среднем уровне умелости и интенсивности труда).

Представители неоклассической школы (маржиналисты) соглашались с тем, что полезность вещи определяется её натуральными свойствами (качеством). Стоимость товара они определяли ценностью вещи для потребителя, понимая под ценностью степень важности блага для потребителя. В результате они создали целую систему понятий, с помощью которых определяли, каким образом потребители на рынке выбирают товар, и как каждый потребитель определяет ценность конкретного блага для себя. По их мнению, на рынке товары покупаются ради потребления. Потребляя благо, потребитель стремится максимизировать (увеличить) общую полезность этого блага. Поэтому в анализе они использовали следующие категории:

*полезность блага* – это способность экономического блага удовлетворять одну или несколько человеческих потребностей;

*общая полезность блага (TU)* – это суммарная полезность, которую приносит потребителю весь набор потребляемого блага;

*предельная полезность блага (MU)* – это дополнительная полезность, которую приносит потребителю каждая дополнительно потребляемая единица блага;

*функции полезности* – функция, показывающая убывание предельной полезности блага с ростом его количества:

$$MU = \frac{d(TU)}{dQ}.$$

Маржиналисты утверждали, что процесс потребления блага имеет свои закономерности:

1. Большая часть потребностей человека насыщается, т.е. постепенно удовлетворяется по мере того, как потребляется благо.
2. Переход от неполного удовлетворения потребности к её полному удовлетворению, происходит постепенно, а не внезапно.
3. По мере удовлетворения потребности, полезность блага уменьшается.

Когда потребность полностью удовлетворена общая полезность блага достигает своего максимального значения, а предельная полезность – минимального.

Попытка измерить абсолютную величину полезности каждого блага не принесла результата. В результате, было предложено измерять относительные полезности благ. Это осуществлялось с помощью сопоставления полезности двух благ при условии того, что оба блага в различных сочетаниях



одинаково полезны для потребителя. Для анализа применялся графический метод, путем построения кривых безразличия.

## 2. Кривые безразличия и их экономический анализ.

В соответствии с теорией ординалистов потребителям необходимо сделать выбор между наборами благ. Таких наборов может быть какое угодно количество. При этом потребитель ограничен либо ценами, либо доходами.

При анализе используется графический метод, путём построения кривых безразличия.

Наборы потребительских благ.

Таблица 1.

Одежда (ед.)	10	7	5	4	3	2
Продукты питания (ед.)	5	10	20	30	45	56

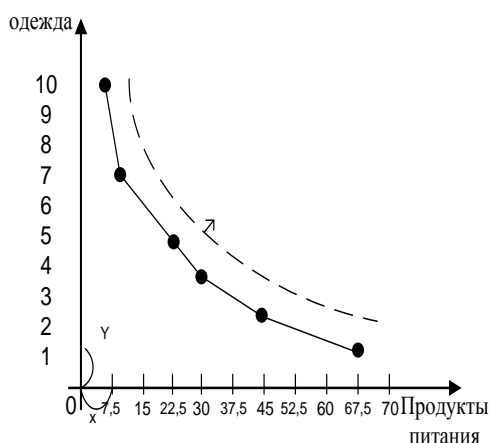


Рисунок 15. Кривые безразличия потребителя.

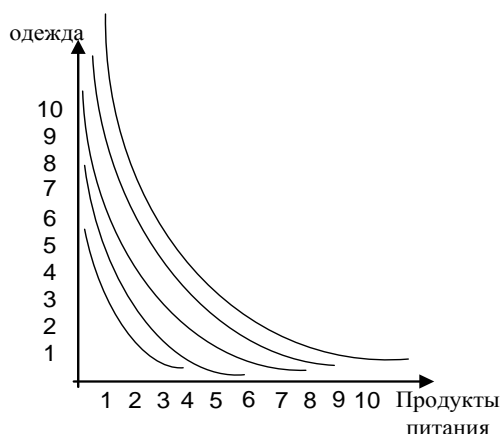


Рисунок 16. Семейство кривых безразличия.

Кривая безразличия показывает различные комбинации двух благ, имеющих одинаковую полезность для потребителя. Перемещаясь по кривой безразличия, анализируют возможные сочетания двух благ для потребителя.

Кривые безразличия имеют отрицательный наклон, выпуклый относительно начала координат. Чем выше и правее располагается кривая безразличия, тем больше удовлетворения потребителю приносят представляемые ею комбинации двух благ. Выделяют зону замещения – участок кривой безразличия, на

котором возможна эффективная замена одного блага другим. Предельная норма замещения (MRS) – количество, на которое потребление одного из двух благ должно быть увеличено (уменьшено), чтобы полностью компенсировать потребителю уменьшение (увеличение) потребления другого блага на одну дополнительную (предельную) единицу. Количество продуктов питания X означает, что потребитель никогда не откажется от его потребления и никогда не заменит его на другое благо.

Для каждой пары благ возможны различные сочетания, которые представлены множеством кривых безразличия. Эти множества называются семейством кривых безразличия, представленные на рисунке 2.

### 3. Линии бюджетных ограничений. Равновесное состояние потребителя на рынке.

Для определения варианта, который будет для потребителя оптимальным, карты кривых безразличия совмещают с *линией бюджетных ограничений* потребителя. Линия бюджетных ограничений – это линия, все точки которой показывают возможные комбинации двух экономических благ, которые может приобрести потребитель при данном бюджете и данных ценах на товары. Бюджетные ограничения иллюстрируются с помощью линии бюджетных ограничений.

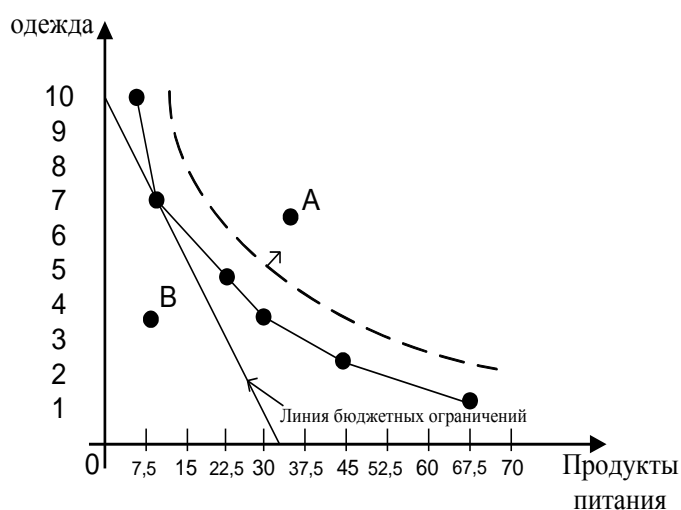


Рисунок 17: Равновесное состояние потребителя на рынке.

Если суммарный доход – 7000 руб. в неделю, при этом 1 единица одежды стоит 700 руб., а 1 единица продуктов питания – 200 руб., то потребитель может купить либо:

$$Q_{\text{одежды}} = 7000 : 700 = 10 \text{ ед.,}$$

либо

$$Q_{\text{прод. пит.}} = 7000 : 200 = 35 \text{ ед.}$$

Каждая точка на линии бюджетных ограничений показывает количества двух товаров, которые может купить потребитель, расходуя полностью свой бюджет. При этом цены остаются неизменными. Все варианты покупки двух товаров, которые находятся выше и правее линии бюджетных ограничений

(точка А) неосуществимы, т.к. на покупку такого количества двух товаров у потребителя нет денег. Все варианты покупки двух товаров, которые находятся ниже и левее линии бюджетных ограничений (точка В) свидетельствуют о том, что потребитель не полностью расходует свой бюджет, т.е. сберегает.

Линия бюджетных ограничений может сдвигаться либо вверх и вправо (это возможно, когда растёт доход потребителя или когда снижаются цены), либо вниз и влево (когда снижается доход потребителя или растут цены).

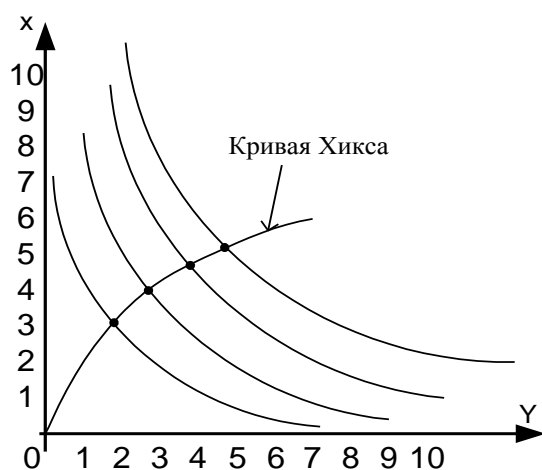


Рисунок 18: Кривая Хикса

Если линию бюджетных ограничений наложить на карту кривых безразличия, то всегда найдётся точка, в которой линия бюджетных ограничений коснётся одной из кривых безразличия. Эта точка касания будет характеризовать равновесное состояние потребителя на рынке. *Равновесие потребителя на рынке означает, что потребитель максимально удовлетворил свои потребности в*

*обоих товарах на имеющийся у него доход.* При этом предельная полезность пропорциональна ценам обоих товаров.

Кривая Хикса показывает, в какой степени, изменение доходов потребителей влияет на их потребление. Если с ростом доходов пропорционально растут расходы на потребление, угол наклона кривой Хикса равен  $45^\circ$  (Рис.2).

Если проанализировать расходы потребителей на различные товары и их изменение при изменении доходов с помощью кривых Хикса, то получим иллюстрацию законов Энгеля (рисунок 3).

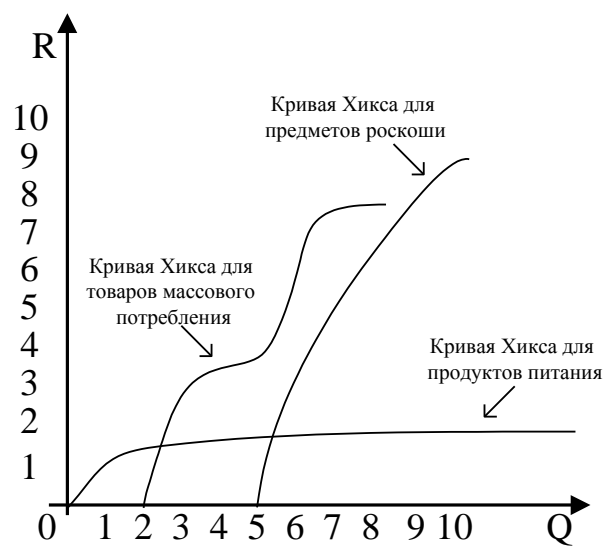


Рисунок 19: Семейство кривых Хикса

В теории, при анализе поведения потребителя различают функциональный и нефункциональный спрос. Функциональный спрос формируется под воздействием цены товара, а нефункциональный

спрос формируется под воздействием нескольких эффектов.

*Эффект присоединения к большинству* проявляется в том, что спрос на товар начинает расти, т.к. потребители желают его приобрести потому, что он есть у других. В теории также есть *эффект сноба*, который заключается в том, что потребитель никогда не будет покупать товар, который есть у всех. И *эффект Веблена* заключается в том, что часть потребителей будет покупать товары, даже если цены растут, для того, чтобы продемонстрировать своё превосходство. Этот эффект еще называют эффектом демонстративного потребления.

#### **Тема 4. Предпринимательство и его организационные формы**

1. Предпринимательство и собственность. Формы собственности.
2. Организационные формы предпринимательства. Единичное хозяйство. Партнёрство.
3. Акционерное общество: сущность и особенности функционирования.

##### **1. Предпринимательство и собственность. Формы собственности.**

Предпринимательство представляет собой деятельность, которая, как правило, осуществляют фирмы для получения прибыли или дохода. Считается, что целью предпринимательской деятельности является максимизация прибыли. Содержанием предпринимательской деятельности является поиск таких комбинаций имеющихся ресурсов, которые обеспечивают реализацию цели.

Субъектами предпринимательской деятельности могут быть граждане и их объединения. При осуществлении предпринимательской деятельности у фирмы может быть или не может быть статус юридического лица. *Юридическое* лицо, положения которого предполагают наличие официального разрешения на осуществление предпринимательской деятельности, наличия лицевого счёта и печати. Юридическое лицо отвечает по своим обязательствам и осуществляет предпринимательскую деятельность за свой счёт. Предприни-

матерьяская деятельность отличается от собственности и собственников, хотя они могут и совпадать.

Собственность представляет собой экономические отношения между людьми по поводу присвоения материальных благ. Присвоение реализуется в распоряжении, владении и пользовании материальными благами. Собственность экономически реализуется, когда приносит доход своим собственникам. Доход, который формируется в результате предпринимательской деятельности, называется прибылью

Предпринимательскую деятельность могут осуществлять как собственники экономических ресурсов, так и наемные менеджеры, которые собственниками не являются. Предпринимательская деятельность может осуществляться на фирмах и предприятиях. Фирма является юридически оформленной единицей предпринимательской деятельности, хозяйственным звеном, которое реализует собственные интересы посредством организации и осуществления производства.

Предприятие – это хозяйственное звено, в рамках которого осуществляется соединение факторов производства для создания товаров и услуг. Предприятие может иметь или не иметь статус юридического лица. Предприятия являются структурным подразделением фирмы. Хозяйствующие субъекты, прежде всего, определяют, кто будет нести ответственность за предпринимательскую деятельность, т.е. кто будут юридическим собственником.

Различают следующие организационные формы предпринимательской деятельности:

1. Единоличное хозяйство. Где предприниматель и собственник – одно и то же лицо.
2. Партнёрство или товарищество.
3. Корпорации или акционерные общества.

2. Организационные формы предпринимательства.  
Единоличное хозяйство. Партнёрство.

*Единоличное хозяйство* является организационной формой предпринимательской деятельности, в которой предприниматель и собственник – одно и то же лицо. Такая форма может быть образована, если в ней существует полная хозяйственная самостоятельность и собственник одновременно сам

организует и осуществляет производство. Являясь непосредственным собственником фирмы, предприниматель имеет полное право и единолично распоряжаться полученным доходом. Именно это делает привлекательными единоличные хозяйства. К недостаткам единоличного хозяйства относят:

- в единоличном хозяйстве отсутствует специализация в управлении;
- в таких фирмах функционирует незначительный по величине капитал;
- в таких фирмах существует неограниченная ответственность, т.е. владелец фирмы отвечает по своим обязательствам не только активами фирмы, но и всем своим имуществом.

Единоличные хозяйства в странах с рыночной экономикой по количеству составляют 50-70% от общего количества фирм, хотя на их долю приходится не более 20% валового внутреннего продукта. Считается, что в основном единоличные хозяйства формируют конкурентную среду. В нашей стране единоличные хозяйства, как правило, относят к малому бизнесу.

Партнёрство (или товарищество) – это форма предпринимательской деятельности, в которой объединяется капитал нескольких собственников, как правило, двух-пяти. К достоинствам партнерств относят:

- значительный по объёму капитал;
- существует специализация в управлении фирмы, что делает более эффективной её деятельность.

Недостатками партнерств являются:

- высокий риск различного рода конфликтов, которые могут возникнуть между партнёрами. В результате, эти фирмы являются нестабильными, т.к. могут прекратить своё существование в любой момент;
- в партнёрствах сохраняется неограниченная ответственность;
- в силу нестабильности, партнёрства, как правило, возникают в отраслях и сферах, где невелика доля материальной составляющей. Это делается для того, чтобы при ликвидации фирмы можно было легко поделить её активы.

Партнёрства в основном возникают в сфере услуг, в юриспруденции, в консультационных компаниях и т.д.

### 3.Акционерное общество: сущность и особенности функционирования.

Акционерное общество (или корпорация) является организационной формой предпринимательства, в которой объединяются капиталы многих собственников, посредством выпуска ценных бумаг (прежде всего акций). Акционерные общества создаются там, где необходим большой по объёму капитал, и где удовлетворяются интересы многих, и индивидуальному частному интересу не выгодно реализоваться в этой сфере. Если акции свободно продаются и покупаются, то акционерное общество является *открытым*. Если акции распространяются среди ограниченного круга лиц и никогда не попадают на фондовые биржи, то оно является *закрытым*.

Различают двухзвенную и трёхзвенную структуры управления акционерным обществом. В двухзвенной структуре первое звено – это общее собрание акционеров – главный орган управления акционерным обществом. Все вопросы жизнедеятельности фирмы решаются на общем собрании через голосование. Второе звено – это правление акционерным обществом. Оно осуществляет текущее руководство фирмой, т.е. непосредственно занимается предпринимательской деятельностью. В трёхзвенной структуре к двум звеньям двухзвенной структуры добавляется наблюдательный совет, в том случае, когда необходим контроль над правлением акционерным обществом.

При организации акционерного общества выпускают (или осуществляют) *эмиссию* ценных бумаг. Суммарная стоимость ценных бумаг, при этом, равняется уставному капиталу акционерного общества.

*Акция* – это ценная бумага, которая удостоверяет долю собственника акции в акционерном обществе, даёт право на участие в управлении акционерным обществом и право на получение части прибыли в форме *дивиденда*.

Различают следующие виды акций:

- *именные акции*. Эти акции принадлежат конкретному лицу, которое не имеет право их продавать и передавать по наследству;
- акции на предъявителя. Они принадлежат фактическому владельцу, т.е. лицу, которое их купило в данный момент;
- *привилегированные акции*. Дают право своим владельцам получать фиксированный доход вне зависимости от результатов деятельности фирмы, но не дают право голоса. Они в первую очередь возмещаются при ликвидации акционерного общества;

- *обыкновенные акции*. Они свободно продаются. Дают право на получение дивиденда по результатам деятельности фирмы. Право на участие в управлении реализуется через голосование на общем собрании акционеров.

Количество голосов всегда соответствует доле акций в акционерном капитале. Все решения на годовом собрании принимаются большинством голосов. При этом, как правило, контроль за деятельностью акционерного общества осуществляют те хозяйствующие субъекты, кому принадлежит контрольный пакет акции. По нашему законодательству это 50% + 1 акция.

Номинальная стоимость акции – это стоимость акции при её эмиссии. Она свидетельствует о доле в уставном капитале акционерного общества. На рынке ценных бумаг акции продаются и покупаются по рыночной цене, которая называется *курсом акции*.

$$\text{Курс акций} = \frac{\text{Дивиденд}}{\text{Ставка процента}} \cdot 100\%$$

Курс акций находится в прямой зависимости от величины ожидаемых дивидендов и в обратной зависимости от ставки процента. Ставка процента – это учётная ставка, или ставка процента, под которую можно положить деньги в банк.

Кроме акций акционерные общества могут выпускать *облигации*, которые также являются ценными бумагами. Они гарантируют получение фиксированного дохода в виде процента и не дают право голоса. Облигации являются свидетельством заёмного капитала, т.е. корпорации прибегают к выпуску облигаций тогда, когда они хотят привлечь дополнительные денежные средства, при этом, не расширяя круг акционеров.

Достоинства акционерных обществ:

- в акционерных обществах существует ограниченная ответственность, т.е. собственники акций рискуют только средствами, вложенными в эти ценные бумаги и ничем больше;

- владельцы временно свободных денежных средств могут покупать акции различных корпораций, тем самым, снижая риск своих инвестиций;

- в корпорациях функционирует значительный по размеру капитал, поэтому как правило акционерные общества существуют, как правило, в тех



отраслях, где проявляется положительный эффект от масштаба производства. В результате они получают добавочный доход;

- в силу того, что в акционерных обществах собственность и предпринимательство разъединены, они являются самой устойчивой фирмой предпринимательской деятельности.

Недостатки акционерных обществ:

1. Достаточная сложность в организации акционерных обществ.
2. Большинство мелких держателей акций являются формальными собственниками, т.к. их право голоса является формальным.
3. В некоторых акционерных обществах до сих пор существует двойное налогообложение, т.е. с одного дохода дважды взимаются налоги.

## **Тема 5. Теория производства фирмы**

1. Производственная функция и деятельность фирмы в краткосрочном периоде.
2. Классификация издержек производства:
  - 2.1 в зависимости от объёма производства;
  - 2.2 в зависимости от собственности на ресурсы;
  - 2.3 в зависимости от особенностей оборота капитала.
3. Деятельность фирмы в долгосрочном периоде
4. Экономическое содержание доходов. Прибыли и её виды. Норма прибыли.
5. Равновесие фирмы в условиях совершенной и несовершенной конкуренции.

### 1. Производственная функция и деятельность фирмы

в краткосрочном периоде.

Каждая фирма, осуществляя производство, стремится выбрать такой вариант, который позволил бы ей получить максимальную прибыль при минимальных затратах. Затраты фирмы, связанные с приобретением факторов производства называются издержками производства фирмы. Процесс выбора оптимального варианта производства в теории анализируется с помощью производственной функции:

$$Q = f(r_1, r_2, \dots, r_n),$$

где  $Q$  – объём производства фирмы,  $r_1, r_2, \dots, r_n$  – используемые фирмой факторы производства.

Производственная функция анализируется для различных временных интервалов, которые выделяются в зависимости от того, как меняется качественный и количественный состав факторов производства. Факторы производства, которые в течение данного периода времени не меняют свой качественный или количественный состав называются *постоянными*. Соответственно, факторы производства, которые меняют свой качественный или количественный состав, называются *переменными*. Период времени, в течение которого хотя бы один фактор остаётся постоянным, называется *краткосрочным периодом*. Период времени, в течение которого все факторы производства становятся переменными, называется *долгосрочным периодом*.

Основной закономерностью изменения издержек в краткосрочном периоде является действие закона убывающей предельной отдачи или убывающей предельной производительности.

Предельная отдача факторов производства – это дополнительная продукция, которая производится при увеличении используемого ресурса на единицу.

Суть закона предельной убывающей отдачи заключается в том, что расширение производства за счет увеличения степени использования только одного из всех видов ресурсов ведет к росту эффективности лишь до определенного уровня, после которого общая эффективность начнет снижаться.

Действие этого закона предполагает неизменность технологического уровня производства и поэтому переход к более прогрессивным технологиям может повысить отдачу независимо от того постоянные или переменные факторы задействованы в процессе производства.

## 2. Классификация издержек производства:

- 2.1 в зависимости от объёма производства;
- 2.2 в зависимости от собственности на ресурсы;
- 2.3 в зависимости от особенностей оборота капитала.

## 2.1 Классификация издержек производства в зависимости от объема производства.

В зависимости от объема производства все издержки фирмы делятся: на постоянные издержки, переменные издержки и валовые издержки.

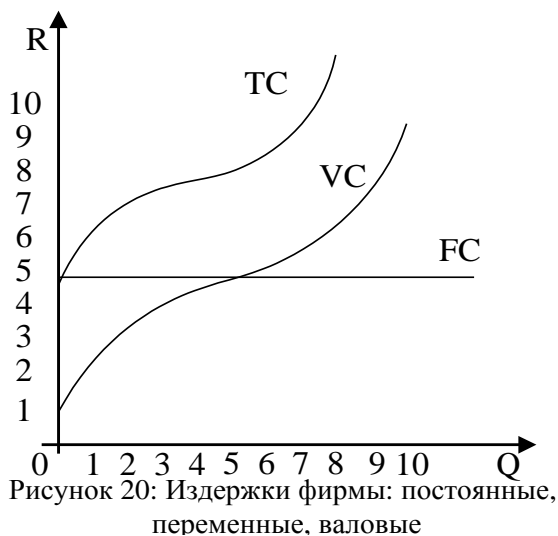


Рисунок 20: Издержки фирмы: постоянные, переменные, валовые

*Постоянные издержки - FC.* Они не зависят от объема производства, т.е. существуют даже тогда, когда фирма ничего не производит. К ним относятся: годовая амортизация; арендная плата; плата за банковский кредит; зарплата административно-управленческого аппарата; местные налоги; затраты, связанные с поддержанием оборудования в рабочем состоянии.

*Переменные издержки – VC.* Это издержки, которые зависят от объема производства. К ним относятся: затраты на сырье, материалы, полуфабрикаты, электроэнергию и т.д.; зарплата производственных работников.

*Общие или волновые издержки – TC.* Это сумма постоянных и переменных издержек фирмы.

$$TC = FC + VC;$$

Для анализа экономической эффективности фирмы используют понятие *средних издержек*, которые рассчитываются на единицу продукции.

*Средние постоянные издержки (AFC)* – это постоянные издержки, которые приходится на единицу продукции:

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

*Средние переменные издержки (AVC)* – это переменные издержки, которые приходится на единицу продукции:

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

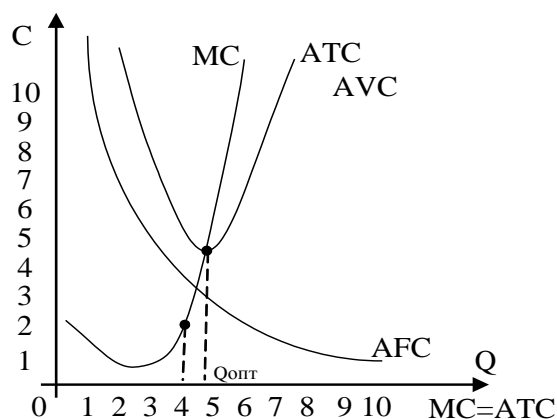


Рисунок 21: Издержки фирмы: средне-переменные, средне-постоянные, средне-валовые и предельные

*Средне валовые издержки (ATC)* – это валовые издержки, которые приходится на единицу продукции.

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

Для определения оптимального объёма производства фирмы в экономическом анализе используют категорию *предельных издержек* производства (MC). *Предельные издержки* – это дополнительные издержки, связанные с производством каждой дополнительной единицы продукции.

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

Если приращение происходит на 1 единицу, то предельные издержки определяются разницей между соседними значениями валовых издержек.

В условиях совершенной конкуренции различают 4 варианта экономического состояния фирмы, в зависимости от соотношения:

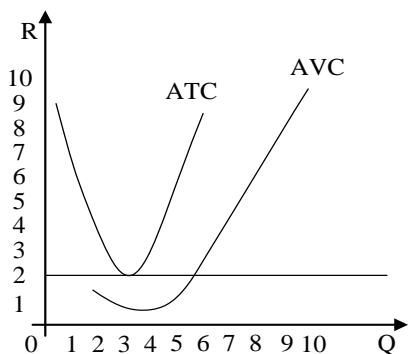


Рисунок 22: Ситуация предельной фирмы

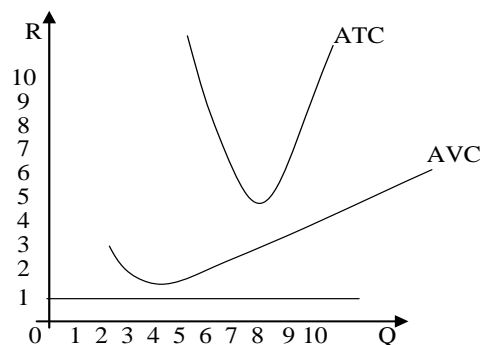


Рисунок 23: Ситуация запредельной фирмы.

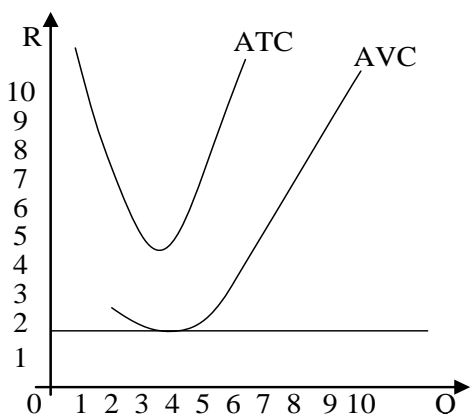


Рисунок 24: Ситуация допредельной фирмы

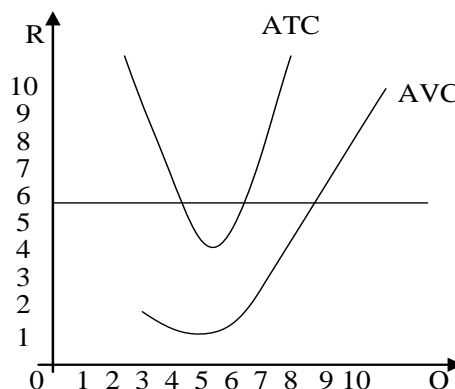


Рисунок 25: Ситуация допредельной фирмы со сверхприбылью

1) Если на рынке цена  $P_0 = AVC$  фирмы, это положение фирмы на рынке называют *предельная фирма*. В этом случае положение фирмы на рынке

таково, что она срочно должна принять меры по снижению издержек, иначе она должна будет уйти с рынка.

2) Если на рынке цена  $P_o$  меньше  $AVC$  и  $ATC$ , то наблюдается состояние *запредельной фирмы*. В этом случае продукция фирмы не конкурентоспособна и фирма должна уйти с рынка.

3) Если на рынке цена  $P_o = ATC$ , то это *допредельная фирма* с нормальной прибылью.

4) Если на рынке цена  $P_o$  больше  $AVC$  и  $ATC$ , то наблюдается *допредельная фирма* со сверхприбылью.

## 2.2 Классификация издержек производства в зависимости от собственности на ресурсы;

В зависимости от того какими ресурсами владеет фирма, а какие ей приходится покупать на рынке, все издержки делятся на внешние (явные) и внутренние (не явные).

*Внешние издержки* фирмы связаны с приобретением фирмой факторов производства на факторных рынках. Если у фирмы нет собственных ресурсов, она покупает их на факторных рынках.

*Внутренние издержки* связаны с использованием фирмой своих собственных ресурсов. Экономическую оценку внутренних издержек осуществляют исходя из возможных альтернативных вариантов использования соответствующего ресурса. Как правило, внутренние издержки используют только для оценки эффективности использования собственных ресурсов фирмы. Оценку доходности фирмы (рентабельности) осуществляют, только используя внешние издержки.

$$TC = TC_{\text{ВНЕШ}} + TC_{\text{ВНУТ}}$$

Общие издержки фирмы можно представить как сумму внешних и внутренних издержек.

## 2.3 Классификация издержек производства в зависимости от особенностей оборота капитала

Все экономические ресурсы, которые фирмы покупают на факторных рынках, называются производственным капиталом или производственными фондами.

Отдельные элементы производственных фондов по-разному участвуют в процессе производства и по-разному учитываются в издержках производства.

Любой производственный процесс фирма начинает с инвестиций, т.е. с вложения денег в производственные капиталы.



Процесс последовательного перемещения капиталов из сферы обращения в сферу производства, а затем обратно в сферу обращения называется круговоротом капитала. Время в течение, которого капитал возвращается в свою первоначальную форму, называется *временем оборота капитала*.

*Основной капитал* – это капитал, элементы которого используются в течение многих кругооборотов, при этом не меняют свою натуральную форму, а свою стоимость постепенно по частям переносят в издержки производства. Элементами основного капитала являются: здания, сооружения, станки, оборудование и т.д.

Степень износа элементов основного капитала оценивают с помощью категории *амортизационные отчисления (годовая амортизация)*.

*Годовые амортизационные отчисления* – это часть стоимости основного капитала, которая ежегодно переносится в издержки производства.

$$A_{год} = \frac{OK}{t};$$

где ОК – стоимость основного капитала, t – время, в течение которого используется основной капитал. Например, станок стоимостью 10 тыс. руб. должен эксплуатироваться в течение 5 лет. Тогда годовые амортизационные отчисления составят:

$$A_{год} = \frac{10}{5} = 2 \text{ тыс. руб}$$

$A^1$  (норма амортизации) – показывает за сколько лет основной капитал полностью изнашивается, т.е. полностью перенесет свою стоимость на стоимость готовой продукции.

$$A^1 = \frac{A_{год}}{OK} * 100\% ;$$

В нашем примере  $A^1 = \frac{2}{10} * 100\% = 20\%$  (износ);, т.е. через 5 лет основной капитал полностью изнашивается.

*Оборотный капитал* – это часть производственного капитала, которая потребляется в каждом производственном цикле целиком и полностью и свою натуральную форму переносит в готовую продукцию, а стоимость учитывается в издержках производства после каждого производственного цикла.

Каждая фирма, вкладывая деньги в определённый набор ресурсов, осуществляет производство того или иного блага. Чтобы снизить риски в кризисных ситуациях современные фирмы вкладывают капитал в разные отрасли. Такой процесс называется *диверсификацией капитала и производства*.

### 3. Деятельность фирмы в долгосрочном периоде

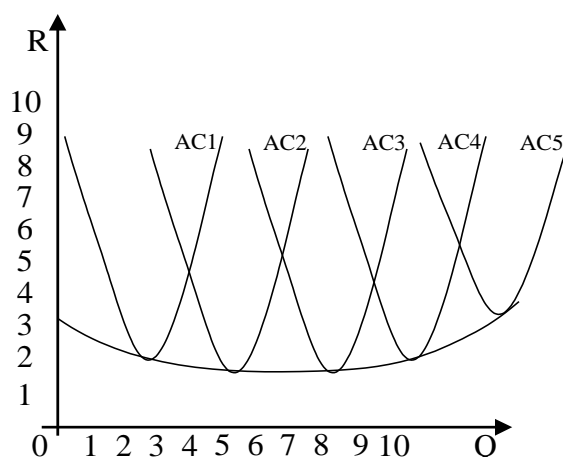


Рисунок 26: Динамика средневаловых издержек производства в долгосрочном периоде

Все факторы производства становятся переменными в долгосрочном периоде. В этом случае, фирмы увеличивают объём выпуска, т.е. расширяют производство в разных отраслях по-разному, при этом средневаловые издержки у фирм изменяются по-разному.

Это связано с действием положительного или отрицательного эффекта от масштабов производства.

Если с ростом объёмов производства средневаловые издержки сокращаются, то наблюдается положительный эффект от масштаба производства. Если они растут, то наблюдается отрицательный эффект от масштаба производства.

Положительный эффект от масштаба производства наблюдается в том случае, когда с ростом объёмов производства увеличивается специализация в производстве и управлении, растёт производительность, совершенствуется организация производства. Тогда в таких отраслях целесообразно функционирование одной или нескольких крупных фирм (монополии).

В некоторых отраслях, при достижении определённого уровня, средневаловые издержки стабилизируются и остаются неизменными при значительном увеличении объёма производства. В таких отраслях возможно функ-

ционирование как крупных, так и небольших фирм. Если же с ростом объемов производства средневаловые издержки начинают расти очень быстро, наблюдается отрицательный эффект от масштаба производства.

#### 4. Экономическое содержание доходов.

Прибыли и её виды. Норма прибыли.

Доход, как экономическая категория, представляет собой денежное поступление от собственности на ресурсы или предпринимательской деятельности. Различают следующие виды дохода от предпринимательской деятельности:

1. Валовой доход (TR) – это доход, который получает фирма от продажи всей продукции;

$$TR = Q \cdot P;$$

TR – выручка от реализации продукции фирмы;

2. Средний доход (ATR) – это доход, который приходится на единицу продукции:

$$ATR = (P \cdot Q) / Q = P$$

3. Предельный доход (MR) – это дополнительный доход, который приносит каждая дополнительно производимая единица продукции.

$$MR = \Delta TR : \Delta Q.$$

Прибыль фирмы представляет собой разницу между валовой выручкой и валовыми издержками фирмы, т.е.

$$Pr = TR - TC;$$

В экономическом анализе используют понятия *бухгалтерской прибыли* и *экономической прибыли*. Бухгалтерская прибыль представляет собой разницу между валовой выручкой и внешними издержками фирмы:

$$Pr_{\text{бух}} = TR - TC_{\text{внеш}};$$

Экономическая прибыль рассчитывается как разница между валовой выручкой фирмы и всеми издержками фирмы, как внешними, так и внутренними:

$$Pr_{\text{экон}} = TR - (TC_{\text{внеш}} + TC_{\text{внутр}});$$

Рассчитывать экономическую прибыль необходимо для того, чтобы оценить степень эффективности использования собственных ресурсов фирмы. Если значение экономической прибыли величина положительная, то это значит, что фирма эффективно использует свои собственные ресурсы. Если же величина экономической прибыли меньше 0, то это значит, что фирма неэффективно использует свои собственные ресурсы и необходимо рассмотреть альтернативные варианты их использования.

Для оценки эффективности вложения капитала, величину прибыли соотносят либо с авансированным капиталом, либо с валовыми издержками, таким образом, находят норму прибыли (норму рентабельности):



$$Pr' = \frac{Pr}{TC} * 100\% ;$$

Средний уровень прибыли в гражданских отраслях, как правило, составляет 15-18%. В фирмах ВПК этот уровень выше. Уровень нормы прибыли показывает степень эффективности вложения капитала. Если этот показатель, ниже среднеотраслевого уровня, руководство фирмы должно принимать решение о мерах, которые позволят его увеличить. Если же предпринятые меры не дают результата, как правило, капитал изымается из отрасли и перекидывается в ту отрасль, где выше уровень нормы прибыли. Норма прибыли является регулятором в национальной экономике, так как лежит в основе процессов перелива капиталов и межотраслевой конкуренции.

#### 5. Равновесие фирмы в условиях совершенной и не совершенной конкуренции.

В условиях совершенной конкуренции каждая фирма может воздействовать для максимизации прибыли только на один параметр – объём производства, т.к. цена является независимой переменной. В результате, каждая фирма стремится определить такой объём производства, при котором, она смогла бы получить максимальную прибыль. Для этого фирмы сопоставляют категории предельного дохода и предельных издержек. Постоянно увеличивая объём производства, фирмы, тем самым, с каждой дополнительно произведённой единицей продукции имеют предельные издержки, но в то же время получают предельный доход. Поэтому, до той поры, пока предельные издержки меньше предельного дохода, фирма может расширять производство. Как только предельные издержки станут больше предельного дохода, общая эффективность фирмы начнёт падать. Следовательно, когда предельный доход фирмы (MR) совпадает с предельными издержками (MC), фирма находится в равновесном состоянии.

Равновесное состояние фирмы характеризуется условиями, при которых фирма получает максимальную прибыль при наименьших затратах ресурсов. В условиях совершенной конкуренции равенство  $MR=MC$  равно рыночной цене. В условиях несовершенной конкуренции (в условиях чистой монополии, олигополии или монополистической конкуренции) фирмы могут оказывать воздействие на рыночную цену, поэтому, равновесие фирмы будет характеризоваться равенством  $MR=MC < P$ .

#### Тема 6. Типы рыночных структур

1. Конкуренция, её сущность и роль в рыночной системе. Совершенная конкуренция.
2. Чистая монополия, её сущность и виды. Государственное регулирование этой деятельности.
3. Несовершенная конкуренция и её виды.

# 1. Конкуренция, её сущность и роль в рыночной системе. Совершенная конкуренция.

Конкуренция представляет собой экономическое соревнование хозяйствующих субъектов за лучшие условия производства и сбыта продукции. Конкуренция является естественной средой рыночной экономики, она лежит в основе рыночного механизма саморегулирования экономики. Интенсивность конкуренции, или силу конкурентной борьбы можно определить с помощью уравнения:

$$I = \frac{1}{n} \text{ - где } n \text{ число (количество) фирм в отрасли;}$$

Для характеристики конкурентной среды на том или ином рынке, используют следующие параметры:

- количество производителей и потребителей на рынке;
- тип производимой продукции;
- способность отдельного производителя влиять на рыночную цену;
- наличие барьеров для вступления в отрасль;
- наличие неценовых факторов конкурентной борьбы на том или ином рынке.

В зависимости от того, как данные параметры реализуются на том, или ином рынке различают следующие типы рыночных структур:

- совершенная или свободная конкуренция;
- несовершенная конкуренция;
- чистая монополия как антипод совершенной конкуренции.

Рынки, на которых существуют условия для совершенной конкуренции, называются конкурентными. В настоящее время только два рынка (рынок ценных бумаг и сельскохозяйственной продукции) приближаются к условиям совершенной конкуренции, а в чистом виде она не наблюдается.

Выделяют следующие признаки совершенной конкуренции:

1. На рынке существует большое количество производителей и потребителей продукции.
2. Производится и поставляется на рынок однотипная, серийная, стандартная продукция так, что покупателю безразлично у кого её покупать.
3. Ни один хозяйствующий субъект не может повлиять на рыночную цену (ни покупатели, ни продавцы). Поэтому рыночная цена для хозяйствующих субъектов является внешним независимым параметром.
4. Барьеры для вступления в отрасль отсутствуют или легко преодолимы.

5. При совершенной конкуренции отсутствуют неценовые методы конкурентной борьбы.

Фирмы, которые функционируют в условиях совершенной конкуренции, сталкиваются с ситуацией, когда спрос на продукцию, которую выпускает фирма, является абсолютно эластичным, т.е. цена на производимую продукцию остаётся неизменной при любом количестве её выпуска.

## 2. Чистая монополия, её сущность и виды. Государственное регулирование этой деятельности.

Монополия (власть одного) – это условие функционирования рынка, когда существует один продавец или один производитель. Монополия, как экономическое явление, возникла из совершенной конкуренции. На конкурентных рынках фирмы постоянно стремятся улучшить своё экономическое положение. Для этого они внедряют достижения НТП, используют более совершенные формы организации труда. В результате, начинает развиваться процесс концентрации производства и крупным фирмам легче конкурировать с другими фирмами, но и последствия от конкуренции для них более тяжёлые, чем для мелких фирм. Поэтому крупные и крупнейшие фирмы начинают искать пути, которые помогут обезопасить их в ходе конкурентной борьбы. Самым естественным путём является сговор о ценах, о рынках сбыта, о факторных рынках, о квотах производства и др. Так начинается процесс монополизации.

Признаки чистой монополии:

1. На рынке существует единственный производитель или единственный продавец.
2. Фирма-монополист имеет возможность влиять на рыночную цену для того, чтобы извлечь монопольную прибыль.
3. Существует практически непреодолимые барьеры для вступления в отрасль.
4. Производится уникальная (в смысле отсутствия близких заменителей) продукция.

В условиях чистой монополии фирма-монополист сознательно воздействует на рыночную цену для того, чтобы получить максимальную прибыль. В этих условиях функция спроса является заданной.

Различают несколько видов существования чистой монополии:

*Естественная монополия.* Этот вид монополии, в основном, существует в инфраструктурных отраслях, там, где существует положительный эффект от масштаба производства, и где экономически выгодно функционирование одной фирмы (например, в энергетике, газоснабжении, водоснабжении, связи и др.).

*Монополия, основанная на собственности, на уникальные ресурсы,* научные изобретения, патенты, лицензии и др. В силу этого, в отрасли существует одна крупная фирма (например, Де Бирс на алмазном рынке, Microsoft на рынке программного обеспечения и др.).

*Абсолютная (или государственная) монополия.* Она основывается на общественной собственности на экономические ресурсы. Это значит, что государство владеет всеми экономическими ресурсами, контролирует их и может ими распоряжаться единолично. В результате все экономические процессы в стране контролируются, регулируются и регламентируются государством единолично.

Основным недостатком этого типа рыночной структуры является ликвидация любых стимулов к развитию, совершенствованию деятельности фирм. В силу того, что в отрасли существует одна фирма, ей не с кем конкурировать, а, следовательно, теряются стимулы к саморазвитию и начинает падать общая эффективность. Предвидя такие результаты, теоретики рыночной экономики обосновали необходимость недопущения монополизма в экономике, его государственного регулирования.

Впервые, антитрестовские законы были введены в США еще в конце 19, начале 20 веков (закон Шермана, закон Клейтона и др.). В современных условиях, во всех странах с развитой рыночной экономикой действует целая система антимонопольного регулирования экономики, с целью недопущения монополизма. В России эта работа находится на начальной стадии. Закон «О государственном регулировании деятельности монополий» принят, но монополистические тенденции в российской экономике преодолеваются трудно.

### 3. Несовершенная конкуренция и её виды.

Чистая монополия и совершенная конкуренция являются условиями функционирования рынка, которые в хозяйственной практике практически не встречаются. Реальная экономика функционирует в условиях, которые отли-

чаются от чистой монополии и совершенной конкуренции, которые позволяют крупным фирмам извлекать добавочную прибыль и нормально функционировать в конкурентной среде. Это стало возможным благодаря несовершенной конкуренции, к основным видам которой относятся:

- 1) монополистическая конкуренция;
- 2) олигополия.

*Монополистическая конкуренция* представляет собой условие функционирования рынка, при котором фирмы начинают производить дифференцированный продукт. *Дифференцированными* называются товары, которые удовлетворяют одну потребность, т.е. имеют одну полезность, но отличаются для потребителя по виду, качеству, упаковке, местоположению, по личным или мнимым признакам. Признаками монополистической конкуренции являются:

- как правило, в условиях монополистической конкуренции на рынке присутствует достаточное количество фирм и доля каждой из них в общем объеме продукции отрасли не велика;
- ни одна фирма не может оказать влияние на уровень отраслевой цены, хотя в рамках произведенного дифференцированного товара фирма может оказывать влияние на уровень цены. И в этом диапазоне, в котором фирма может влиять на цену своего дифференцированного товара она является монополистом, и она извлекает из этого положения добавочный доход, хотя он может быть временным.
- барьеры для вступления в отрасль существуют, но они преодолимы.

Монополистическая конкуренция на рынке появляется в отраслях, которые производят основную массу взаимозаменяемых товаров. Дифференциации определяет степень монополизации рынка. Чем меньше дифференциация, тем сильнее конкуренция на рынке, чем больше дифференциация, тем меньше конкуренция. На рынках монополистической конкуренции барьеры для вхождения в отрасль существуют, но они преодолимы, и в основном касаются размера капитала.

В краткосрочном периоде, фирмы производящие дифференцированный продукт имеют добавочную прибыль благодаря своему положению. В долгосрочном периоде положение выравнивается, и все фирмы получают нормальную прибыль, сверхприбыль не получают.

*Олигополия* – это условие функционирования рынка, когда на нем присутствует несколько крупных фирм (от двух до шести). В условиях олигополии крупные фирмы могут оказывать влияние на рыночную цену, однако

олигополия характеризуется высокой степенью взаимозависимости фирм входящих в олигополию. Они имеют возможность контролировать деятельность друг друга, поэтому ценовая конкуренция бессмысленна, здесь появляется неценовая конкуренция.

В условиях олигополии существуют значительные барьеры для вступления в отрасль. Такими барьерами являются:

- технологии;
- размеры капитала;
- патенты и лицензии.

Степень концентрации производства рынка того или иного товара можно определить с помощью индекса Гирфендаля:

$$H = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2 .$$

Где S доля фирмы на отраслевом рынке.

Фирмы выстраиваются по мере убывания доли на отраслевом рынке.

Если  $H > 1000$ , то рынок концентрированный.

Если  $H < 1000$ , то условия свободной конкуренции.

В условиях олигополии возможны различного рода слияния фирм, которые в основном бывают трёх видов:

- 1) горизонтальное слияние, когда объединяются фирмы одной отрасли, производящие один товар;
- 2) вертикальное слияние – это объединение фирм по технологической цепочке какого-либо производства;
- 3) конгломерат – это объединение фирм различных отраслей, связанных между собой только финансовым контролем.

В условиях олигополии может существовать ценовая дискриминация, т.е. продажа одного и того же товара по разным ценам, из чего фирмы извлекают добавочную прибыль.

Ценовая дискриминация может быть:

- по единицам продаваемой продукции;

- по личному фактору, т.е. в зависимости от дохода покупателя и его приверженности к определённым местам торговли позволяет использовать разные цены на один товар;
- из-за скидок.

Ценовая дискриминация возможна только при соблюдении следующих условий:

- фирма должна обладать такой силой, чтобы контролировать производство и ценообразование товара.
- должна быть исключена возможность перепродажи.
- фирма должна уметь приспосабливаться к сегментации рынка.

В условия несовершенной конкуренции степень монополизации рынка оценивают с помощью понятия *экономическая власть*, т.е. это способность в той или иной степени контролировать ситуацию на рынке. Оценивают экономическую власть с помощью *коэффициента Лернера*:

$$L = \frac{1}{E_D^P}$$

Где,  $E_D^P$  - коэффициент эластичности спроса на товар по цене;

Значение коэффициента Лернера находится в диапазоне  $0 < L < 1$ . При  $L = 0$ , на рынке наблюдается совершенная конкуренция, а при  $L = 1$ , чистая монополия.

## **Тема 7. Рынки факторов производства и факторные доходы**

1. Факторы производства и произведённый ими доход.
2. Рынок труда. Заработная плата, её сущность, формы и виды.
3. Рынок земли. Рента, как факторный доход.
4. Рынок капитала, процент как факторный доход.
5. Неравенство доходов и его измерение. Социальная дифференциация и её измерение.

### **1. Факторы производства и произведённый ими доход.**

В рыночной экономике фирмы осуществляют процесс производства, используя различные экономические ресурсы, в результате получая прибыль. Каждая фирма, с одной стороны, выступает как продавец, продавая свои товары, с другой стороны как покупатель, приобретая на факторных рынках необходимые ресурсы. При этом цена факторов производства для фирм явля-

ется элементом издержек производства, а для домохозяйств (собственных ресурсов) является доходом.

Цены на факторы производства в условиях совершенной конкуренции определяется рыночной конъюнктурой, т.е. соотношением спроса и предложения на рынке и они характеризуются двумя свойствами: во-первых, спрос на факторы производства и уровень цен на них являются производными от спроса и цен на потребительских рынках. Во-вторых, все факторы производства экономически и технологически связаны между собой и они не могут использоваться раздельно. В результате, в ценах на факторы производства учитывают это свойство, и реагируют на изменение рыночной конъюнктуры не только данного фактора, но и на изменение рыночной конъюнктуры всех факторов связанных с ним.

В силу того, что в рыночной экономике собственность на экономические ресурсы частная, факторные доходы формируют личные доходы разного уровня, в результате в рыночной экономике всегда существует неравенство доходов. Каждый фактор производства, экономически реализуясь, приносит доход своему владельцу: рабочая сила – заработную плату, предпринимательские способности – прибыль, земля – ренту, а капитал – процент. На каждом факторном рынке свои закономерности ценообразования и свой уровень доходов.

## 2. Рынок труда. Заработная плата, её сущность, формы и виды.

Рынок труда является специфическим рынком в силу того, что спрос на труд и предложение труда, кроме экономических параметров, зависят от социально-психологических параметров.

Предложение на рынке труда формируют наёмные работники, и величина предложения на рынке зависит:

- от численности населения;
- от численности экономически-активного населения, или рабочей силы;
- от профессиональной подготовки и от уровня квалификации работников;
- от условий труда.

Спрос на рынке труда формируют работодатели в зависимости от:

- уровня развития национальной экономики;



- отраслевой структуры национальной экономики;
- количества свободных рабочих мест.

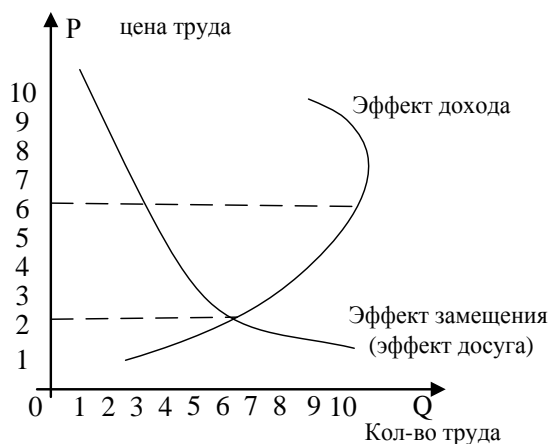


Рисунок 27: Спрос и предложение на индивидуальном рынке труда.

На индивидуальном рынке труда прямая зависимость между ценой труда (P) и количеством труда (Q), проявляется до точки M и объясняется эффектом замещения. Суть эффекта замещения заключается в том, что пока зарплата не достигла достаточно высокого уровня, работник соглашается на работу и предлагает больше труда, за большую зарплату, замещая работой другие варианты времяпровождения.

После точки M начинает проявляться обратная зависимость между P и Q, т. к. начинает действовать эффект дохода, суть его заключается в том, что при получении относительно высоких доходов работники начинают отказываться от труда даже при повышении заработной платы, предпочитая другие варианты времяпровождения.

На рынке труда равновесие формируется, когда спрос и предложение совпадают, основной образующий фактор – среднеотраслевой уровень заработной платы. Отклонение на рынке от равновесия может происходить:

- из-за того, что работодатели могут проводить свою политику в области зарплаты;
- со стороны предложения, определённую политику могут проводить профсоюзы. В некоторых странах профсоюзы выступают в качестве коллективного представителя на рынке труда, и при определённых ситуациях они монополизируют сферу предложения труда.

Факторным доходом на рынке труда является заработная плата. Количественно она всегда должна соответствовать фонду жизненных средств работника, т.е. она должна обеспечивать нормальное воспроизводство рабочей силы. Различают две основных формы зарплаты:

*повременная зарплата* – это плата за отработанное рабочее время. В настоящее время она используется в тех отраслях и сферах, в которых нельзя количественно измерить результат труда;

*сдельная зарплата* – выплачивается за количество произведённой продукции. Сдельная заработная плата появилась позже повременной и по своей сути она является мощным средством интенсификации труда. *Интенсивность труда* – это количество труда в единицу времени. *Производительность труда* – это количество продукции, произведённое в единицу времени. Оба этих показателя используют для оценки использования трудовых ресурсов. Показатель интенсивности труда, как правило, используют для его количественной оценки. Показатель производительности труда используют для его качественной оценки. Сдельная форма оплаты труда, исходя из своей сущности, стимулирует рост интенсивности труда и получила широкое распространение на индустриальном этапе развития, при конвейерной организации труда. В современных условиях в большей степени ориентируются на рост производительности труда.

Все современные формы оплаты труда представляют собой двух основных с добавлением премиальных и штрафных санкций.

В экономическом анализе используют понятие номинальной и реальной зарплаты для того, чтобы оценить такие понятия, как уровень жизни, качество жизни и т.д.

*Номинальная зарплата* – это денежная сумма, которую получает работник за свой труд. Уровень номинальной зарплаты формируется под воздействием рыночной конъюнктуры, т.е. под воздействием спроса и предложения на рынке труда, и, как правило, соответствует среднеотраслевому уровню каждой отрасли. Зависит от отрасли, от профессиональной подготовки работника и его квалификации.

*Реальная зарплата* – это определённое количество благ и услуг, которые работник может купить на свою номинальную зарплату, поэтому её уровень зависит от номинальной зарплаты и от уровня цен. Если в стране наблюдается умеренная инфляция, то номинальная и реальная зарплаты растут одновременно. Если уровень инфляции в стране относительно высок, то номинальная и реальная зарплаты изменяются в разных направлениях (номинальная растёт, реальная – падает).

В экономическом анализе также используют понятие *реальные доходы* – это реальная зарплата с учётом трансфертных платежей и бесплатных благ и услуг, которые получает население.

### 3. Рынок земли. Рента, как факторный доход.

Земля как экономическая категория представляет собой все естественные ресурсы: почву, минеральные ископаемые и т.п. При анализе рынка земли, как правило, понимают земную поверхность, почву. Рынок земли характеризуется следующими особенностями:

#### *Предложение земли.*

Характерной чертой предложения земли является ограниченность земли как экономического ресурса. В отличие от капитала, земля неподвижна, чётко обозначена границами, и, как правило, собственники земли достаточно консервативны, т.е. земля продаётся и покупается, но не в таком количестве, как товары.

В силу ограниченности земли, считается, что предложение земли абсолютно неэластично.

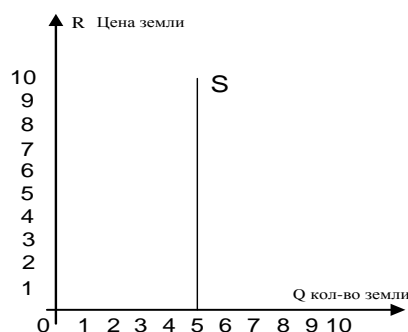


Рис.28: Предложение земли.

Кроме ограниченности, при анализе предложения земли учитывают местоположение и плодородие земли. Как правило, различают три категории земельных участков: худшие, средние и лучшие, по местоположению и плодородию. В силу ограниченности земли, на рынке предлагаются все земли, но с учетом их плодородия, что в дальнейшем находит отражение в цене земли и доходе, который получают собственники разных по качеству земельных участков.

Спрос на землю складывается из двух составляющих: из сельскохозяйственного спроса на землю и из не сельскохозяйственного спроса на землю. Сельскохозяйственный спрос на землю зависит от спроса на продовольствие, который является неэластичным по цене, т.е. он относительно стабилен.

Сельскохозяйственный спрос на землю зависит также от того факта, что сельское хозяйство является рисковым производством, т.к. точно определить результат практически невозможно.

В развитых странах в современных условиях происходит постепенное уменьшение доли продовольствия в суммарных потребительских расходах. Это предполагает постепенное снижение и спроса на землю.

Не сельскохозяйственный спрос на землю зависит:

- от потребностей в земле для строительства жилья;
- от потребностей в земле для инженерных коммуникаций;
- от потребностей производства в сырье;
- от инфляционного спроса на землю.

На рынке земли спрос играет активную роль, при этом появляется обратная зависимость между ценой земли и её количеством. Это объясняется законом убывающего плодородия почвы.

В теории доход от собственности на ограниченный ресурс называется *чистой экономической рентой*. Земельная рента её частный случай.

Различают два основных вида земельной ренты:

*Абсолютная* земельная рента. Её получают все без исключения земельные собственники, только потому, что они владеют землёй.

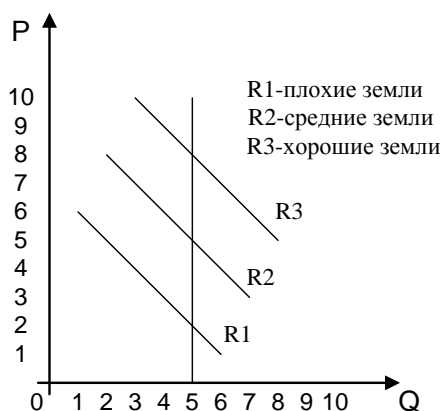


Рисунок 29 . Механизм получения абсолютной земельной ренты

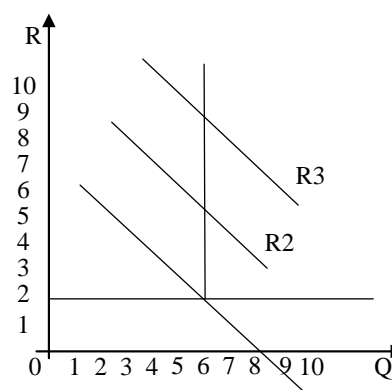


Рисунок 30 Механизм получения дифференциальной земельной ренты

*Дифференциальная* земельная рента:

1-го рода – по местоположению и плодородию;

2-го рода – по объекту хозяйствования.

Её получают только собственники средних и лучших земель по местоположению, плодородию и объекту хозяйствования.

Цена земли складывается исходя из рыночной конъюнктуры. Однако её можно определить по формуле:

$$ЦЗ = \frac{R}{\%} * 100\% ;$$

где R – рента, которую ожидают получить; % - ставка процента (учетная ставка).

В цене земли может учитываться арендная плата, амортизация существующих на земле построек, а также вложенный в землю капитал.

#### 4. Рынок капитала, процент как факторный доход.

Под *капиталом* понимают ресурсы в денежной и материальной форме, которые вкладываются в производство. В широком смысле капитал – это деньги, а также производственное оборудование, т.е. основной и оборотный капитал. Для того чтобы оценить эффективность использования капитальных ресурсов вводят понятие *процента*.

*Процент*, как доход на капитальные активы будет тем выше, чем выше производительность реальных благ, представленных капитальными активами, как факторами производства. Оценка доходности осуществляется на основе чистой доходности капитала, которая исчисляется:

- после всех платежей от прибыли;
- в сопоставлении с осуществлёнными затратами.

Эффективным инвестиционным проектом будет тот проект, годовой доход от которого не ниже рыночной нормы процента по любому другому капитальному активу, включая ставку банковского процента.

Исчисление дохода, или определение расчётной величины чистой производительности капитала называется *дисконтированием*

$$D = \frac{D_t}{1+r}$$

где  $r$  – ставка процента;  $D_t$  – ожидаемый от капитальных ресурсов доход;  $D$  – величина инвестируемого капитального ресурса.

Частным случаем рынка капитала, является рынок ссудных капиталов или кредитный рынок. На этом рынке встречаются продавцы и покупатели временно свободных денежных средств, которые перемещаются на принципах срочности, платности и возвратности. Собственники временно свободных денежных средств на рынке капитала получают доход в виде ссудного процента.

На ставку ссудного процента влияют:

- величина кредита;
- срок, на который выдаётся кредит;
- степень риска и надёжность кредиторов;
- цели.

#### 5. Неравенство доходов и его измерение. Социальная дифференциация и её измерение.

В рыночной экономике равенства доходов не существует, т.к. частная собственность на экономические ресурсы обеспечивает собственникам разные по уровню доходы. Дифференциация доходов может служить основой для осложнения социально-экономической ситуации в стране. Поэтому общество в лице государства должно знать степень дифференциации доходов и при резком различии доходов оно должно регулировать уровень доходов с помощью социальной политики. Для определения степени дифференциации доходов используют графический метод, который впервые предложил американский экономист Лоренц. Для построения кривой Лоренца, которая отображает действительное распределение доходов в экономике, Лоренц разбил всё население на равные двадцати процентные группы и расположил их последовательно, по мере роста доходов. Весь полученный в стране доход он разбил на равные двадцати процентные части и построил вначале, линию абсолютно равного распределения доходов.

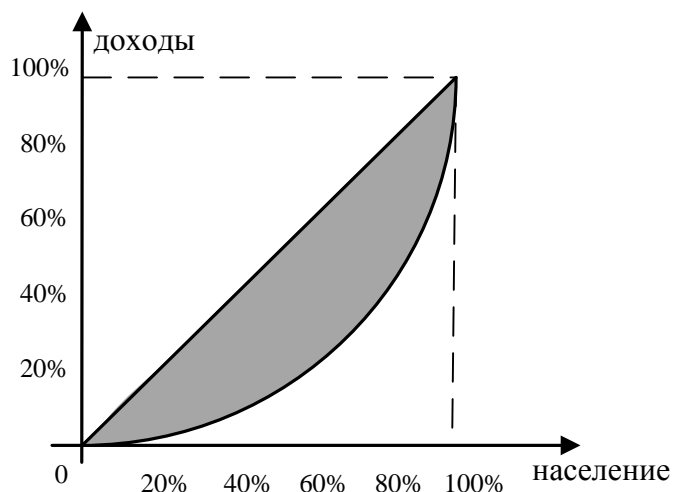


Рисунок 31: Кривая Лоренца

На рисунке абсолютно равномерное распределение доходов в стране иллюстрирует биссектриса угла. Затем Лоренц нанес на график реальное распределение доходов в экономике. Первые двадцать процентов – самые бедные, владеют 5 % от совокупных доходов. Вторые двадцать процентов – бедные – 10 %. Третье двадцать процентов – бедные среди среднего класса – 15 %. Четвёртые двадцать процентов – средний класс – 20 %. Пятое двадцать процентов – богатые, 50 %. Линия, которая иллюстрирует реальное распределение доходов в стране, называется *кривой Лоренца*.

Чем больше кривая Лоренца отклоняется от биссектрисы, тем больше степень неравенства в распределении доходов. Количественно степень дифференциации доходов оценивают с помощью *коэффициента Джини*.

$$КД = \frac{S}{\Delta S} ;$$

где КД - коэффициент Джини; S – площадь фигуры, ограниченной кривой Лоренца;  $\Delta S$  – площадь треугольника, в котором эта фигура находится.

Значения коэффициента Джини находятся в диапазоне  $0 < КД < 1$ .

Количественно степень дифференциации доходов оценивают также с помощью *децельного коэффициента*, который показывает во сколько раз доходы десяти процентов самых бедных людей в стране меньше доходов десяти процентов самых богатых людей в стране. В развитых странах значение децельного коэффициента находится в диапазоне 6-10 раз.

- Если децельный коэффициент больше 10, то в стране существует значительная дифференциация доходов, усиливается социальная напряжённость, возможны различные социальные конфликты.

- Степень дифференциации доходов оценивают также с помощью системы взаимосвязанных показателей, которые дополняют коэффициент Джини и децельный коэффициент:
- *Черта бедности* – определяется величиной стоимости минимального потребительского бюджета.
- *Минимальный потребительский бюджет* определяется стоимостью минимальной потребительской корзины.
- *Минимальная потребительская корзина* – набор благ, необходимый для поддержания жизни человека.
- *Масштаб бедности* – показатель доли населения, которая находится за чертой бедности.
- *Медианный доход* – это уровень, выше и ниже которого получает доход одинаковое число работников. Это действительный доход среднего человека.
- *Модальный доход* – это уровень дохода, наиболее часто встречающийся в данной совокупности показателей дохода.

## **1.2 Методические указания по написанию и оформлению курсовых работ по дисциплине «Микроэкономика»**

Одной из форм учебной и научно-исследовательской работы студентов по дисциплине "Микроэкономика" является написание и защита курсовой работы. Цель написания курсовой работы – привить студентам навыки работы с научной литературой, статистической информацией, анализа экономических концепций, научить научно, обосновывать теоретические выводы, логично и популярно излагать материал.

Работа над курсовой работой формирует и развивает аналитические способности студентов, интерес к самостоятельному творчеству.

Предлагаемая кафедрой тематика курсовых работ предполагает как углубленное изучение вопросов экономической теории, рассматриваемых на семинарских занятиях, так и самостоятельное изучение отдельных вопросов курса.

Работа студента над курсовой работой состоит из следующих этапов: выбор темы курсовой работы на основе тематики, разработанной кафедрой; работа с литературой и накопление информационного материала; разработка содержания курсовой работы; написание курсовой работы; оформление курсовой работы.

Качество выполненной курсовой работы непосредственно зависит от того, насколько самостоятельно и правильно студенты раскрыли основные



положения темы, использовали современные данные мировой хозяйственной практики и национальной экономики.

Как правило, при выполнении курсовой работы студенты допускают ряд ошибок, типичными из которых являются следующие:

- при изложении темы курсовой работы используются устаревшие статистические и фактические данные, не соответствующие современному уровню знаний о том или ином экономическом явлении;
- часто студенты не используют рекомендованную литературу научного характера, ограничиваясь при изложении материала только учебниками, что значительно снижает качество работы;
- отдельные положения курсовой работы описываются поверхностно, декларативно, без использования аргументов научного характера;
- приводимый статистический материал дается без сносок на первоисточник;
- не всегда правильно увязываются теоретические положения с хозяйственной практикой;
- недостаточно глубоко обобщается приводимый конкретный материал.

### 1.2.1 Выбор темы курсовой работы

При выборе темы курсовой работы студенты должны ориентироваться на проблемы, изучение которых существенно пополнит и расширит их знания в области экономической теории. В данных методических указаниях предлагается перечень тем курсовых работ по актуальным проблемам экономики (Приложение 1). Чтобы выбор темы был верным, следует предварительно изучить соответствующий раздел курса экономической теории по учебникам. При затруднении в выборе темы необходимо проконсультироваться с преподавателем экономической теории, который ведет семинарские занятия. Правильный выбор темы сделает ее изучение интересным и плодотворным.

### 1.2.2. Работа с литературой

После выбора темы курсовой работы студент должен ознакомиться с учебной и научной литературой по данной теме. Работа с литературой начинается с библиографического поиска.

Существенную помощь в ознакомлении с биографией студенту могут оказать библиотечные каталоги (алфавитный, систематический, предметный), библиографические указатели, справочная литература (энциклопедии, словари), электронные ресурсы.

В библиотеке СФУ, Краевой научной библиотеке можно воспользоваться квалифицированной помощью сотрудников справочно-

библиографического отдела при подборе литературы для написания курсовой работы.

После ознакомления с каталогами необходимо составить полный список литературы по данной теме. При этом студент должен внести в список:

- основные научные публикации по теме, монографии;
- периодические публикации из основных экономических изданий – журналов и газет;
- статистический материал, имеющийся по данной теме.

Список литературы целесообразно представить как картотеку. На каждой карточке указывается один библиографический источник.

Составив полный список литературы необходимо проконсультироваться с преподавателем, который даст рекомендации по основной и дополнительной литературе.

Если тема курсовой работы относится к современным проблемам экономической теории, следует использовать литературу последних трех лет. Если тема связана с историей экономической мысли, историей народного хозяйства или мировой экономики, необходимо использовать все имеющиеся публикации классиков экономической теории по данной теме.

Материалы по экономической тематике публикуются в таких журналах как:

- «Вопросы экономики»;
- «Российский экономический журнал»;
- «ЭКО»;
- «Мировая экономика и международные отношения»;
- «Деньги и кредит»;
- «Свободная мысль»;
- «Экономист»;
- «Проблемы прогнозирования»;
- «Человек и труд»;
- «США и Канада: экономика, политика, идеология»;
- «Рынок ценных бумаг»;
- «Финансы» и другие.

Кроме монографий, учебников, сборников и журнальных статей следует использовать материалы центральных газет и местной печати.

Статистический материал следует подбирать из различных официальных статистических сборников и сообщений статистических органов.

Изучение литературы по избранной теме целесообразно начинать с работ общего характера, учебников, чтобы уяснить себе место, которое занимает данная проблема в ряду других. Затем можно обратиться к специальной литературе по данному вопросу, взяв за основу одну-две обстоятельные монографии, и журнальным статьям.

Непременным условием эффективного использования литературы является систематическое ведение записей при ее изучении. Форма записей может быть различной. Например, конспект книги или статьи, кратко, но последовательно излагающий некоторые цитаты и необходимые статистиче-

ские данные. Другой возможной формой записей являются отдельные заметки, в которых фиксируются идеи, мысли, связанные с темой, а так же фактов, цифр, цитат (в этом случае для каждой заметки отводятся отдельные листки бумаги или небольшие карточки).

Целесообразно пользоваться одновременно обеими формами записи и хранения материала. Конспектирование и ведение картотеки не исключают, а чаще дополняют друг друга.

Если книга или журнал принадлежат самому студенту, то своеобразной формой накопления материала служит подчеркивание нужных мест в тексте.

При чтении книг, монографий, статей в научных журналах студент может столкнуться с трудностями в понимании отдельных положений. В этом случае целесообразно обратиться за консультацией к преподавателю.

### 1.2.3. Разработка содержания

Содержание – это логическая основа курсовой работы. От правильного его составления во многом зависит структура, содержание, логическая связь частей курсовой работы. Одновременно содержание показывает, насколько глубоко студент изучил первоисточники и весь необходимый материал и отобрал из всего этого главное, существенное. Правильно составленное содержание является в определенной степени результатом работы студента и свидетельством понимания им проблемы, рассматриваемой в курсовой работе и отдельных ее аспектов.

Для обеспечения написания работы содержание может быть развернуто в тезисы с изложением основного содержания каждого раздела.

Намеченное содержание курсовой работы необходимо предварительно согласовать на консультации с преподавателем, осуществляющим руководство написанием курсовой работы.

### 1.2.4. Написание курсовой работы

После изучения по теме имеющейся литературы следует приступить к раскрытию темы курсовой работы. Структура курсовой работы включает в себя введение, основную часть, выводы и заключение, список литературы и приложения.

Введение. Во введении необходимо отразить актуальность рассматриваемой проблемы, ее значимость для экономической теории и практики. Здесь же следует показать степень разработанности проблемы в экономической теории. Кроме того, следует четко сформулировать цель и задачи курсовой работы.

Основная часть. Тема курсовой работы раскрывается в основной части. Основная часть курсовой работы должна содержать разделы (главы), отра-

жающие сущность, методику, решение основных задач в соответствии с темой и основные результаты работы.

Содержание разделов основной части курсовой работы зависит от темы. Разделы основной части могут содержать описание методики исследования теоретических проблем, практических задач, экспериментальных исследований, расчёты, графики, таблицы, схемы.

Текст разделов разбивают на подразделы (параграфы). При делении текста на разделы необходимо делать это так, чтобы каждый подраздел содержал законченную информацию.

Разделы и подразделы должны иметь заголовки, отражающие их содержание.

Каждое выдвинутое положение необходимо теоретически доказывать и подкреплять фактическими и статистическими данными. При этом можно использовать заметки, выписки отдельных положений. Цитаты необходимо приводить в тексте дословно со ссылкой на первоисточники.

Материал темы излагают подробно, выделяя положения по рассматриваемому вопросу, при этом требуется приводить соответствующую аргументацию, увязывать предыдущий материал с последующим. Раскрывая тему, необходимо сравнивать, если возможно, различные точки зрения, приводимые в разных экономических школах. Если по какому-либо теоретическому вопросу в отечественной экономической литературе нет единства взглядов, то в курсовой работе можно привести высказывания нескольких авторов, попытаться дать критическую оценку их позиций, и аргументировано изложить собственное видение по данному вопросу.

Заключение. После раскрытия темы курсовой работы следует сделать краткие выводы и оценить результат проделанной работы.

#### 1.2.5. Оформление курсовой работы

Курсовая работа должна быть оформлена в соответствии с требованиями, которые предъявляются в СФУ к оформлению текстовых документов СФУ (СТО 4.2-07-2014 «Общие требования к построению, изложению и оформлению документов учебной деятельности») и по объёму составлять 25-30 страниц формата А4 машинописного текста.

Курсовая работа выполняется с использованием компьютера на одной стороне листа белой бумаги формата А4 по ГОСТ 2.301 шрифтом Times New Roman размером 14, межстрочный интервал принимают полуторный. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту документа и равен 12,5 мм.

В исключительных случаях допускается рукописное изложение текста документа. При этом почерк должен быть четким и аккуратным, чернила одного цвета, высота букв и цифр не менее 2,5 мм, расстояние между строк не менее 8 мм и не более 10 мм. В этом случае объём курсовой работы должен составлять 30-35 страниц формата А4.

Курсовые работы выполняют на листах с соблюдением следующих размеров полей:

- левого – 30 мм;
- верхнего и нижнего – 20 мм;
- правого – 10 мм.

Нумерация листов курсовой работы должна быть сквозной: титульный лист текстового документа включают в общую нумерацию страниц, номер страницы на титульном листе не проставляют. Номер страницы проставляют арабскими цифрами в центре нижней части листа.

Титульный лист оформляется в соответствии с требованиями СТО 4.2-07-2014 (см.приложение № 2).

Содержание работы оформляется в соответствии с требованиями СТО 4.2-07-2014 (см.приложение № 3).

Заголовки структурных элементов в тексте выполняют прописными буквами, располагают симметрично тексту и отделяют от текста интервалом в одну строку. Заголовки не подчеркивают и не нумеруют.

Заголовки разделов (глав) и подразделов (параграфов) печатают с абзацного отступа, с прописной буквы, без точки в конце, не подчёркивая. Если заголовок состоит из двух предложений, их отделяют точкой. Переносы слов в заголовках не допускаются.

Заголовки разделов и подразделов отделяют от текста интервалом в одну строку.

Разделы и подразделы нумеруют арабскими цифрами, номер проставляют перед заголовком. Разделы нумеруют в пределах основной части документа.

Пример :

1. Теоретические основы антиинфляционного регулирования.

Нумерация подразделов должна быть в пределах каждого раздела и номер каждого подраздела должен состоять из номера раздела и подраздела, разделенных точкой.

Пример:

1.1. Инфляция: понятие, механизмы возникновения, подходы к измерению.

- 1.2. Концепции государственного антиинфляционного регулирования.

### 1.3. Опыт регулирования инфляции в экономически развитых странах.

Изложение материала должно быть ясным, четким, исключающим возможность различных толкований. Терминология и определения должны быть едиными и соответствовать установленным стандартам, а при их отсутствии – общепринятым в учебной и научной литературе.

Сокращение слов в тексте, как правило, не допускается. Исключения составляют сокращения, общепринятые в русском языке. Небольшое количество сокращений можно расшифровать непосредственно в тексте при первом упоминании, например: Международный валютный фонд (МВФ).

Приводимые в тексте цитаты и статистические данные должны иметь соответствующие ссылки на первоисточники. При ссылке на используемые источники указывают порядковый номер по списку источников, выделенный двумя чертами, и страницу, например: если в списке используемой литературы данный источник находится под номером 1, то в тексте дается следующая ссылка [1, стр.5]

Пример:

Типовой расчёт приведён в работе В.Ф.Петренко [37, с.10-12]

Формулы, таблицы, приводимые в тексте курсовой работы, оформляются в соответствии с требованиями стандартов СФУ СТО 4.2-07-2014.

Формулы выделяют из текста в отдельную строку. Если формула не умещается в одну строку, то она может быть перенесена после знаков выполняемых действий, причем знак в начале следующей строки повторяют.

Формулы, за исключением помещаемых в таблицах, приложениях и поясняющих данных к иллюстрациям, нумеруют по порядку арабскими цифрами в пределах документа. Номер указывают в круглых скобках с правой стороны листа на уровне формулы.

Допускается формулы нумеровать в пределах каждого раздела. В этом случае номер формулы состоит из номера раздела и порядкового номера формулы, разделенных точкой.

Пример:

(1.1)

Формулы, помещаемые в таблицах или в поясняющих данных к иллюстрациям, не нумеруют.

Формулы, помещаемые в приложениях, нумеруют арабскими цифрами в пределах каждого приложения, добавляя перед каждым номером обозначение данного приложения и разделяя их точкой.

Пример:

(A.1)

Знаки, буквы, символы, обозначения, а также химические, математические, физические и другие формулы могут быть вписаны в текст от руки чер-

нилами (пастой) черного цвета. При этом буквы, цифры и знаки должны соответствовать ГОСТ 2.304.

Пояснения символов и числовых коэффициентов, входящих в формулу, приводят непосредственно под формулой.

Пояснения каждого символа приводят с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где», без двоеточия и абзацного отступа.

Пример:

Коэффициент рыночной власти (по Лернеру) определяем по формуле

$$L=(P-МС)/P \quad (1)$$

где  $P$  - цена;

$МС$  – предельные (маржинальные) издержки.

Формулы, следующие одна за другой и не разделенные текстом, разделяют запятой.

Одинаковые буквенные обозначения величин, повторяющиеся в нескольких формулах, поясняют один раз при первом упоминании. При повторном их применении делают запись, например:  $МС$  – то же, что и в формуле (1).

При ссылке в тексте документа на формулу ее порядковый номер указывают в круглых скобках.

Пример:

Значение  $L$  определяем по формуле (1).

Требования к написанию уравнений в курсовой работе такие же, как и при оформлении формул.

Для лучшей наглядности и удобства сравнения числового или текстового материала в курсовой работе могут быть приведены таблицы.

Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают непосредственно под текстом, в котором дана ссылка на нее, или на следующей странице, а, при необходимости, в приложении к документу.

Над таблицей помещают слово «Таблица» без абзацного отступа, затем – номер таблицы, через тире – название таблицы.

Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным и кратким.

Таблицу справа, слева и снизу ограничивают линиями.

Головку таблицы рекомендуется отделять от остальной части таблицы двойной линией.

Таблицы нумеруют арабскими цифрами по порядку в пределах текстового документа.

Если в тексте документа одна таблица, то ее обозначают «Таблица 1».

Таблицы в тексте приложения нумеруют арабскими цифрами в пределах каждого приложения, добавляя перед номером таблицы обозначение данного приложения и разделяя их точкой.

Пример:

Таблица А.1– Перечень сокращений слов и словосочетаний

Заголовки граф и строк таблицы печатают с прописной буквы, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком граф, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков граф таблицы точки не ставят.

Пример:

Таблица 1 – Рыночная власть основных участников рынка чая Курляндии (на 31 декабря 2010г.)

Участники рынка	Выручка, млн.руб.	Прибыль до налогов, млн. руб.	Рыночная власть	Доля на рынке, %
«Orimi»	3303	991	0,30	30,7
«May»	1747	472	0,27	15,4
«Unitever»	1962	491	0,25	10,5
«SDS Foods»	1850	407	0,22	9,8
«Akbar»	528	95	0,18	4,1
«Days»	531,5	90	0,17	3,9
«Grand Steuart»	352	53	0,15	2,7

Заголовки граф следует располагать параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф.

Разделять заголовки и подзаголовки граф и боковика диагональными линиями не допускается.

Графу «Номер по порядку» в таблицу включать не допускается.

При необходимости нумерации показателей, включенных в таблицу, порядковые номера указывают в первой графе (боковике) таблицы перед их наименованием.



Пример:

Таблица 1 – Исходные данные для расчёта прибыли фирмы

Наименование показателя	Значение показателя
1 Явные издержки фирмы	100
2 Неявные издержки фирмы	35
3 Выручка фирмы	235

Текст в таблице допускается выполнять через один межстрочный интервал шрифтом размером 12 и менее.

Если графы или строки таблицы выходят за формат листа, то таблицу делят на части и помещают их одну под другой или на следующей странице. При этом слово «Таблица», номер и наименование таблицы помещают над первой частью, а над другими частями – слова «Продолжение таблицы» или «Окончание таблицы» с указанием ее номера.

Для сокращения текста заголовков и/или подзаголовков граф таблицы отдельные наименования параметров заменяют буквенными обозначениями, установленными ГОСТ 2.321, или другими обозначениями, если они пояснены в тексте или графическом материале. При этом буквенные обозначения выделяют курсивом.

Пример:

Таблица 1 – Издержки фирмы в краткосрочном периоде (в долл.)

Объём выпуска продукции $Q$ , шт.	<i>TFC</i>	<i>TVC</i>	<i>TC</i>	<i>MC</i>
0	200	0	200	-
10	200	50	250	50
20	200	110	310	60

Если все показатели, приведенные в графах таблицы, выражены в одной и той же единице измерения, то ее обозначение указывают один раз справа над таблицей (см. предыдущий пример)

Если числовые значения величин в графах таблицы выражены в разных единицах измерения, то их обозначение указывают в заголовке каждой графы или строки через запятую.

Пример :

Таблица 1 – Зависимость объема спроса на продукцию фирмы от цены

Цена, руб.	Объем спроса, шт.
10	50
9	60
8	70

Если необходимо дополнительно пояснить отдельные слова, числа, символы или предложения, приведенные в таблице, их оформляют в виде сноски. Знак сноски ставят непосредственно после того числа, слова, символа или предложения, к которому дается пояснение и перед текстом пояснения. Знак сноски выполняют надстрочно звездочкой «\*» или цифрой со скобкой.

Сноску к таблице располагают в конце таблицы над линией, обозначающей окончание таблицы.

Чтобы придать излагаемому материалу ясность и конкретность в тексте курсовой работы используют иллюстрации (чертежи, диаграммы, фотоснимки, схемы).

Иллюстрации располагают непосредственно после упоминания в тексте или на следующей странице и обозначают словом «Рисунок».

Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, нумеруют арабскими цифрами по порядку в пределах документа.

Если в документе одна иллюстрация, то ее обозначают «Рисунок 1».

Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела.

Иллюстрации, помещаемые в приложениях, нумеруют арабскими цифрами в пределах каждого приложения, добавляя перед каждым номером обозначение данного приложения и разделяя их точкой.

Пример:

Рисунок А.1

Иллюстрации могут иметь тематическое наименование и поясняющие данные (подрисуночный текст). Подрисуночный текст помещают под иллюстрацией, а ниже по центру печатают слово «Рисунок», его номер и наименование.

Для оформления подрисуночного текста допускается применять шрифт размера 12 и менее.

Пример

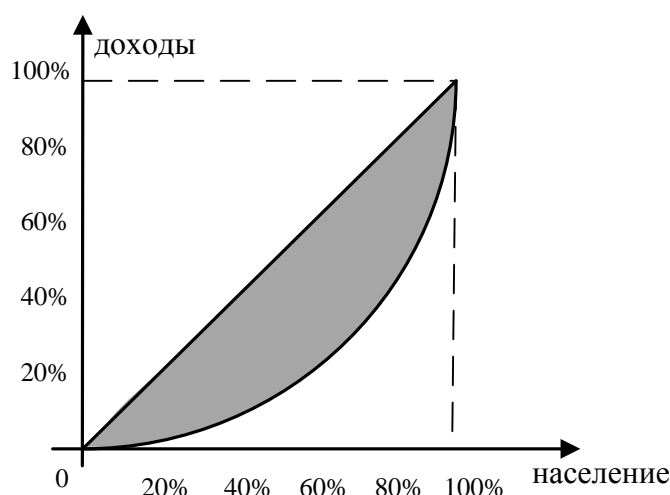


Рисунок 1 – Кривая Лоренца Труляндии (на 01.01.2010г.)

В конце курсовой работы, после заключения, но перед приложением приводится список используемой литературы, который оформляется в соответствии со следующими требованиями:

Список использованных источников помещают в конце текстового документа перед приложениями.

Список использованных источников оформляется в соответствии с приложением №4,5 .

Документы в списке располагают в порядке появления ссылок на них в тексте, нумеруют арабскими цифрами и печатают с абзацного отступа.

Сведения о каждом документе в списке оформляют в виде библиографического описания в соответствии с требованиями, установленными ГОСТ 7.1.

Если к работе прилагаются приложения, то они располагаются в конце курсовой работы.

Приложения обозначают прописными буквами русского алфавита, начиная с А (за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь), которые приводят после слова «ПРИЛОЖЕНИЕ».

Каждое приложение начинают с новой страницы.

Если в тексте документа одно приложение его обозначают «ПРИЛОЖЕНИЕ А».

Если приложение представлено в виде таблицы и расположено на нескольких страницах, то на последующих страницах приложения над таблицей пишут с начала строки «Продолжение таблицы» и указывают ее обозначение.

Каждое приложение должно иметь заголовок. Заголовок приложения записывают с прописной буквы, располагают симметрично тексту и отделяют от текста интервалом в одну строку.

Приложения, как правило, выполняют на листах формата А4. Допускается приложения выполнять на листах формата А3, А3х4, А4х4, А2, А1 по ГОСТ 2.301.

Текст каждого приложения, при необходимости, может быть разделен на разделы, подразделы и пункты, которые нумеруют арабскими цифрами в пределах каждого приложения, добавляя перед номером обозначение приложения.

Если приложение выполнено в виде самостоятельного документа, то его вкладывают в текстовый документ, при этом на титульном листе самостоятельного документа под его наименованием указывают слово «ПРИЛОЖЕНИЕ» и его обозначение. Страницы этого приложения включают в общую нумерацию страниц текстового документа.

## Заключение

После того, как текст курсовой работы написан и правильно оформлен, она должна быть сдана на проверку преподавателю, руководившему выполнением курсовой работы. После проверки по работе могут быть сделаны замечания, на которые следует ответить при защите курсовой работы. Защита курсовой работы заключается в устной беседе студента с преподавателем, в ходе которой студент должен продемонстрировать доскональное знание темы курсовой работы. Оценка курсовой работы включает в себя оценку текста и устного ответа на защите.

## **ПРИЛОЖЕНИЕ №1      Примерная тематика курсовых работ**

1. Роль и значение государственной собственности в рыночной экономике.
2. Информация как фактор производства.
3. Проблемы функционирования рынков несовершенной конкуренции.
4. Малый бизнес: характерные черты, зарубежный опыт и проблемы становления в России.
5. Венчурное предпринимательство: роль в современной экономике и проблемы развития.
6. Формы и методы антимонопольного регулирования в развитых странах.
7. Рынок труда и особенности его функционирования (на примере конкретной страны).
8. Конкуренция, её виды, место и роль в современном хозяйственном механизме развитых стран.
9. Информационная экономика: сущность, структура и особенности функционирования.
10. Теоретические основы информационной экономики (анализ экономических концепций).
11. Технологические уклады и их эволюция.
12. Рынок земли, его специфика и факторы, определяющие цену на землю и на сельскохозяйственную продукцию.
13. Рыночный механизм формирования доходов и социальная политика государства.
14. Рыночная экономика и государственная система социальной защиты.
15. Современные экономические проблемы глобализации.
16. Измерение, анализ и оценка спроса на продукцию фирмы и использование результатов для разработки ценовой политики фирмы.
17. Сравнительный анализ проблем функционирования фирм в странах с развитой рыночной экономикой и России.
18. Основные виды производственных функций и их использование в экономическом анализе.
19. Критерии классификации фирм в практике государственного регулирования предпринимательской деятельности экономически развитых стран и России.
20. Сравнительный анализ разных концепций фирмы.
21. Показатели степени концентрации производства в отрасли и уровня власти фирмы на рынке и их использование в практике регулирования деятельности монополий.
22. Способы анализа поведения потребителя и практика их использования в разработке стратегии фирмы.
23. Выбор функции спроса для моделирования спроса на продукцию фирмы с целью обоснования управленческого решения.

24. Сравнительный анализ основных концепций государственного регулирования деятельности монополий.
25. Методы прогнозирования и их использование для прогнозирования спроса на продукцию фирмы.
26. Экономическая концепция эластичности и возможности её практического применения в процессе разработки стратегии фирмы.
27. Типы рыночных структур: теория и практика (на примере отдельного рынка).
28. Ценовая дискриминация как инструмент обеспечения роста прибыли компании.
29. Ценовая дискриминация и проблемы её реализации фирмой.
30. Ценовая дискриминация: преимущества и риски для фирмы.
31. Слияния и их влияние на конкуренцию.
32. Поглощения и их влияние на рынок.
33. Слияние и поглощения на российских рынках.
34. Практики ценообразования и возможности их использования на рынках несовершенной конкуренции.
35. Макроэкономические факторы деятельности фирмы.
36. Стратегия конкурентной борьбы и проблемы её реализации на отдельных рынках.
37. Реклама и её роль в формировании конкурентных преимуществ фирмы.

### **1.3 Вопросы к экзамену по дисциплине «Микроэкономика».**

1. Блага: понятие и классификация.
2. Проблема ограниченности ресурсов в экономике и проблема экономического выбора. Альтернативные издержки.
3. Производственные возможности. Линия производственных возможностей и её экономический анализ.
4. Экономические агенты рыночной экономики и характеристика их экономической активности. Кругооборот благ и доходов в рыночной экономике.
5. Экономическая система: понятие и классификация.
6. Спрос и детерминанты спроса. Закон спроса.
7. Предложение и детерминанты предложения. Закон предложения.
8. Равновесие на рынке единичного товара. Равновесная цена. Понятие излишка потребителя и производителя.
9. Эластичность спроса. Применение коэффициентов эластичности спроса в экономическом анализе.
10. Эластичность предложения.
11. Потребительский спрос и его особенности.

12. Понятия предельной, допредельной и запредельной фирмы.
13. Полезность блага, общая и предельная полезность.
14. Основные постулаты теории поведения потребителя. Потребительский выбор.
15. Бюджетные ограничения. Кривые безразличия. Равновесие потребителя на рынке.
16. Изменение выбора потребителя при изменении цен и дохода. Эффект дохода и эффект замещения.
17. Конкуренция: сущность, виды и роль в экономике.
18. Совершенная конкуренция: условия возникновения, достоинства и недостатки.
19. Монополия: понятие и условия существования. Естественная монополия.
20. Олигополия: понятия и условия существования.
21. Монополистическая конкуренция. Определение цены и объема производства.
22. Издержки производства фирмы: понятие и классификация.
23. Общие, средние, предельные величины выручки издержек, их использование в экономическом анализе.
24. Прибыль фирмы. Понятия экономической, бухгалтерской и нормальной прибыли фирмы.
25. Факторы производства. Производственная функция и ее анализ.
26. Краткосрочный и долгосрочный периоды в деятельности фирмы. Отдача от масштаба производства.
27. Равновесие фирмы, совершенного конкурента в краткосрочном и долгосрочном периодах.
28. Рынки факторов производства: общая характеристика. Основные факторные доходы.
29. Распределение доходов в рыночной экономике и факторы их дифференциации.
30. Измерение степени дифференциации доходов в национальной экономике. Кривая Лоренца.

#### **1.4. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения**

##### *Основная литература*

1. Басовский Л.Е. Экономическая теория: учебник /Л.Е.Басовский. Мю: ИНФРА-М, 2013. – 224 с.
2. Гукасян Г.М. Экономическая теория: учебник и практикум/ Г.М.Гукасян. – М.: Юрайт-изд., 2013. – 573 с.
3. Николаева И.П. Экономическая теория: Учебник для бакалавров / И.П.Николаева. М.: Дашков и К, 2013. – 328 с.

4. Носова С.С. Экономическая теория для бакалавров / С.С. Носова, В.И.Новичкова - М.:КноРус, 2015.- 368 с.
5. Станковская И. К., Экономическая теория для бизнес-школ: учебник / Станковская И. К., Стрелец И. А – М., Изд-во Эксмо, 2014. – 480 с.
6. Экономика: Учебник. /Под ред. А.С.Булатова .- 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Юристъ,2012.- 896 с.
7. Экономическая теория. Учебник для бакалавров / Под ред. И. П. Николаевой. – М.: Дашков и К., 2013.- 448 с.
8. Экономическая теории (политэкономия) / Под ред. Г.П.Журавлевой. – Изд-е 5.- М.: ИНФРА-М, 2014 . – 624 с.
9. Экономическая теория / Под ред. Б.В. Салихова – М.: Дашков иК. 2014. – 723 с.

#### *Дополнительная литература*

1. Заславская М.Д. История экономики / М.Д.Заславская. М.: М., Дашков и К, 2014. – 296 с.
2. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики. Учебник для вузов.-3-е изд. изм./ Р.М. Нуреев.– М.: НОРМА, 2010.- 576 с.
3. Маршалл, А. Принципы экономической науки. – М. : Прогресс, 2005.
4. Микроэкономика / Р. Пинзайк, Д. Рубинфельд. – М. : Дело, 1992.
5. Микроэкономика / Э.Д. Долан. – СПб. : АО «Санкт-Петербур. оркестр», 1994.
6. Принципы экономики : учеб. для вузов / Мэнкьюн. – СПб. : Питер, 2007.
7. Ройзберг Б.А. Курс экономики: учебник / Под ред. Б. А. Ройзберга.- 5-е изд., перераб и доп. М.: ИНФРА-М, 2014. – 765 с.
8. Самуэльсон. Т. 1 и 2 / Самуэльсон. – М. : НПО «Алгон» ВНИИСИ, 1992.
9. Толмачева Р.П. Экономическая история: Учебник для бакалавров / Р.П. Толмачева. М.: Дашков К., 2014. 320 с.
10. Хайман, Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение / Д.Н. Хайман. – М. : Финансы и статистика, 2004.
11. Экономика. 16-е изд. / Самуэльсон, Нордхаус. – М. : Вильямс, 2003.
12. Экономикс: принципы, проблемы и политика. В 2-х т. / Макконелл, Р. Кэмпбелл. – М. : Инфра-М, 2007.
13. Экономика : учебник / С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи. – М. : Экономика, 1993.
14. Экономикс : учебник для вузов. 5-е изд. / Д. Сломан. – СПб. : Питер. 2005.

#### *Периодические издания*

1. Бюллетень Федеральной службы по труду и занятости.
2. Вестник государственного социального страхования.



3. Вестник Пенсионного фонда РФ.
4. Вопросы экономики.
5. Известия Академии труда и занятости.
6. Менеджмент в России и за рубежом.
7. Мировая экономика и международные отношения
8. Мониторинг доходов и уровень жизни населения.
9. Нормирование и оплата труда в промышленности..
10. Проблемы управления.
11. Профсоюзы и экономика.
12. Российская газета.
13. Российский экономический журнал.
14. Социальное партнерство.
15. Современная конкуренция
16. Труд за рубежом.
17. Труд и социальные отношения.
18. Уровень жизни населения регионов России.
19. Человек и труд.
20. Экономика и жизнь.
21. Экономист.
22. Эксперт.

***7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины***

1. <http://www.aup.ru> (административно-управленческий портал)
2. <http://www.chelt.ru> (электронная версия журнала «Человек и труд»)
3. <http://www.bls.gov> (Bureau of labor statistics US)
4. <http://www.gallup.ru> (Иноформационно-консалтинговая компания «Галап-Медиа»)
5. <http://www.gov.ru> (сайт Правительства РФ)
6. <http://www.hro.ru/hrm> (онлайновый журнал «Управление персоналом»)
7. <http://www.ilo.ru> (официальный сайт Международной организации труда)
8. <http://www.info.gks.ru> (официальные статистические данные Росстата)
9. <http://www.iteam.ru/> (сайт «Технологии корпоративного управления»)
10. <http://www.labor.ru> (официальный сайт Московской службы занятости)
11. <http://www.mzsrff.ru> (официальный сайт Министерства здравоохранения и социального развития РФ).
12. <http://www.rg.ru> (сайт «Российской газеты»)
13. <http://www.top-personal.ru> (электронная версия журнала «Управление персоналом»)
14. <http://www.trud.ru> («Труд»)

15. <http://www.uhr.ru> (сайт «Человеческие ресурсы Урала»)
16. <http://www.zarplata.com> (международный электронный журнал «Оплата труда и мотивация персонала» издательства «Rayter Inc.»).
17. <http://www.econ.msu.ru/demografia> (сайт «Демография России и Российской империи»)
18. <http://www.ils-i-msk.ru> – Центральное бюро нормативов по труду.
19. <http://www.programs-gov.ru> – Федеральные Целевые Программы