

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

КАФЕДРА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

ОПОРНЫЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

**ПО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ
ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ ПЕРВОГО КУРСА
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА**

Брест 2013

УДК 331

Конспект лекций предназначен для иностранных студентов экономических специальностей I курса экономического факультета Брестского государственного технического университета с целью оказания помощи в изучении курса «Экономическая теория». Конспект составлен на основе базовых учебников по экономической теории и практического опыта чтения лекций преподавателей.

Составители: Медведева Г.Б. к.э.н., доцент

Захарченко Л.А. к.э.н., доцент

Сметюх А.В. старший преподаватель

Рецензент: зав. кафедрой теоретической и прикладной экономики УО «Брестский государственный университет им. А.С. Пушкина, к.э.н., доцент
Силюк Т.С.

Лекция 1: Предмет и метод экономической теории. Проблема выбора

1. Предмет, методы и функции экономической теории.
2. Потребности и производство. Экономические ресурсы. Факторы производства.
3. Экономические блага и их классификация
4. Проблема выбора в экономике. Кривая производственных возможностей. Альтернативные издержки.

1. ПРЕДМЕТ, МЕТОДЫ И ФУНКЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Объектом изучения экономической теории является экономика как особая сфера жизнедеятельности людей.

«Экономика» – это наука, которая исследует, как люди используют имеющиеся ограниченные ресурсы для удовлетворения своих неограниченных потребностей.

ПРЕДМЕТОМ экономической теории является следующее: это поведение людей в процессе производства благ с целью удовлетворения потребностей в условиях ограниченности ресурсов.

В структуре экономической теории выделяют несколько уровней.

Макроуровень – изучает состояние экономики страны как единого целого. Изучает такие процессы, как занятость, безработица, экономический рост, национальный доход.

Микроуровень – изучает поведение субъектов экономики (фирма, домашнее хозяйство), которые заняты выбором вариантов покупки, производства, кредита и т.д.

Мегауровень – подразумевает изучение объекта на уровне всемирного хозяйства, например, международные связи, торговлю, движение капитала, рабочей силы между странами.

МЕТОДЫ представляют собой конкретные инструменты, приемы, средства, с помощью которых изучаются те или иные стороны и аспекты экономической системы. Они отвечают на вопрос «как исследуется?».

Различают позитивный и нормативный анализ, которые представляют позитивную и нормативную части экономической теории.

Позитивная экономика изучает то, что есть, что было, т.е. реальную действительность. Она имеет дело с фактами и дает научное объяснение экономическим процессам и явлениям.

Позитивные утверждения: «Безработица составляет 7 %» или «При прочих равных условиях, если плату за обучение повысить, то число абитуриентов в университет снизится».

Нормативная экономика определяет ту модель развития экономики или экономического роста, которая может быть принята как оптимальная в сложившихся условиях. Предмет исследования – идеальное, формирование предписаний. Определяется словами «надо», «необходимо» и т.д. Нормативное утверждение: «безработицу надо понизить», «плату за обучение надо понизить, чтобы привлечь большее число студентов» и т.д.

Экономическая теория использует **универсальные (или общие) методы** исследования, к которым можно отнести:

а) **анализ** (расчленение объекта исследования на отдельные элементы) и **синтез** (соединение отдельных элементов в единое целое);

б) **индукция** (выведение общего из частных фактов) и **дедукция** (движение общего к частному).

Индукция – это процесс формирования теории из системы наблюдаемых фактов, это движение от жизни к теории, от частного к общему, от теории к практике.

Дедукция – новая мысль, выводится чисто логическим путем;

в) **научной абстракции** – выделение существенных свойств предмета при отвлечении от других его свойств;

г) **анalogии** – это прием познания, основанный на переносе одного или ряда свойств с известного явления на неизвестное.

Частные методы: математические и статистические методы, функциональный анализ, моделирование, предельный (маржинальный) анализ и другие.

Экономическое моделирование – это упрощенное представление действительности, при котором выделяется наиболее главное.

Предельный (маржинальный) анализ основан на изучении количественных изменений, возникающих при предельно малом изменении какой-либо экономической переменной, влияющей на данное явление. Например, увеличение объема производства на одну, дополнительную, единицу продукции приведет к изменению валовых доходов и валовых издержек фирмы – величины этих изменений составят предельный доход и предельные издержки.

Функциональный анализ Он позволяет исследовать закономерности изменения одной экономической величины в зависимости от другой и установить способ связи между этими величинами.

В экономической теории также используются определенные **принципы исследования:**

принцип экономического атомизма. В соответствии с ним предполагается, что экономические субъекты обладают экономическим суверенитетом и принимают решения независимо друг от друга, а экономические закономерности проявляются как суммарный результат этих решений;

принцип экономического рационализма. Суть его заключается в том, что экономические субъекты стремятся к получению максимальной выгоды и к минимизации своих затрат;

принцип равновесного подхода означает, что поведение субъектов экономики анализируется в условиях равновесия, то есть при таком их состоянии, когда у них отсутствуют внутренние мотивы к изменению сложившегося состояния;

допущение «при прочих равных условиях», т.е. оставляется действие какого-либо одного фактора, исключая при этом действие других факторов.

Экономическая теория выполняет следующие **ФУНКЦИИ:**

1. Познавательная – обучение, объяснение экономических процессов и явлений.

2. Мирозренческая – познание сущности законов и закономерностей, представление об окружающем мире.

3. Практическая – выработка конкретных рекомендаций

4. Методологическая – разработка частных и общих приемов исследования, формирование теоретических основ для всех других наук.

5. Идеологическая – выработка системы ценностей, идеала экономического развития. Формирование экономического сознания.

2. ПОТРЕБНОСТИ И ПРОИЗВОДСТВО. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ. ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА

Исходным пунктом экономической деятельности являются потребности, а их удовлетворение – конечный результат.

Потребность - это состояние неудовлетворенности, испытываемое человеком, из которого он хочет выйти, или состояние удовлетворенности, которое он старается продлить.

Потребности бывают:

А. Материальные, духовные, социальные.

Материальные потребности – это потребность человека в вещах, предметах, необходимых для его жизни, например, в пище, еде, кислороде, воде, одежде, жилье и т.д.

Духовные потребности – потребность в образовании, в информации, в искусстве, в культуре и т.д.

Социальные потребности – потребность в общении и взаимодействии с другими людьми, в социальной защите и социальной помощи и безопасности, в признании со стороны общества и в самореализации.

Б. Первичные и вторичные.

Первичные потребности – это те, без удовлетворения которых человек не может жить и должен удовлетворить в первую очередь: сон, еда, одежда, жилье.

Вторичные потребности – могут заменяться одна другой (театр, кино, телевидение), они более эластичны, но напряженность снимается более медленно, постепенно.

Экономическая теория выделяет **экономические** потребности, для удовлетворения которых необходимы созданные блага.

Общей закономерностью развития потребностей является **закон возвышения потребностей**, выражающий качественную и количественную направленность развития общественных потребностей, т.е. их видоизменение, исчезновение одних и появление других, новых, в результате чего круг потребностей расширяется, а структура качественно меняется.

Существует еще одна большая группа потребностей – **производственные**, удовлетворение которых происходит в процессе производства в результате потребления средств производства и рабочей силы как факторов производства.

Производство связано с созданием благ для обеспечения жизнедеятельности человека, т.е. для удовлетворения его потребностей.

Основной чертой любого производства является использование производственных (экономических) ресурсов.

Ресурсы – это все то, чем общество потенциально располагает и может использовать в общественном производстве, т.е. это возможности для создания благ и удовлетворения потребностей.

Ресурсы многообразны и могут классифицироваться по различным признакам:

А. Природные ресурсы – все то, что дано природой на всех этапах развития общества. Это – земля, водные запасы, полезные ископаемые, растительный и животный мир, выгодное географическое положение и т.д.

Б. Трудовые ресурсы – население в трудоспособном возрасте, с квалификацией, образованием, предпринимательскими способностями, опытом и здоровьем.

В. Материальные ресурсы – материальные блага, созданные людьми за все предшествующие годы. Это имеющиеся предприятия, транспортная система, жилье и т.д.

Г. Финансовые ресурсы – это средства денежно-кредитной и бюджетной систем, которые общество может использовать для развития производства.

Д. Информационные ресурсы – это информация, сведения о чем-либо, проекты, программы, результаты научных исследований, цифровая, статистическая информация и т.д.

Е. Энергетические ресурсы – это топливо, энергия, данные природой и произведенные человеком.

Ж. Время - самый ограниченный ресурс, ушедшее, потерянное время невозможно вернуть, а без расходования времени неосуществим на один экономический процесс.

С точки зрения взаимосвязи все ресурсы делятся на взаимозаменяемые и взаимодополняемые.

Основной чертой ресурсов является их **ОГРАНИЧЕННОСТЬ**, под которой понимается следующее: ресурсов недостаточно, чтобы в полном объеме удовлетворить все потребности общества.

Ресурсы, которые используются в процессе производства, принято называть **факторами производства**. Выделяют четыре фактора производства, которые находятся в тесной взаимосвязи: труд, земля, капитал и предпринимательские способности.

Труд как фактор производства представлен интеллектуальной или физической деятельностью, направленной на изготовление благ и оказание услуг.

Земля как фактор производства подразумевает все виды природных ресурсов, используемые для производства экономических благ.

Капитал как фактор производства выступает в виде совокупности средств и предметов труда. Это – инструменты, машины, помещения, средства связи т.д.

Предпринимательские способности – это управленческие и организаторские способности человека, направленные на координацию и комбинирование всех остальных факторов производства в целях создания благ и услуг.

Определяющим признаком факторов производства является их способность приносить **доход их владельцу**.

Каждому фактору производства соответствует получение дохода.

Фактор «труд» получает доход в виде заработной платы, фактор «капитал» получает доход в виде процента, фактор «земля» - в виде ренты и фактор «предпринимательство» - в виде прибыли.

3. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ БЛАГА И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

Чтобы удовлетворить ту или иную потребность, нужно иметь определенные блага. **Благами** являются все вещи и услуги, которые можно использовать для удовлетворения потребностей.

Все блага делятся на **неэкономические (свободные) и экономические**.

Свободные (неэкономические) блага имеют следующие признаки:

- 1) не являются результатом экономической деятельности человека;
- 2) не обмениваются на другие блага;
- 3) имеются в количествах, больше чем потребность в них;
- 4) не надо платить деньги, расплачиваться трудом, отдавать взамен другие вещи;
- 5) потребляются сообща, и увеличение потребления одним не означает уменьшения потребления другим.

Их создала сама природа, и к ним относятся такие блага, как воздух, солнечная энергия, частично вода (мирового океана) и т.д.

Экономические блага:

- 1) создают люди в процессе экономической деятельности;
- 2) не даются людям бесплатно, они могут быть получены лишь за деньги, посредством затрат труда или в обмене на другие блага;

- 3) количество этих благ ограничено по отношению к потребностям в них, с ними связана проблема редкости благ;
- 4) их недостаточно для удовлетворения потребностей в полной мере;
- 5) их приходится тем или иным способом распределять.

Экономические блага делятся на **материальные** и **нематериальные**.

Материальные блага включают землю, продукты сельского хозяйства, здания, машины, долговые обязательства, авторские права и права пользования и т.д.

Нематериальные блага делятся на две группы. **Внутренние блага** заложены в самом человеке и представляют качества и способности, побуждающие людей к действию и наслаждениям. Например, деловые способности, профессиональное мастерство или способность получать удовольствие от чтения или музыки. **Внешние блага** находят свое отражение в репутации и деловых связях, к ним также относятся услуги, получаемые извне.

Блага делятся на **взаимозаменяемые** (субституты или заменители) и **взаимодополняемые** (комплементарные). Первые могут замещать друг друга в удовлетворении одной и той же потребности, например, нефть и уголь как топливо, кирпич и бетон как строительные материалы, масло и маргарин как продукты питания. Вторые могут удовлетворять ту или иную потребность в том случае, если используются совместно. Например, магнитофон и кассета, автомобиль и бензин. В целом можно утверждать, что все блага являются взаимозаменяемыми и взаимодополняемыми.

В зависимости от количества потребителей, пользующихся благами, различают **частные** и **общественные блага**. К **частным** относятся блага, которыми пользуются отдельные потребители, к **общественным** – блага, которыми пользуются совместно, коллективно (национальная оборона, наука, средства защиты окружающей среды, система органов государственного управления и т.д.).

4. ПРОБЛЕМА ВЫБОРА В ЭКОНОМИКЕ. КРИВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИЗДЕРЖКИ

Потребности людей безграничны, они постоянно растут и изменяются, а ресурсы, необходимые для получения жизненных благ, ограничены, и прирост их объема все равно отстает от роста потребностей людей.

Именно это является главной **экономической проблемой**, которая определяет всю жизнь общества и находится в центре внимания экономической науки.

ОГРАНИЧЕННОСТЬ – это недостаточность объема имеющихся ресурсов всех видов для производства того количества благ, которое люди хотели бы получить.

Перед обществом и человеком стоит задача выбора направлений и способов использования ограниченных ресурсов в различных конкурирующих целях, т.е. проблема выбора. В процессе выбора люди сталкиваются с решением трех фундаментальных задач:

1. **ЧТО И В КАКОМ КОЛИЧЕСТВЕ ПРОИЗВОДИТЬ**, т.е. какие товары и услуги должны быть предложены потребителям?

2. **КАК ПРОИЗВОДИТЬ**, т.е. какой из способов изготовления благ с помощью имеющихся ограниченных ресурсов следует применить?

3. **ДЛЯ КОГО ПРОИЗВОДИТЬ** товары и услуги, т.е. кто может претендовать на их получение в свою собственность?

В каждой экономической системе существует свой механизм решения данной проблемы.

Проблему выбора в экономической теории можно решить с помощью **графической модели «Кривая производственных возможностей»**.

При построении данной модели используется метод допущения, т.е. мы допускаем, что у нас:

а) экономика функционирует в условиях полной занятости и полного объема.

Экономика полной занятости – это экономика, где все ресурсы заняты: все, кто хочет работать, работают, поля все засеяны, производственные мощности загружены.

Экономика полного объема – ресурсы распределены таким образом, что приносят наибольшую отдачу, т.е. наибольший объем;

б) в экономике функционирует постоянное количество ресурсов;

в) технология неизменна, т.е. мы рассматриваем экономику в какой-то данный момент (фотографируем);

г) в экономике производятся только два продукта.

Кривая производственных возможностей изображает экономику полной занятости и полного объема, т.е. все ресурсы задействованы. Каждая точка на кривой показывает комбинацию двух товаров, которую можно произвести при имеющихся ресурсах (рис. 1.1).

Точки, лежащие **внутри** кривой, характеризуют экономику неполной занятости, т.е. имеются еще свободные ресурсы, которые можно использовать для производства одного или другого товара или увеличить производство обоих.

Точки, лежащие за пределами кривой, указывают на то, что такой объем производства нельзя достигнуть - нет ресурсов.

Точки А и Е – точки крайности, такого в экономике быть не может.

Двигаясь от точки А к точке Е, мы уменьшаем производство средств производства и увеличиваем производство предметов потребления, т.е. происходит замещение одного товара другим. В экономике полной занятости действует закон замещения. Движение от одного варианта к другому приводит к тому, что обмен нам обходится все дороже. Это объясняется тем, что появляются альтернативные или вмененные издержки.

Таблица 1.1 – Производственные возможности экономики

Вид продукции	Производственные альтернативы				
	А	В	С	Д	Е
Средства производства	10	9	7	4	0
Предметы потребления	0	2	4	6	8

Вмененные издержки – это количество продукта У, от которого мы должны отказаться, чтобы получить прирост продукта Х.

$$ВИП_x = -\frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

$$ВИП_1 = \frac{9-10}{2-0} = -0,5;$$

$$ВИП_2 = \frac{7-9}{4-2} = -1;$$

$$ВИП_3 = \frac{4-7}{6-4} = -1,5;$$

$$ВИП_4 = \frac{0-4}{8-6} = -2.$$

Альтернативные издержки производства товара X возрастают. Это объясняется тем, что ресурсы не являются полностью взаимозаменяемыми, они не могут использоваться с одинаковой эффективностью для производства разных товаров. Для перехода от производства одного продукта к другому возникают определенные затраты или издержки (конверсия). Эта тенденция настолько сильна, что речь идет о **законе возвышающихся вмененных издержек**.

Их еще называют **альтернативными издержками** или **издержками упущенных возможностей**. Это количество товара, которым необходимо пожертвовать для увеличения не единицу объема производства нужного товара, или потенциальная максимально возможная потеря тех товаров, которые могли быть произведены из используемых ресурсов.

Кривая производственных возможностей отражает достигнутый уровень технологии и степень использования ресурсов. Но она может изменить свое положение. Это происходит за счет увеличения территории, повышения качества и количества ресурсов, внедрения научно-технического прогресса. Способность производить больше товаров и услуг называется экономическим ростом.

Если эти изменения затрагивают всю экономику, то кривая производственных возможностей сместится параллельно вправо. Если же увеличение затронет ту или иную сферу, то изменится конфигурация кривой.

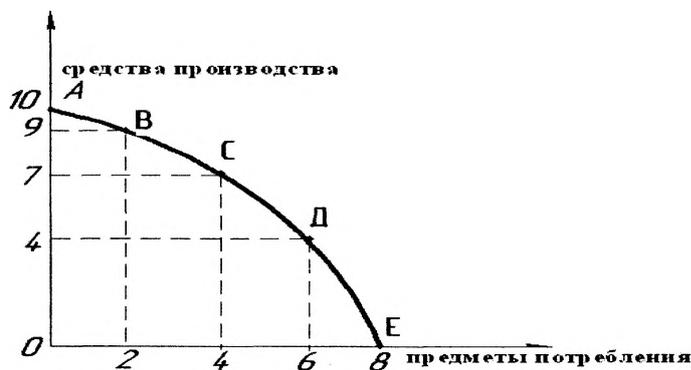


Рисунок 1.1 – Кривая производственных возможностей

Лекция 2. Рыночная экономика и ее модели

1. Рынок: понятие и условия возникновения. Функции рынка.
2. Объекты и субъекты рынка. Модель кругооборота деловой активности.
3. Конкуренция как основной элемент рыночного механизма.

1. РЫНОК: ПОНЯТИЕ И УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ. ФУНКЦИИ РЫНКА

Рынок в широком представлении объединяет в себе несколько понятий.

1. Рынок – это любое место торговли товарами и услугами.

2. Рынок есть вся совокупность процессов торговли, актов купли-продажи.

3. Рынок представляет систему экономических отношений между его участниками, возникающих в процессе купли-продажи, т.е. товарно-денежных отношений.

Самое общее научное определение, которое можно дать рынку: рынок – это сфера экономического обмена между людьми в форме купли-продажи, основанная на добровольном, эквивалентном обмене товаров.

Рынок в своем развитии прошел долгий исторический путь. Причинами его возникновения являются: развитие общественного разделения труда и экономическое обособление производителей (появление частной собственности).

Современная рыночная экономика строится на определенных принципах:

Принцип свободы хозяйственной деятельности, который означает право людей выбирать вид экономической деятельности.

Принцип всеобщности рынка заключается в том, что рыночному обороту подвержены не только товары и услуги, но и факторы производства, а также интеллектуальная, духовная, информационная продукция, предметы и объекты культуры.

Принцип многообразия и равноправия форм собственности.

Принцип свободного ценообразования предполагает, что рыночные цены никем не назначаются, а формируются в результате торга между покупателями и продавцами. В экономической теории это называется «взаимодействие спроса и предложения».

Принцип конкурентности: борьба за лучшие условия производства, потребления и развития.

Принцип самофинансирования и экономической ответственности выражается в том, что субъектам рынка необходимо нести ответственность, т.е. покрывать все финансовые расходы на свою деятельность и развитие бизнеса из собственных средств и отвечать по собственным обязательствам принадлежащим им имуществом и денежными средствами.

Принцип государственного регулирования означает, что никакой рынок не может обойтись без вмешательства государства. Рынку нужны законы, которые бы определяли правила поведения на рынке, и защита от их нарушения.

ФУНКЦИИ РЫНКА.

Функции рынка весьма разнообразны. К важнейшим из них относятся:

Коммуникативная функция. Рынок объединяет обособленных потребителей и производителей. Через рынки от производителей к потребителям направляются огромные потоки различных товаров и услуг, а от потребителей к производителям движутся денежные средства, необходимые для продолжения процесса производства.

Функция регулирования общественного производства состоит в том, что через рыночный механизм (взаимодействие спроса, предложения и цены) количество произведенной продукции приводится в соответствие с объемом платежеспособного спроса покупателей.

Информационная функция заключается в том, что рынок информирует производителей о потребностях, о цене товара и т.д. Цены на рынке служат той информацией, которая необходима и потребителям для принятия решений о способе удовлетворения своих многочисленных потребностей.

Суть стимулирующей функции состоит в том, что конкуренция заставляет производителей обновлять ассортимент товаров, удовлетворять самые разнообразные потребности, повышать качество товаров, снижать цены.

Санитарную функцию рынок выполняет путем дифференциации производителей в соответствии с эффективностью их хозяйственной деятельности: слабые фирмы погибают, а сильные продолжают деятельность.

2. ОБЪЕКТЫ И СУБЪЕКТЫ РЫНКА. МОДЕЛЬ КРУГООБОРОТА ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ

Объектами рынка являются: товары, материальные блага и услуги, поступающие на рынок; ресурсы и факторы производства.

Субъектами рынка являются домашние хозяйства, фирмы, государство, граница (иностраннный сектор).

Экономический кругооборот (кругооборот деловой активности) – это движение реальных экономических благ, сопровождающееся встречным потоком доходов и расходов. При этом кругообороте:

а) домашние хозяйства предъявляют спрос на товары и услуги, выступая при этом поставщиками экономических ресурсов. Домашние хозяйства, поставляя на рынок ресурсов свои ресурсы (капитал, труд, землю, предпринимательские способности), получают денежные доходы (заработную плату, прибыль, ренту, проценты). Данные доходы они расходуют на приобретение товаров и услуг на рынке товаров;

б) фирмы предъявляют спрос на ресурсы, предлагая в свою очередь потребительские товары и услуги. Продажа этих товаров составляет выручку фирм. Покупка ресурсов, необходимых для производства этих товаров, предполагает издержки фирмы;

в) государство на принадлежащих ему предприятиях изготавливает блага и услуги, которые реализуются на рынке домашним хозяйствам и фирмам. Государство, в свою очередь, покупает товары и услуги у частных фирм. Кроме того, государство размещает заказы среди фирм и концернов. Специфической функцией государства является сбор налогов с юридических и физических лиц и оформление доходной части бюджета.

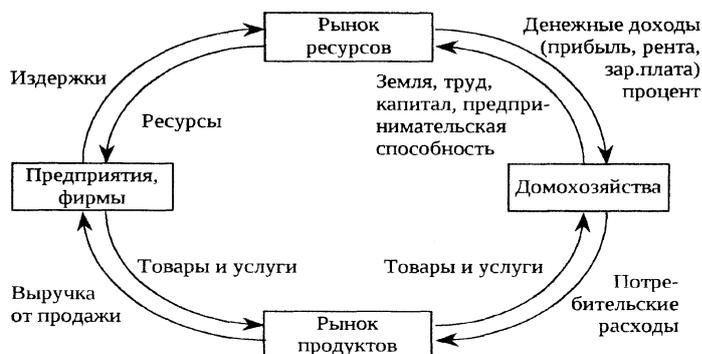


Рисунок 2.1 – Модель кругооборота товаров, доходов и ресурсов

3. КОНКУРЕНЦИЯ КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

В экономической теории конкуренция обозначает соперничество между различными экономическими субъектами.

На основе различных признаков можно выделить различные виды, типы, формы и методы конкурентной борьбы.

По форме конкуренция бывает совершенная (свободная) и несовершенная (существуют отклонения от свободной или идеальной).

К рынкам несовершенной конкуренции относятся рынки: монополии, олигополии и рынок монополистической конкуренции. Все эти рынки отличаются друг от друга по следующим признакам:

- а) количеству продавцов и покупателей на рынке;
- б) виду продукции, которая продается на данном рынке;
- в) степени свободы входа и выхода на рынок;
- г) степени господства фирм над ценами.

Рынок свободной конкуренции характеризуется большим количеством мелких фирм, производящих однородную продукцию в таких незначительных объемах, что не имеют возможности влиять на цену на рынке. Производители соглашаются с ценой, которая складывается в зависимости от спроса и предложения. Все продавцы и покупатели обладают одинаковой информацией о положении дел на рынке (ценах, товарах, спросе, предложении).

Чистая монополия представляет собой рынок одного продавца, который производит товар, у которого нет заменителей. Данный рынок защищен определенными барьерами (патенты, лицензии, величина капитала, владение уникальными ресурсами и т.д.), что препятствуют проникновению других производителей на этот рынок и дают возможность монополисту обладать определенной монопольной властью над ценами.

Рынок монополистической конкуренции характеризуется относительно большим числом продавцов (несколько десятков фирм), производящих схожую, но не идентичную продукцию. Товары весьма дифференцированы по различным признакам (маркам, качеству, дизайну, условиям продажи, рекламе и т.д.), которые помогают привлечь своих покупателей. Цены устанавливаются в зависимости от цен конкурентов и степени уникальности собственного товара. Вход на рынок достаточно свободен, надо только найти тот монопольный признак, который выделит товар фирмы от других товаров-конкурентов. В современных условиях к таким рынкам относится рынок косметики, одежды, обуви, мебели и др.

Рынок олигополии представлен несколькими относительно крупными и близкими по масштабу продаж и степени влияния участниками. Главный признак олигополии - ограниченное количество участников, которые находятся под существенным воздействием поведения друг друга и вынуждены учитывать это воздействие, особенно в области цен и определения объема производства. Это рынки мощных средств, сигарет, швейных машин, автомобилей и др.

Инфраструктура рынка – это комплекс элементов, институтов и видов деятельности, создающих организационно-экономические условия для функционирования рынка или совокупность институтов рынка, обслуживающих и обеспечивающих движение товаров и услуг, факторов производства. Сюда входят государственные и предпринимательские учреждения и организации.

Лекция 3. Спрос, предложение, рыночное равновесие

1. Понятие спроса и величины спроса. Закон спроса. Линия спроса.
2. Понятие предложения и величины предложения. Закон предложения. Линия предложения.
3. Рыночное равновесие. Равновесная цена и равновесный объем продукции. Общественная выгода торговли.

1. ПОНЯТИЕ СПРОСА И ВЕЛИЧИНЫ СПРОСА. ЗАКОН СПРОСА. ЛИНИЯ СПРОСА

***Спросом** называется готовность приобрести то или иное количество блага в зависимости от его цены.*

Под спросом понимается также **платежеспособная потребность**, т.е. та потребность, которая обеспечена деньгами.

Спрос покупателей зависит от многих факторов: цена данного товара, доход покупателя, предпочтения покупателя, вкусы покупателя, количество покупателей, цены на другие блага и т.д.

Зависимость объема спроса от определяющих его факторов называют **функцией спроса**. Она имеет следующий вид:

$$Qd_a = f(P_a, P_b, \dots, P_z, I, T, N, \dots),$$

где Qd_a – объем спроса на товар **a** в единицу времени;
 P_a – цена товара **a**; P_b, \dots, P_z – цены других товаров;
 I (income) – доход; T (tastes) – вкусы и предпочтения;
 N – число покупателей данного товара.

Различают ценовой фактор спроса и неценовые факторы.

Ценовой фактор – это цена определенного товара, например, цена булочек. **Неценовые факторы** – это все остальные, кроме цены данного товара (см. функцию спроса).

Предположим, что все неценовые факторы спроса заданы и не изменяются. Рассмотрим, как изменяется спрос в зависимости от цены данного товара.

Количество блага, которое потребители захотят купить по определенной цене, называется **объемом (величиной) спроса**. При разных ценах товара объемы спроса на него будут разные. Например, при цене 20 рублей за булочку потребители захотят купить 2000 булочек в день, а при цене 10 рублей объем спроса составит 4150 булочек в день.

Таким образом, **при уменьшении цены растет объем спроса, и при увеличении цены объем спроса уменьшается – это закон спроса**.

Цена спроса – это максимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за определенное количество данного товара.

Максимальная цена спроса – это цена, начиная с которой, объем спроса становится равным нулю.

Функцию спроса можно представить тремя способами (3 способа):

- 1 способ: табличный (с помощью таблицы);
- 2 способ: графический (с помощью графика);
- 3 способ: математический (с помощью формулы линейной функции).

1. Табличный способ

Это самый простой способ. В одну колонку можно занести разные значения цены, а в другую – соответствующие этим значениям объемы спроса.

Таблица 3.1 – Таблица спроса

Цена, руб/шт.	35	30	25	20	15	10	5	0
Объем спроса, штук в день	0	750	1400	2000	2800	4150	6000	6600

2. Графический способ

По горизонтальной оси обычно откладываются значения объема спроса, по вертикальной оси откладываются значения цены товара.

На основе таблицы построим линию спроса.

Кривая (линия) спроса и показывает, *какое количество товара будет куплено в заданный промежуток времени при той или иной цене*.

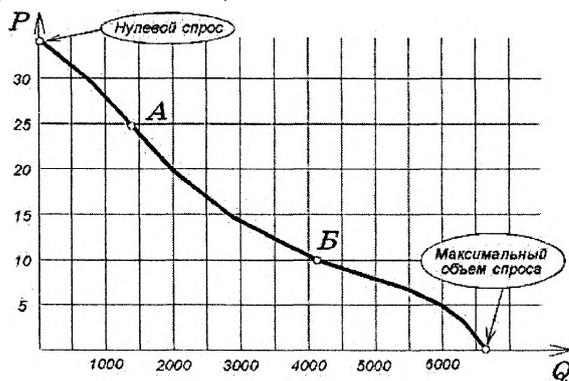


Рисунок 3.1 – Линия спроса

Линия спроса имеет *отрицательный наклон*.

При цене, равной нулю, спрос составил бы некоторое конечное значение. В этом месте кривая спроса пересекает ось количества (на нашем графике это 6600 булочек). Это **максимальный объем спроса**, который был бы предъявлен на булочки, если бы их цена была равна нулю, то есть они бы "продавались" бесплатно.

Существует максимальное значение цены, при котором объем спроса падает до нуля (**нулевой спрос**). Кривая спроса при нулевом спросе пересекает ось цены.

3. Линейная функция спроса

$Q_d = a - bP$, где a и b – некоторые постоянные величины (константы), Q_d – величина спроса, P – цена товара, b – наклон линии спроса и $b = \frac{\Delta Q}{\Delta P}$.

Следует различать изменение величины спроса и изменение самого спроса.

Величина спроса меняется тогда, когда изменяется только цена данного товара. Графически изменения объема спроса выражаются в "движении" по кривой спроса вниз или вверх. Например из точки А в точку В при увеличении цены объем спроса уменьшается.

Спрос меняется тогда, когда изменяются неценовые факторы. Изменение спроса выражается в "движении" всей кривой спроса, в её смещении вправо или влево. При смещении линии спроса вправо спрос возрастает (на рисунке линия D_1 смещается до линии D_2), при смещении влево – спрос уменьшается (на рисунке линия D_1 смещается до линии D_3). Например, если доходы растут, то при тех же ценах увеличивается величина спроса. В данном случае происходит сдвиг кривой спроса вправо-вверх. Если, к примеру, мода на курение растет, увеличивается спрос на сигареты. Кривая спроса сдвигается вправо-вверх.

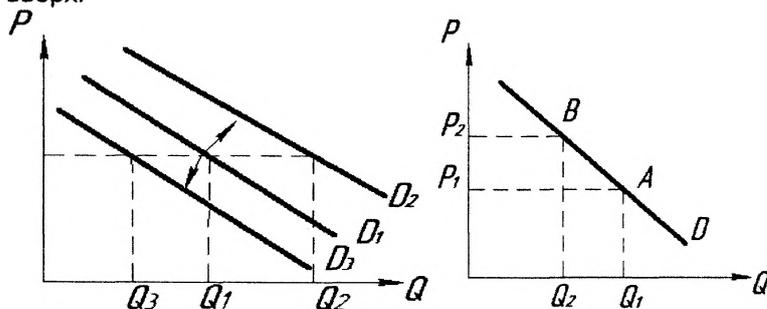


Рисунок 3.2 – Изменение спроса и изменение объема спроса

2. ПОНЯТИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ВЕЛИЧИНЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ЛИНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Предложением называется готовность производителей предлагать к продаже определенные количества блага в зависимости от его цены.

Предложение зависит от: цены товара, уровня технологии производства, цен на ресурсы, величины налогов, количества продавцов, ожиданий продавцов и т.д. Все перечисленное называется **факторами предложения**. Зависимость объема предложения от определяющих его факторов – **функция предложения**. Она имеет следующий вид: $Q_{s_a} = f(P_a, P_b, \dots, P_z, R, K, C, X, N, \dots)$, где Q_{s_a} – объем предложения товара a ; R – наличие производственных ресурсов; K – характер применяемой технологии; C – налоги и дотации; X – природные условия; N – число продавцов данного товара.

Различают ценовой фактор предложения и неценовые факторы.

Ценовой фактор – это цена определенного товара, например, цена булочек. **Неценовые факторы** – это все остальные, кроме цены данного товара (см. функцию предложения).

Предположим, что все неценовые факторы предложения заданы и не изменяются.

Количество блага, которое продавцы готовы продать по определенной цене, называется **объемом (величина) предложения**.

При разных ценах товара объемы предложения на него будут разные. Например, при цене 10 рублей за булочку продавцы готовы продать 2000 булочек в день, а при цене 25 рублей величина предложения повысится и составит 4000 булочек в день. Зависимость объема предложения от цены называется **функцией предложения**. Записывается следующим образом: $Q_s = f(P_x)$.

Таким образом, **чем выше цена, тем больше величина предложения товара; чем ниже цена, тем величина предложения меньше** – это закон предложения.

Цена предложения – минимальная цена, по которой продавец согласен продать определенное количество данного товара.

Цена, начиная с которой объем предложения становится ненулевым, называется **минимальной ценой предложения**.

Функцию предложения можно представить тремя способами (3 способа):

- 1 способ: табличный (с помощью таблицы);
- 2 способ: графический (с помощью графика);
- 3 способ: математический (с помощью формулы линейной функции).

1. Табличный способ

В одной колонке записывается цена блага, а в другой – объем предложения в единицу времени (в данном случае это день). Как видно из таблицы, при увеличении цены объем предложения увеличивается.

Таблица 3.2 – Таблица предложения

Цена, руб/шт	35	30	25	20	15	10	7	5
Объем предложения, штук в день	4650	4500	4100	3600	2800	2000	1000	200

2. Графический способ

На вертикальной оси откладывается цена булочек, а на горизонтальной – их количество.

Кривая предложения показывает, какое количество блага будет доставлено на рынок производителями при той или иной цене при прочих равных.

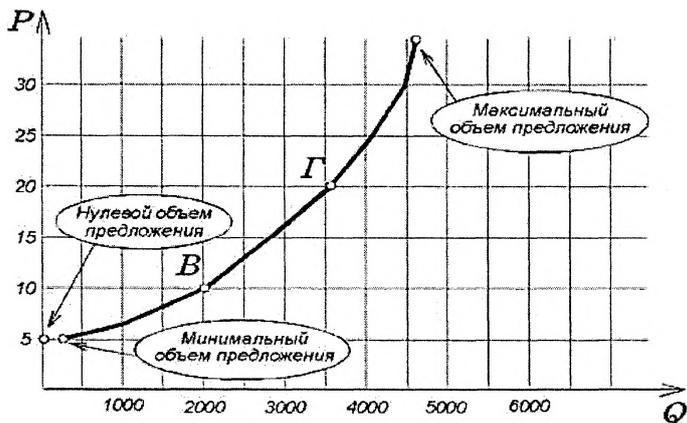


Рисунок 3.3 – Линия предложения

Кривая предложения булочек имеет *положительный наклон* (повышается слева направо). Это значит, что увеличение цены вызывает увеличение предложения.

Предложение не может увеличиваться бесконечно. При достаточно высоких ценах (например, при цене 35 рублей) все производители булочек выйдут на рынок и будут производить *максимальное количество*, на которое они способны. Таким образом, существует максимальный объем предложения блага, который может появиться на рынке в течение заданного промежутка времени при данном количестве производителей этого блага

Также у предложения есть *минимальный объем* и *нулевой объем*: при падении цены ниже некоторого уровня (в данном случае это 5 рублей) последний продавец откажется от производства блага (он производил 200 булочек), и объем предложения упадет до нуля. Данная цена называется *минимальной ценой предложения*.

3. Линейная функция предложения

$Q_s = c + dP$, где c и d – некоторые постоянные числа (константы), Q_s – величина предложения, P – цена товара, d – наклон линии предложения и

$$d = \frac{\Delta Q}{\Delta P}$$

Следует различать изменение величины предложения и изменение самого предложения

Величина предложения меняется тогда, когда изменяется только цена данного товара. Графически изменения величины предложения выражаются в "движении" по кривой предложения вниз или вверх. Например из точки A в точку B при увеличении цены объем спроса увеличивается.

Предложение меняется тогда, когда изменяются неценовые факторы (например, увеличивается количество продавцов на рынке или увеличиваются цены на ресурсы). Изменение предложения выражается в "движении" всей кривой предложения, в её смещении вправо или влево. При смещении линии предложения вправо предложение возрастает (на рисунке линия S_1 смещается до линии S_2), при смещении влево – предложение уменьшается (на рисунке линия S_1 смещается до линии S_3).

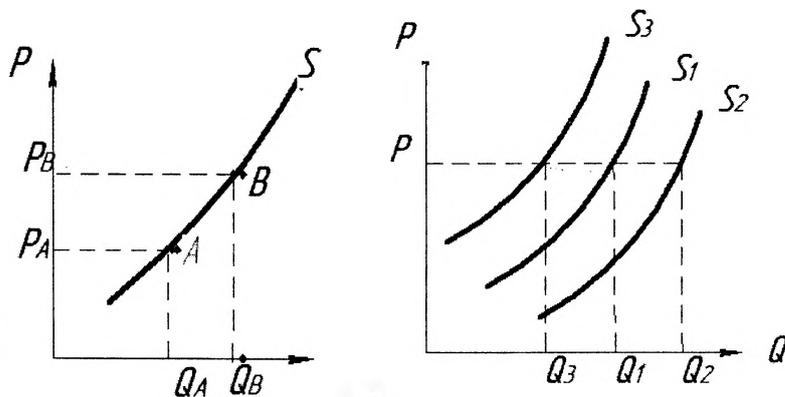


Рисунок 3.4 – Изменение объема предложения и изменение предложения

3. РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ. РАВНОВЕСНАЯ ЦЕНА И РАВНОВЕСНЫЙ ОБЪЕМ ПРОДУКЦИИ. ИЗМЕНЕНИЕ В РАВНОВЕСИИ

Равновесием на рынке называется ситуация, когда продавцы предлагают к продаже ровно такое количество блага, которое покупатели решают приобрести (объем спроса равен объему предложения).

Цена, при которой объем спроса равен объему предложения, называется **равновесной ценой**, а объемы спроса и предложения при этой цене называются **равновесными объемами спроса и предложения**.

Как определить равновесие?

Существует **три способа** определения рыночного равновесия.

1. Если функции спроса и предложения выражены с помощью **таблицы**, то нужно просто найти цену, для которой значения колонок, содержащих объемы спроса и предложения, совпадут. Так, при цене 15 рублей за булочку объемы спроса равен объему предложения. При цене 20 рублей предложение превышает спрос ($3600 > 2000$) – это называется **избытком продукции** (излишек предложения), а при цене 10 рублей, наоборот, спрос превышает предложение ($2000 < 4150$) – это называется **дефицитом продукции** (недостаток предложения).

Таблица 3.3 – Определение равновесия

Цена, руб/шт.	35	30	25	20	15	10	7	5	3	0
Объем спроса, штук в день	0	750	1400	2000	2800	4150	5500	6000	6300	6610
Объем предложения, штук в день	4650	4500	4100	3600	2800	2000	1000	200	100	0

2. Если функция спроса и предложения выражены с помощью **графиков**, для определения равновесной цены и равновесного количества нужно совместить кривую спроса и кривую предложения на одном графике и найти точку пересечения. Кривые пересекаются в некоторой точке А (другими словами, имеют общую точку А), которая и показывает равновесные значения цены и количества на этом рынке. Точку пересечения кривых спроса и предложения называют **точкой равновесия**.

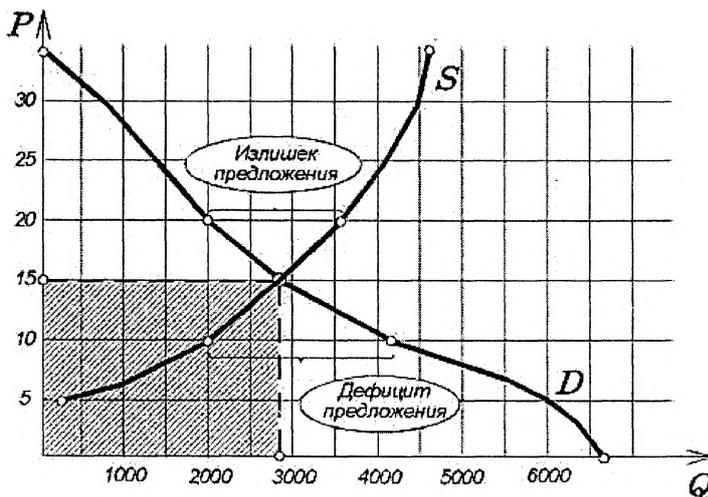


Рисунок 3.5 – Рыночное равновесие

В данном случае равновесной ценой является цена 15 рублей, а равновесное количество составляет 2800 булочек.

Ни одна другая цена не является равновесной. При любой цене выше 15 рублей объем предложения будет больше объема спроса. В результате возникнет избыток предложения. В этом случае, чтобы найти равновесие, продавцы начнут снижать цену булочек. При любом значении цены ниже равновесного объем спроса будет выше объема предложения. В результате возникнет дефицит предложения (избыток спроса). В этом случае равновесие восстановится, если цена начнет расти.

3. С помощью линейных функций спроса и предложения.

Для определения равновесия нужно приравнять функцию спроса к функции предложения: $a - bP = c + dP$, из этого равенства определяем равновесную цену и равновесный объем продукции.

Сумма выигрышей (излишков) потребителей и производителей – это **общественная выгода торговли**.

Излишек потребителя – это дополнительная выгода, которую получают потребители, если цена равновесия окажется ниже цены спроса.

Излишек производителей – это дополнительная выгода, которую получают продавцы (производители), если цена равновесия окажется выше цены предложения.

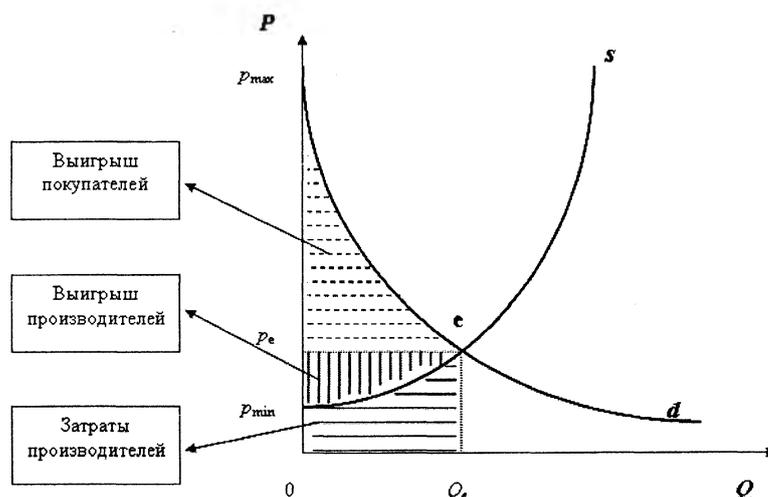


Рисунок 3.5 – Выигрыш (излишки) покупателей и производителей

Лекция 4. Эластичность спроса и предложения

1. Ценовая эластичность спроса. Коэффициент эластичности спроса. Типы ценовой эластичности спроса.
2. Ценовая эластичность предложения. Коэффициент ценовой эластичности предложения. Типы ценовой эластичности предложения.
3. Перекрестная эластичность спроса. Эластичность спроса по доходу.
4. Практическое применение эластичности спроса по цене.

1. ЦЕНОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА. КОЭФФИЦИЕНТ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА. ТИПЫ ЦЕНОВОЙ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА

Чувствительность покупателей к изменению цен измеряет **ценовая эластичность спроса**.

Ценовая эластичность спроса показывает, на сколько процентов изменится объем спроса при изменении цены товара на один процент.

Ценовая эластичность спроса измеряется с помощью коэффициента эластичности. Его определяют по формуле:

$$E_{Px}^{Dx} = \frac{\text{процентное изменение объема спроса}}{\text{процентное изменение цены товара}}$$

или

$$E_{Px}^{Dx} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

где ΔQ_D – изменение объема спроса; ΔP – изменение цены.

Если процент изменения спроса больше процента изменения цены, то это **эластичный спрос** (или товар эластичного спроса), $|E_d| > 1$.

Если процент изменения величины спроса меньше процента изменения цены – **спрос неэластичный**,

$$|Ed| < 1.$$

Пропорциональные (одинаковые) изменения характеризуют **единичную эластичность спроса** (т.е. процентное изменение спроса равно процентному изменению цены) $|Ed| = 1$.

Если изменение цены не приводит к изменению спроса, то это **совершенно неэластичный спрос**,

$$|Ed| = 0.$$

Если изменение спроса не приводит к изменению цены товара, то это **совершенно эластичный спрос**, $|Ed| = \infty$

К товарам с эластичным спросом обычно относятся:

- 1) предметы роскоши (драгоценности);
- 2) товары, занимающие большую долю в доходе потребителя (мебель, автомобиль);
- 3) легко заменяемые товары (овощи, фрукты).

Товары с неэластичным спросом включают:

- 1) предметы первой необходимости (лекарства, обувь, продукты питания);
- 2) товары, стоимость которых незначительна для семейного бюджета (карандаш, зубная щетка);
- 3) труднозаменяемые товары (электрические лампочки, бензин, билет на интересный концерт).

Среди основных факторов, определяющих эластичность спроса по цене, можно выделить следующие:

1) наличие и доступность товаров-заменителей на рынке (чем больше заменителей имеет товар, тем спрос более эластичен);

2) временной фактор (чем больше времени имеет потребитель, чтобы отреагировать на изменение цены, тем спрос более эластичен);

3) доля расходов на товар в потребительском бюджете (чем выше уровень расходов на товар в доходе потребителя, тем спрос будет более эластичен);

4) степень насыщения рынка рассматриваемым товаром (чем больше насыщенность рынка данным товаром, тем спрос более эластичен);

5) разнообразие возможностей использования данного товара (чем больше различных областей использования имеет товар, тем более эластичен спрос на него);

6. важность товара для потребителя (если товар является необходимым в повседневной жизни (зубная паста, мыло, услуги парикмахера), то спрос на него будет неэластичным. Товары, которые не столь важны для потребителя и приобретение которых может быть отложено, характеризуются большей эластичностью.

2. ПЕРЕКРЕСТНАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА. ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ

Перекрестная эластичность спроса по цене характеризует относительное изменение объема спроса на один товар при изменении цены другого.

Коэффициентом перекрестной эластичности спроса по цене называют отношение относительного изменения спроса на один товар к относительному изменению цены другого товара.

$$E_{Py}^{Dx} = \frac{\text{процентное изменение величины спроса товара X}}{\text{процентное изменение цены товара Y}}$$

или

$$E_{Py}^{Dx} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \times \frac{P_y}{Q_x}$$

Коэффициент перекрестной эластичности может быть положительным, отрицательным и нулевым.

Если $E_{P_Y}^{D_X} > 0$, то товары X и Y называют *взаимозаменяемыми*, повышение цены товара Y ведет к увеличению спроса на товар X (например, различные виды топлива).

Если $E_{P_Y}^{D_X} < 0$, то товары X и Y называют *взаимодополняющими*, повышение цены товара Y ведет к падению спроса на товар X (например, автомашины и бензин).

Если $E_{P_Y}^{D_X} = 0$, то такие товары называют *независимыми*, повышение цены одного товара не влияет на объем спроса на другой (например, хлеб и цемент).

Эластичность спроса по доходу характеризует относительное изменение спроса на какой-либо товар в результате изменения дохода потребителя.

Коэффициентом эластичности спроса по доходу называют отношение относительного изменения объема спроса на товар к относительному изменению дохода потребителя:

$$E_I^{Dx} = \frac{\text{процентное изменение величины спроса товара}}{\text{процентное изменение дохода покупателя}} \quad \text{или}$$
$$E_I^D = \frac{\Delta q}{\Delta I} \times \frac{I}{q},$$

где I – доход покупателя

Если $E_I^D < 0$, товар является *низкокачественным*, увеличение дохода сопровождается падением спроса на этот товар.

Если $E_I^D > 0$, товар называется *нормальным*, с ростом дохода увеличивается и спрос на этот товар.

Среди нормальных товаров можно выделить три группы.

Товары первой необходимости, спрос на которые растет медленнее роста доходов ($0 < E_I^D < 1$).

Предметы роскоши, спрос на которые опережает рост доходов ($E_I^D > 1$)

Товары, спрос на которые растет в меру роста доходов ($E_I^D = 1$), называют товарами *«второй необходимости»*.

3. ЦЕНОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ. КОЭФФИЦИЕНТ ЦЕНОВОЙ ЭЛАСТИЧНОСТИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ. ТИПЫ ЦЕНОВОЙ ЭЛАСТИЧНОСТИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Под ценовой эластичностью предложения понимают степень чувствительности предложения на изменение цены товара.

Ценовая эластичность предложения измеряется с помощью коэффициента эластичности.

$$E_P^S = \frac{\text{процентное изменение величины предложения}}{\text{процентное изменение цены товара}} \quad \text{или}$$

$$E_P^S = \frac{\Delta q}{\Delta P} \times \frac{P}{q}.$$

Предложение называют неэластичным, если $E_P^S < 1$, т.е. когда процентное изменение цены больше, чем процентное изменение объема предложения.

Предложение эластично, если $E_P^S > 1$, когда процентное изменение цены меньше, чем процентное изменение объема предложения.

Предложение с единичной эластичностью означает, что процентное изменение цены равно процентному изменению объема предложения.

Предложение считается совершенно неэластичным, если $E_p^S = 0$, т.е. любое изменение цены товара не приводит к изменению объема предложения.

Предложение является совершенно эластичным, если $E_p^S = \infty$, т.е. при любом изменении объема предложения цена товара не изменяется.

Эластичность предложения по цене определяется рядом факторов, наиболее главные:

1. Эластичность предложениям тем выше, чем больше возможности длительного хранения товара и чем ниже издержки его хранения.

2. Предложение товара будет эластично, если технология производства позволяет производителю быстро увеличить объемы выпуска в случае роста рыночной цены на его продукцию.

3. Степень эластичности предложения зависит от фактора времени: чем больше у производителя времени «приспособиться» к новым рыночным условиям, связанным с изменениями цены, тем эластичнее предложение.

4. ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ЭЛАСТИЧНОСТИ СПРОСА ПО ЦЕНЕ

Эластичность спроса имеет большое значение для ценовой политики фирм.

При движении вниз по линии спроса, цена товара уменьшается, а величина спроса растет, т.е. *эластичность спроса* уменьшается.

В середине линии спроса *коэффициент эластичности равен 1, т.е. это спрос единичной эластичности.*

Изменяя цену на отрезках с разной эластичностью, фирма может сделать следующие выводы:

1) при эластичном спросе снижение цены увеличивает выручку фирмы; повышение цены – уменьшает выручку, т.е. фирме выгодно снижать цену;

2) при неэластичном спросе снижение цены уменьшает выручку фирмы, повышение цены – увеличивает выручку, т.е. фирме выгодно повышать цену;

3) при спросе с единичной эластичностью общая выручка достигает максимального значения. Изменение цены не приводит к изменению общей выручки.

Итак, при *эластичном спросе* фирме выгодно снижать цены, но невыгодно повышать. При *неэластичном спросе* – наоборот: выгодно повышать цены и невыгодно их снижать.

Лекция 5. Основы поведения субъектов современной рыночной экономики

1. Рациональное поведение потребителя. Законы потребления. Правило максимизации полезности.
2. Фирма (предприятие) как субъект хозяйствования. Организационно – правовые формы фирм.

1. РАЦИОНАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ. ЗАКОНЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ. ПРАВИЛО МАКСИМИЗАЦИИ ПОЛЕЗНОСТИ

Рациональное поведение потребителя заключается в стремлении получить максимальную полезность из потребления данного товара с учетом ограничений.

Чаще всего учитываются два ограничения:

1. Величина дохода покупателя.
2. Цены на товары и услуги.

Потребительское поведение – это процесс формирования спроса потребителей на разнообразные товары и услуги с учетом их дохода и личных предпочтений.

Благо (товар или услуга) имеет свойство полезности.

Полезность – способность блага удовлетворять какие-либо потребности человека или общества.

На рынке потребитель сталкивается с бесчисленным количеством товаров и услуг, из которых он должен сформировать свою "потребительскую корзину", т.е. набор товаров, который обладает для него определенной полезностью.

В экономической теории различают общую (совокупную) и предельную полезность.

Общая полезность TU

Общая полезность есть совокупное удовлетворение, получаемое в результате потребления данного количества товара или услуг за данное время.

С ростом количества блага, которым располагает потребитель, растет общая полезность, но при этом темп увеличения общей полезности замедляется. Так, например, полезность первой съеденной булочки больше, чем полезность пятой съеденной булочки за 1 час.

Предельная полезность MU – это дополнительная полезность, получаемая от потребления одной дополнительной единицы данного блага за единицу времени.

Кривая предельной полезности показывает, что полезность потребляемых благ постепенно убывает, поскольку растет степень удовлетворения потребителей.

Предельная полезность каждой следующей единицы блага, получаемой в данный момент, меньше полезности предыдущей единицы. Это первый закон Госсена или **закон убывающей предельной полезности**.

Если каждая последующая единица блага обладает все меньшей и меньшей предельной полезностью, то потребитель станет покупать дополнительные единицы блага лишь при условии снижения их цены.

Максимизация полезности

Потребительский выбор – это выбор, максимизирующий функцию полезности рационального потребителя в условиях ограниченности ресурсов.

Максимизация полезности заключается в том, что потребитель с определенными ограничениями (доход, цены) выбирает такой набор благ и услуг, который полно удовлетворяет имеющиеся потребности, т.е. не существует потребности, удовлетворяющей больше или меньше, чем другие.

Таким образом, правило потребительского поведения состоит в том, чтобы **каждая последующая единица денежных затрат на приобретение товара приносила одинаковую предельную полезность** – это правило максимизации полезности или **второй закон Госсена**.

Условия максимизации полезности.

В результате максимизации полезности потребитель:

- во-первых, полностью расходует свой доход на приобретение товаров;
- во-вторых, так организует свои покупки, чтобы получить одинаковое удовлетворение от денежных средств, направленных на приобретение каждого товара.

Потребитель стремится так распределить свой доход, чтобы все потребности были удовлетворены одинаково.

MU_x/P_x – взвешенная предельная полезность.

Правило максимизации полезности записывается следующим образом:

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \frac{MU_z}{P_z} = \dots = \lambda.$$

2. ФИРМА (ПРЕДПРИЯТИЕ) КАК СУБЪЕКТ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ. ОРГАНИЗАЦИОННО – ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ФИРМ

Субъект хозяйствования или субъект производства осуществляет хозяйственную деятельность, т.е. покупает ресурсы и производит товар.

ФИРМА (предприятие) – это организационная структура бизнеса, обладающая юридической и экономической самостоятельностью.

Фирма:

- 1) использует факторы производства и производит продукт;
- 2) является основным звеном национальной экономики;
- 3) является объектом собственности;
- 4) имеет интерес, самостоятельность и ответственность;
- 5) является общностью людей;
- 6) имеет в собственности и в управлении обособленное имущество;
- 7) отвечает по своим обязательствам этим имуществом.

Виды и типы предприятия.

Существуют разные виды фирм. В связи с этим все предприятия в рыночной экономике можно разделить на:

- а) частные коммерческие предприятия;
- б) частные некоммерческие предприятия;
- в) государственные предприятия;
- г) смешанные (частно-государственные) предприятия.

Частные коммерческие предприятия (организации) – это фирмы, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности. Деятельность таких предприятий определяется рынком.

Частные некоммерческие (неприбыльные) предприятия (организации) – предприятия, не преследующие в качестве основной цели своей деятельности получение прибыли.

Государственные предприятия – это предприятия, в которых государственная форма собственности основная.

Смешанные предприятия – это предприятия, которые имеют две формы собственности: частную и государственную.

В рыночной экономике большинство товаров и услуг производится частными коммерческими предприятиями.

Частные коммерческие предприятия могут иметь следующие организационно-правовые формы: индивидуальное предприятие, полное товарищество, коммандитное товарищество, общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью, акционерное общество, производственный кооператив. Рассмотрим их особенности.

Индивидуальное предприятие создается гражданином, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица в качестве индивидуального предпринимателя. Такой предприниматель отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.

Товарищество – это фирма, находящаяся в собственности группы лиц. Каждый из них внес в нее свою долю капитала (пай) и получает долю прибыли, соответствующую величине пая. Если пай одного из участников товарищества составляет всего 1 % капитала фирмы, то он имеет право только на 1 % ее чистой прибыли.

Полное товарищество – товарищество, участники которого занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут солидарную ответственность по его обязательствам своим имуществом.

Коммандитное товарищество (товарищество на вере) – товарищество, в котором наряду с участниками, занимающимися предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несущими солидарную ответственность по его обязательствам своим имуществом, имеется один или несколько вкладчиков (коммандитистов).

Коммандисты не занимаются предпринимательской деятельностью и несут риск убытков только в пределах своих вкладов.

Общество с ограниченной ответственностью – общество, уставный фонд которого разделен на доли. Участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков только в пределах стоимости своих вкладов.

Общество с дополнительной ответственностью отличается от предыдущего тем, что ответственность участников не ограничивается стоимостью вкладов, но распространяется и на остальное имущество членов общества.

Акционерное общество (АО) – это общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций. Участники АО (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков только в пределах стоимости своих вкладов.

Производственный кооператив – это объединение граждан на основе членства для совместного ведения какой-либо хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом участии и объединении имущественных паевых взносов.

Лекция 6. Основные макроэкономические показатели

1. Понятие национальной экономики. Система национальных счетов (СНС).
2. Валовой внутренний продукт (ВВП) и способы его измерения.
3. Основные показатели совокупного дохода и продукта. Номинальные и реальные показатели. Индексы цен.

1. ПОНЯТИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ. СИСТЕМА НАЦИОНАЛЬНЫХ СЧЕТОВ (СНС)

При рассмотрении экономики страны в целом обычно используют понятие **«национальная экономика»**, определить которое можно как совокупность субъектов, объектов хозяйствования и производственных отношений между ними в рамках страны.

Для измерения результатов функционирования национальной экономики используется система макроэкономических показателей, называемая системой национальных счетов (СНС).

Система национальных счетов (СНС) представляет собой совокупность статических макроэкономических показателей, которые характеризуют величину совокупного продукта (выпуска) и совокупного дохода. СНС содержит 3 основных показателя совокупного выпуска (продукта):

- валовой внутренний продукт (ВВП);
- валовой национальный продукт (ВНП);
- чистый национальный (внутренний) продукт (ЧНП или ЧВП).

Система национальных счетов (СНС) содержит 3 показателя совокупного дохода:

- национальный доход (НД);
- личный доход (ЛД);
- личный располагаемый доход (ЛРД).

2. ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ (ВВП) И СПОСОБЫ ЕГО ИЗМЕРЕНИЯ

Валовой внутренний продукт (ВВП) – совокупная рыночная стоимость всех конечных товаров и услуг, произведённых в экономике данной страны в пределах её территории в течение одного года независимо от национальной принадлежности производителя.

Исходя из определения, можно сделать ряд выводов:

1) ВВП – это агрегированный показатель, который включает только официальные рыночные сделки, т.е. прошедшие через процесс купли-продажи и зарегистрированные;

2) в ВВП включается только то, что является товаром либо услугой, т.е. платежи, которые совершаются не в обмен на товары и услуги, в ВВП не включаются;

3) рыночная стоимость предполагает измерение объёма производства в денежном выражении;

4) ВВП включает только стоимость конечной продукции.

Конечная продукция – продукция, которая идёт в конечное потребление и не предназначена для дальнейшей переработки или перепродажи. **Промежуточная продукция** – продукция, предназначенная для дальнейшей переработки;

5) ВВП рассчитывается по территориальному признаку: не имеет значения, кто произвёл товары и услуги либо совершил сделку (резидент либо нерезидент) – главное, чтобы это произошло на территории данной страны.

Таким образом, в **ВВП не включаются**:

1. Сделки с поддержанными товарами (т.к. их стоимость уже была включена в ВВП в момент их первоначальной покупки).

2. Стоимость товаров и услуг, проведённых в теневой экономике.

3. Трансфертные платежи (пенсии, стипендии, пособия; субсидии и дотации – для предприятий).

4. Сделки с ценными бумагами.

5. Стоимость товаров и услуг, произведённых для собственного потребления.

Валовой национальный продукт (ВНП) – совокупная рыночная стоимость всех конечных товаров и услуг, произведённых национальной экономикой в течение одного года независимо от места расположения.

Таким образом, ВНП рассчитывается по национальному признаку: не имеет значения, где произведены товары и услуги либо совершена сделка (в данной стране либо за её пределами) – главное, чтобы это было осуществлено резидентом данной страны.

Математически разница между ВВП и ВНП определяется чистыми факторными доходами (ЧФД):

$$\text{ВНП} = \text{ВВП} + \text{ЧФД}.$$

Чистые факторные доходы – это разница между доходами, полученными за рубежом резидентами данной страны, и доходами, полученными нерезидентами в данной стране.

Существует 3 способа измерения ВВП:

- по расходам;
- по доходам;
- по добавленной стоимости.

Расчёт ВВП по расходам (метод конечного использования)

Расчёт ВВП по расходам представляет собой сумму расходов всех макроэкономических субъектов (государство, домохозяйство, фирмы, иностранный сектор):

$$\text{ВВП}_{\text{расх}} = C + I + G + X_n \quad \text{ВВП}_{\text{расх}} = C + I + G + X_n,$$

где C – потребительские расходы домохозяйств на покупку товаров и услуг для конечного потребления;

- расходы на текущее потребление (т.е. покупка товаров, срок службы которых составляет менее одного года);

- расходы на товары длительного пользования (т.е. покупка товаров, срок службы которых составляет более одного года, за исключением покупки жилья);

- расходы на всевозможные услуги;

I – расходы фирм на покупку инвестиционных товаров, включают в себя:

- инвестиции в основной капитал;

- инвестиции в жилищное строительство;

- инвестиции в запасы (запасы сырья, материалов, готовой продукции, незавершенное строительство);

- амортизацию – восстановление стоимости потребленного капитала;

- G – государственные закупки товаров и услуг (расходы государственного сектора), включают в себя:

- государственное потребление (расходы на содержание государственных учреждений и организаций, а также зарплаты работников государственного сектора);

- государственные инвестиции

$$X_n - \text{чистый экспорт: } X_n = E_x - I_m,$$

где E_x – экспорт; I_m – импорт.

Чистый экспорт – сальдо торгового баланса (разница между экспортом и импортом).

Расчёт ВВП по доходам (распределительный метод)

В случае расчёта ВВП по доходам ВВП рассматривается как сумма доходов собственников экономических ресурсов:

$$\text{ВВП}_{\text{дох}} = W + i + R + P_r + A + \text{ЧКН},$$

$$\text{ВВП}_{\text{дох}} = W + i + R + P_r + A + \text{ЧКН},$$

где **W** – зарплата (доход от фактора «труд»): оплата труда и все остальные формы вознаграждения за труд (основная заработная плата, премии, командировочные, сверхурочные, ночные, праздничные);

i – процентные платежи (доход от фактора «капитал»): доход от собственности и всевозможные процентные платежи;

R – рента (доход от фактора «земля»): арендная плата за земельные участки, а также жилые и нежилые помещения, находящиеся на них;

P_r – прибыль (доход от фактора «предпринимательство»):

Выделяют 2 вида прибыли:

- прибыль малых предприятий;

- прибыль крупных предприятий.

Прибыль крупных предприятий разбивается на 3 части:

- налог на прибыль (уплачивается государству);

- дивиденды (% по акциям, уплачиваются акционерам);

- нераспределённая прибыль (прибыль, которая остаётся после выплаты дивидендов и налогов на прибыль, прибыль прошлого периода). Чаще всего она направляется на инвестирование.

A – амортизация; **ЧКН** – чистые косвенные налоги: **ЧКН = КН – субсидии**.

КН (косвенные налоги) – включаются в цену товара и уплачиваются потребителями. К ним относят НДС, акцизы, таможенные пошлины и т.д.

Субсидии – трансфертные платежи предприятиям.

В расчёт ВВП по доходам не включаются:

1. Жалование государственных служащих.

2. Проценты по государственным облигациям.

Расчёт ВВП по добавленной стоимости (производственный метод)

Суть данного метода состоит в том, что суммируются добавленные стоимости на каждой стадии производства товара.

Добавленная стоимость – разность между стоимостью товара (конечной ценой) и затратами на сырьё и материалы на изготовление данного товара.

3. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ СОВОКУПНОГО ДОХОДА И СОВОКУПНОГО ПРОДУКТА. НОМИНАЛЬНЫЕ И РЕАЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ. ИНДЕКСЫ ЦЕН

Кроме ВВП и ВНП, существуют следующие показатели:

ЧВП (ЧНП) – чистый внутренний продукт (чистый национальный продукт) – показатель, характеризующий производственный потенциал экономики, т.к. включает в себя только чистые инвестиции (за вычетом амортизации):

$$\text{ЧВП (ЧНП)} = \text{ВВП (ВНП)} - A.$$

Национальный доход (НД) – совокупный доход от всех факторов производства; доход, заработанный владельцами факторами производства.

$$\text{НД} = W + i + R + P_r \quad P_r \quad \text{или} \quad \text{НД} = \text{ЧВП} - \text{ЧКН},$$

где W – зарплата (от фактора «труд»);

i – проценты (от фактора «капитал»);

R – рента (от фактора «земля»);

P_r – прибыль (от фактора «предпринимательские способности»).

Личный доход (ЛД) – доход, полученный макроэкономическими агентами:

$\text{ЛД} = \text{НД} - \text{отчисления на социальное страхование} - \text{налог на прибыль} - \text{нераспределённая прибыль} + \text{трансферты (частные и государственные)} + \text{проценты по государственным облигациям}.$

Располагаемый доход (РД) – доход, который может быть использован на потребление и сбережение:

$$\text{РД} = \text{ЛД} - \text{индивидуальные налоги}.$$

Существует два вида показателей: номинальные и реальные.

Номинальные показатели всегда рассчитываются в текущих ценах.

Реальные показатели рассчитываются в сопоставимых (базовых) ценах, т.е. в ценах базового периода. В качестве базового года может быть либо предшествующий год, либо определёнno установленный.

Таким образом, можно выделить **номинальный ВВП** и **реальный ВВП**.

Номинальный ВВП – ВВП, рассчитанный в ценах текущего года.

Реальный ВВП – ВВП, рассчитанный в сопоставимых ценах, т.е. номинальный ВВП, скорректированный на уровень цен:

Лекция 7. Денежно – кредитная система

1. Понятие и функции денег. Типы денежных систем
2. Денежно-кредитная система и её структура

1. ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ ДЕНЕГ. ТИПЫ ДЕНЕЖНЫХ СИСТЕМ

Деньги представляют собой финансовый актив, который служит для совершения сделок (для покупки товаров и услуг).

Актив – это то, что обладает ценностью. Активы делятся на реальные и финансовые. *Реальные активы* – это вещественные (материальные) ценности (оборудование, здания, мебель, бытовая техника и т.п.). *Финансовые активы* – это ценные бумаги. Их разделяют на:

- *денежные* (собственно деньги или краткосрочные долговые обязательства);
- *неденежные* (доходные ценные бумаги - акции и облигации, которые представляют собой долгосрочные долговые обязательства).

Сущность денег лучше всего проявляется через выполняемые ими функции. Деньги выполняют *функции*:

1) *средства обращения*: данная функция заключается в том, что деньги выступают посредником при совершении сделок, т.е. обслуживают товарообменные операции (за деньги продаются и покупаются товары и услуги);

2) *меры стоимости*: заключается в том, что деньги являются измерителем ценности товаров и услуг;

3) *средства платежа*: проявляется в использовании их при оплате отложенных платежей (уплате налогов, выплате долгов, получении доходов);

4) *средства накопления*: деньги представляют собой запас ценности и в любой момент могут быть обменены на товары и услуги (ликвидность денег);

5) *мировые деньги*: данная функция присуща только тем деньгам, которые обслуживают международные товарообменные операции, т.е. являются свободно конвертируемыми.

В разных странах существовали разные денежные системы:

- *монометаллизм* (если в качестве денег использовался только один металл – либо золото, либо серебро);
- *биметаллизм* (если в качестве денег использовались оба металла).

Бумажные и металлические деньги – это *символические* деньги. Их особенность в том, что их *ценность как товаров не совпадает (гораздо ниже) с их ценностью как денег*. Для того, чтобы бумажные и металлические деньги стали законным платежным средством, они должны быть *декретными* деньгами, т.е. узаконенными государством и утвержденными в качестве всеобщего платежного средства.

Бумажные деньги – это *кредитные* деньги. Различают три формы кредитных денег: 1) вексель 2) банкнота 3) чек.

Вексель – это долговое обязательство одного экономического агента (частного лица) выплатить другому экономическому агенту определенную сумму, взятую в займы, в определенный срок и с определенным вознаграждением (процентом).

Банкнота (banknote) – это вексель (долговое обязательство) банка. В современных условиях, поскольку правом выпускать в обращение банкноты обладает только Центральный банк, наличные деньги являются долговыми обязательствами Центрального банка.

Чек – это распоряжение владельца банковского вклада выдать определенную сумму с этого вклада ему самому или другому лицу.

2. ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА И ЕЁ СТРУКТУРА

Денежно-кредитная система — это совокупность денежно-кредитных отношений, их форм и методов, осуществляемых кредитно-банковскими институтами, которые создают, аккумулируют и предоставляют экономическим субъектам денежные средства в виде кредита на условиях срочности, платности, возвратности и материальной обеспеченности.

Кредит – предоставление в денежной или товарной форме на условиях возвратности кредитодателем заемщику в долг денег или товара. *Кредитные отношения* строятся с соблюдением следующих принципов кредитных отношений: *возвратности, срочности, материальной обеспеченности заемщика, целевой направленности и платности.*

В зависимости от срока кредит бывает:

- 1) онокольный – кредит, выдаваемый на небольшой срок и погашаемый по первому требованию кредитора;
- 2) краткосрочный – выдается на срок до 1 года;
- 3) среднесрочный – выдается на срок от одного до пяти лет;
- 4) долгосрочный – выдается на срок, более пяти лет.

Основные формы кредита:

- 1) банковский – предоставляется коммерческими банками в виде денежных ссуд предприятиям и населению;
- 2) коммерческий – предоставляется хозяйствующими субъектами друг другу. В товарной форме или путем отсрочки платежа;
- 3) государственный – имеет место, когда заемщиком выступает государство, а кредиторами – банки, население, предприятия;
- 4) потребительский – связан с предоставлением ссуд на товары длительного пользования;
- 5) лизинг-кредит – предоставляется в виде долгосрочной аренды машин, оборудования или транспортных средств;
- 6) международный – выдаваемый государствами, международными кредитными финансовыми организациями, а также частными фирмами в процессе международного экономического сотрудничества.

В последнее время получили развитие такие формы отношений в системе кредитования, как лизинг, факторинг, форфейтинг, траст.

Лизинг – это безденежная форма кредита, аренда с передачей в пользование машин, оборудования и других материальных средств с последующей постепенной выплатой их стоимости.

Факторинг – это перекупка или перепродажа чужой задолженности или коммерческие операции по доверенности. Банк покупает «дебиторские счета» предприятия за наличные, а затем взыскивает долг с фактического покупателя, которому предприятие продало товар или оказало услугу.

Форфейтинг – это долгосрочный факторинг, связанный с продажей банку долгов, взыскание которых наступит через 1-5 лет.

Траст – это операции по управлению капиталом клиентов.

Ядро кредитной инфраструктуры составляет банковская система. Банковская система – совокупность банковских учреждений, функционирующих на территории страны во взаимосвязи между собой. Банковская система имеет два уровня. Первый уровень представлен центральным (эмиссионным) банком, второй – коммерческими (депозитными) и специализированными (инвестиционными, сберегательными, ипотечными, внешнеторговыми и др.) банками.

Банковская система выполняет следующие основные функции:

- 1) аккумулярование временно свободных средств;
- 2) предоставление свободных средств во временное распоряжение;
- 3) создание кредитных денег;
- 4) кредитное регулирование;
- 5) денежная эмиссия;
- 6) выпуск ценных бумаг.

Важнейшим звеном банковской системы является *центральный банк (ЦБ)*.

Основными задачами ЦБ являются: обеспечение стабильности денежного обращения; осуществление государственной политики в области кредита, денежного обращения, расчетов и валютных отношений.

Функции Центрального банка:

- 1) эмиссия банкнот;
- 2) хранение государственных золото-валютных резервов;
- 3) денежно-кредитное регулирование экономики;
- 4) кредитование коммерческих банков;
- 5) проведение расчетов и переводных операций;
- 6) контроль за деятельностью кредитных учреждений.

Коммерческие банки – кредитные учреждения универсального типа, осуществляющие на договорных условиях кредитно-расчетное и другое банковское обслуживание юридических и физических лиц посредством совершения операций и оказания услуг.

Осуществляемые коммерческими банками операции подразделяются на пассивные и активные. *Пассивные операции* – привлечение денежных ресурсов путем приема депозитов, облигаций, других ценных бумаг. *Активные операции* – размещение денежных ресурсов путем предоставления кредитов, покупки акций, облигаций и других ценных бумаг.

ЛЕКЦИЯ 8. Финансовый сектор экономики и основы его функционирования

1. Понятие финансов и их функции. Структура финансовой системы.
2. Государственный бюджет и его функции. Расходы и доходы бюджета.
3. Налогообложение: сущность и принципы.

1. ПОНЯТИЕ ФИНАНСОВ И ИХ ФУНКЦИИ. СТРУКТУРА ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ

Финансы – система сложившихся в обществе экономических отношений по формированию и использованию фондов денежных средств или финансовых ресурсов через особые фонды и учреждения.

Сущность финансов раскрывается посредством выполняемых ими функций.

Выделяют следующие *функции финансов*:

аккумулирующую, способствующую формированию фондов денежных средств государства и других хозяйствующих субъектов;

регулирующую, стимулирующую деятельность субъектов финансовых отношений в соответствии с макроэкономическими целями;

распределительную, посредством которой осуществляется распределение и перераспределение денежных средств между субъектами финансовых отношений;

контрольную, позволяющую контролировать поступление и использование денежных средств и оценивать эффективность этих процессов.

Современные финансовые системы имеют три уровня.

Первый – это финансы государства или централизованные финансы.

Второй уровень финансовой системы – финансы фирм и предприятий различных форм собственности.

И, наконец, третий уровень – финансы домашних хозяйств, которые формируются за счет доходов, получаемых физическими лицами, ведущими совместное хозяйство.

Финансы субъектов хозяйствования и домохозяйств образуют нецентрализованные (частные) финансы.

В свою очередь, централизованные финансы имеют тоже несколько уровней:

бюджетный уровень, включающий консолидированный бюджет, республиканский бюджет и местные бюджеты; централизованные бюджетные и внебюджетные фонды; финансы предприятий государственного сектора.

2. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ БЮДЖЕТ И ЕГО ФУНКЦИИ. РАСХОДЫ И ДОХОДЫ БЮДЖЕТА

Государственный бюджет – это баланс доходов и расходов государства за определенный период времени (обычно год), представляющий собой основной финансовый план страны, который после его принятия законодательным органом власти (парламентом, государственной думой, конгрессом и т.п.) приобретает силу закона и обязателен для исполнения.

Функции государственного бюджета в экономике многогранны, остановимся на важнейших из них.

1. **Распределительная (регулирующая)** функция бюджета проявляется через формирование и использование бюджетных средств по уровням государственной и территориальной власти и управления.

2. **Функция стимулирования** научно-технического процесса означает прямое бюджетное финансирование научных исследований, которые зачастую не могут осуществляться без прямой государственной поддержки.

3. **Социальная функция** бюджета состоит в мобилизации средств и их использовании на реализацию социальных программ.

4. **Контрольная функция** государственного бюджета предполагает обязательность контроля со стороны государства за поступлением и расходованием бюджетных средств.

При выполнении своих функций государство несет многочисленные расходы, включаемые в бюджет. По целям расходы государства могут быть разделены на расходы:

- на политические цели: 1) расходы на обеспечение национальной обороны и безопасности, т.е. содержание армии, полиции, судов и т.п.; 2) расходы на содержание аппарата управления государством;

- на экономические цели: 1) расходы на содержание и обеспечение функционирования государственного сектора экономики, 2) расходы на помощь (субсидирование) частному сектору экономики;

- на социальные цели: 1) расходы на социальное обеспечение (выплату пенсий, стипендий, пособий); 2) расходы на образование, здравоохранение, развитие фундаментальной науки, охрану окружающей среды.

С макроэкономической точки зрения все государственные расходы делятся на:

- государственные закупки товаров и услуг (их стоимость включается в ВВП);

- трансферты (их стоимость не включается в ВВП); выплаты процентов по государственным облигациям (обслуживание государственного долга)

Основными источниками доходов государства являются:

- налоги (включая взносы на социальное страхование);
- прибыль государственных предприятий;
- сеньораж (доход от эмиссии денег);
- доходы от приватизации.

Разница между доходами и расходами государства составляет сальдо (состояние) государственного бюджета.

Государственный бюджет может находиться в трех различных состояниях:

1) когда доходы бюджета превышают расходы ($T > G$), *сальдо бюджета положительное*, что соответствует *излишку (или профициту)* государственного бюджета;

2) когда доходы равны расходам ($G = T$), *сальдо бюджета равно нулю*, т.е. *бюджет сбалансирован*;

3) когда доходы бюджета меньше, чем расходы ($T < G$), *сальдо бюджета отрицательное*, т.е. имеет место *дефицит* государственного бюджета.

На разных фазах экономического цикла состояние государственного бюджета разное. При спаде доходы бюджета сокращаются (так как сокращается деловая активность и, следовательно, налогооблагаемая база), поэтому дефицит бюджета (если он существовал изначально) увеличивается, а профицит (если он наблюдался) сокращается. При буме, наоборот, дефицит бюджета уменьшается (поскольку увеличиваются налоговые поступления, т.е. доходы бюджета), а профицит увеличивается.

3. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ: СУЩНОСТЬ И ПРИНЦИПЫ. ВИДЫ НАЛОГОВ

Главной статьей бюджетных доходов являются налоги, взимаемые как центральными, так и местными органами власти.

Налог – это средства, принудительно изымаемые государством или местными властями у физических и юридических лиц, необходимые для осуществления государством своих функций.

Налоги – это платежи, не предполагающие встречного исполнения обязательств за какую-либо услугу, т.е. это безэквивалентный платеж.

Реализация практического значения налогов проявляется через их *функции*.

Фискальная функция налогов предполагает формирование финансовых ресурсов государства и его административных единиц.

Регулирующая функция налогов заключается в избирательном изменении налоговых ставок, позволяющем целенаправленно воздействовать на темпы экономического роста, инфляцию, занятость и т.п.

Она предопределяет существование **стимулирующей** функции налогов – создание предпосылок для повышения деловой активности, поощрения некоторых видов предпринимательской деятельности.

Распределительная функция налогов призвана перераспределять доходы между государственными и местными бюджетами, распределять налоговое бремя между субъектами хозяйствования и социальными группами.

Посредством реализации **контрольно-учетной** функции налогов отслеживаются направления и объемы движения финансовых потоков.

Элементами налогов являются: субъект налогообложения (физическое или юридическое лицо, которое по закону обязано уплачивать налог), носитель налога (в случае с косвенными налогами фактически уплачивает налог потребитель), объект налогообложения (доход, имущество, подлежащие налогообложению), источник налога (средства, из которых уплачивается налог), единица налогообложения (единица измерения объекта – рубли, тонны, гектары), налоговая ставка, (величина налога с единицы измерения объекта), налоговый оклад (сумма налога, уплачиваемая с одного объекта).

На практике используется несколько подходов к классификации налогов. Рассмотрим важнейшие из них.

I. По принципу построения выделяют:

- пропорциональные налоги, к которым относят, например, налоги на имущество предприятий и физических лиц;
- регрессивные налоги, составляющие большую часть низкого дохода и меньшую часть высокого дохода. Они используются для стимулирования роста объема крупных покупок. Например, по мере роста расходов на покупку определенных товаров снижаются акцизные сборы;
- прогрессивные налоги, при которых обладатели больших доходов уплачивают большие налоги как в абсолютном, так и в относительном выражении.

II. По объектам налогообложения налоги делятся на прямые и косвенные.

Прямые налоги взимаются государством непосредственно с доходов и имущества юридических и физических лиц. Их объектом выступают доходы – заработная плата, прибыль, процент, или стоимость имущества налогоплательщика – земля, дача, машина. Достоинством прямых налогов является то, что их трудно переложить на плечи других лиц.

Косвенные налоги устанавливаются в виде надбавок к цене товаров или тарифов на услуги и включаются в издержки производства, что способствует повышению цен на товары и услуги. Основные косвенные налоги выступают в трех видах: акцизы, фискальные монопольные налоги и таможенные пошлины.

Таможенные пошлины – косвенные налоги на импортные, экспортные и транзитные товары. Они уплачиваются всеми субъектами, осуществляющими внешнеторговые операции.

Налоговая система – это совокупность взимаемых в государстве налогов, сборов, пошлин и других платежей, а также форм и методов их формирования и налогового контроля.

Налоговая система строится на определенных принципах, которые могут быть сформулированы следующим образом:

- 1) уровень налоговой ставки должен устанавливаться с учетом доходов возможностей налогоплательщика;
- 2) налогообложение доходов должно носить однократный характер. Многократное обложение дохода или капитала недопустимо;
- 3) обязательность уплаты налогов – налоговая система должна применять механизм изъятия, обеспечивающий неизбежность платежа;
- 4) система уплаты налогов должна быть простой, понятной и удобной для налогоплательщиков и экономичной для учреждений, собирающих налоги;
- 5) налоговая система должна быть гибкой, легко адаптируемой к меняющимся условиям;
- 6) налоговая система должна быть эффективным инструментом государственной экономической политики.

Лекция 9. Макроэкономическая нестабильность

1. Экономический цикл, его причины и фазы.
2. Сущность и типы безработицы. Экономические издержки безработицы. Закон Оукена.
3. Инфляция: сущность, причины, формы и последствия

1. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЦИКЛ, ЕГО ПРИЧИНЫ И ФАЗЫ

В действительности экономика развивается не по прямой линии (тренду), характеризующей экономический рост, а через постоянные отклонения от тренда, через спады и подъемы. Экономика развивается циклически. Экономический (или деловой) цикл (*business cycle*) представляет собой периодические спады и подъемы в экономике, колебания деловой активности. Эти колебания *нерегулярны и непредсказуемы*, поэтому термин «цикл» достаточно условный. Выделяют две экстремальные точки цикла:

1) точку *пика* (*peak*), соответствующую максимуму деловой активности; 2) точку *дна* (*trough*), которая соответствует минимуму деловой активности (максимальному спаду).

Фазы экономического цикла:

1. **Кризис** – характеризуется резким сокращением деловой активности, возникает избыток товаров, что приводит к снижению цен. Наблюдается затоваривание складов и впоследствии – снижение производства, увольнение работников, повышение уровня безработицы, снижение доходов населения. На этой фазе многие предприятия становятся банкротами.

2. **Депрессия** – на этой фазе производство и занятость достигают своего самого низкого уровня. Избыток товаров постепенно «рассасывается». Часть этих товаров продаётся по низким ценам, а часть уничтожается по причине порчи или устаревания. По-прежнему высокий уровень безработицы, хотя темпы её роста замедляются. Данная фаза экономического цикла представляет собой своеобразное приспособление хозяйственной жизни к новым условиям и потребностям.

3. **Оживление** – экономические условия для хозяйствующих субъектов постепенно стабилизируются. Столкнувшись с невозможностью продать свою продукцию даже по более низким ценам, фирмы могут либо *купить более производительное оборудование* и продолжать производство *того же вида товаров, но с меньшими издержками*, что позволит снизить цены на продукцию, не уменьшая величину прибыли; либо *перейти на производство нового вида товаров*, что потребует технического переоснащения, т.е. замены старого оборудования принципиально иным новым оборудованием. И в том, и в другом случае *увеличивается спрос на инвестиционные товары*, что служит стимулом для расширения производства в отраслях, производящих инвестиционные товары. Там начинается оживление, увеличивается занятость, растут прибыли фирм, увеличиваются совокупные доходы. Рост доходов ведет к росту спроса в отраслях, производящих потребительские товары, и к расширению там производства. Оживление, рост занятости (снижение безработицы) и рост доходов охватывают всю экономику.

4. **Фаза подъёма** – предполагает скачок в производстве. Наблюдается дальнейшее увеличение занятости, увеличения спроса на капитал и увеличение процентной ставки. В дальнейшем экономика достигает пика своего развития – в этой точке наблюдается максимальное использование всех производственных мощностей, что провоцирует рост уровня цен. Возросшее совокупное предложение не соответствует совокупному спросу, часть продукции остаётся нереализованной, что вызывает необходимость сокращать производство, и экономика входит в фазу кризиса.

2. СУЩНОСТЬ И ТИПЫ БЕЗРАБОТИЦЫ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИЗДЕРЖКИ БЕЗРАБОТИЦЫ. ЗАКОН ОУКЕНА

Важным явлением, характеризующим макроэкономическую нестабильность и имеющим циклический характер развития, выступает безработица. Чтобы определить, кто такие безработные, следует рассмотреть основные категории населения страны.

Население страны с макроэкономической точки зрения делится на две группы: включаемые в численность рабочей силы (экономически активное) и не включаемые в численность рабочей силы (экономически неактивное)

К категории экономически неактивного населения относят людей, не занятых в общественном производстве и не стремящихся получить работу:

- *дети до 16 лет;*
- *лица, отбывающие срок заключения в тюрьмах;*
- *люди, находящиеся в психиатрических лечебницах, и инвалиды;*
- *студенты дневного отделения;*
- *вышедшие на пенсию;*
- *бродяги;*
- *люди, прекратившие поиск работы.*

К категории экономически активного населения относят людей, которые работать могут, работать хотят и работу активно ищут, т.е. это люди, либо уже занятые в общественном производстве, либо не имеющие места работы, но предпринимающие специальные усилия по ее поиску. Таким образом, общая численность рабочей силы делится на две части:

занятые – т.е. *имеющие работу*, причем неважно, занят человек полный рабочий день или неполный, полную рабочую неделю или неполную. Человек также считается занятым, если он не работает по следующим причинам: а) находится в отпуске; б) болеет; в) бастует и г) из-за плохой погоды;

безработные, т.е. *не имеющие работу, но активно ее ищущие*. Поиск работы является *главным критерием*, отличающим безработных от людей, не включаемых в рабочую силу.

Основным показателем безработицы является показатель уровня безработицы. *Уровень безработицы* представляет собой *отношение численности безработных к общей численности рабочей силы* (сумме количества занятых и безработных), выраженное в процентах:

$$u = \frac{U}{L} \cdot 100\%.$$

Выделяют три основные **причины безработицы**:

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

Различают три **типа безработицы**: фрикционную, структурную и циклическую.

Фрикционная безработица (от слова «фрикция» - трение) связана с *поиском работы*. Очевидно, что поиск работы требует времени и усилий, поэтому человек, ожидающий или ищущий работу, некоторое время находится в безработном состоянии. Особенностью фрикционной безработицы является то, что работу ищут уже *готовые специалисты* с определенным уровнем профессиональной подготовки и

квалификации. Поэтому основной причиной этого типа безработицы является *несовершенство информации* (сведений о наличии свободных рабочих мест). Человек, потерявший работу сегодня, обычно не может найти другую работу уже завтра.

К фрикционным безработным относятся:

- 1) уволенные с работы по приказу администрации;
- 2) уволившиеся по собственному желанию;
- 3) ожидающие восстановления на прежней работе;
- 4) нашедшие работу, но еще не приступившие к ней;
- 5) сезонные рабочие (не в сезон);

6) люди, впервые появившиеся на рынке труда и имеющие требующийся в экономике уровень профессиональной подготовки и квалификации.

Структурная безработица обусловлена структурными изменениями в экономике. Причина структурной безработицы – несоответствие структуры рабочей силы структуре рабочих мест. Это означает, что люди, имеющие профессии и уровень квалификации, не соответствующие современным требованиям и современной отраслевой структуре, будучи уволенными, не могут найти себе работу. Структурная безработица более продолжительна и дорогостояща, чем фрикционная безработица, поскольку найти работу в новых отраслях без специальной *переподготовки и переквалификации* практически невозможно.

Естественный уровень безработицы – это такой уровень, при котором обеспечена *полная занятость рабочей силы*, т.е. наиболее эффективное и рациональное ее использование. Это означает, что все люди, которые хотят работать, работу находят. Естественный уровень безработицы поэтому называют *уровнем безработицы при полной занятости*, а объем выпуска, соответствующий естественному уровню безработицы, называют *естественным объемом выпуска*. Так как полная занятость рабочей силы означает, что в экономике существует только фрикционная и структурная безработица, то естественный уровень безработицы может быть рассчитан как сумма уровней фрикционной и структурной безработицы:

$$u^* = u_{\text{фрикци}} + u_{\text{структ}} = \frac{(U_{\text{фрикци}} + U_{\text{структ}})}{L} \cdot 100\%.$$

Циклическая безработица – безработица, причиной которой выступает рецессия, т.е. превышение фактической безработицы над естественной. Это происходит при спаде (рецессии) в экономике. Это означает, что в экономике имеет место неполная занятость ресурсов. В современных условиях существование циклической безработицы связано как с недостаточностью совокупных расходов в экономике, т.е. сокращением совокупного спроса, так и с сокращением совокупного предложения.

Поскольку сумма уровней фрикционной, структурной и вынужденной безработицы равна естественному уровню безработицы, то фактический уровень безработицы равен сумме естественного уровня безработицы и уровня циклической безработицы:

$$u_{\text{факт.}} = u^* + u_{\text{цикл.}}$$

Выделяют экономические и неэкономические последствия безработицы, которые проявляются как на индивидуальном уровне, так и на общественном уровне.

Неэкономические последствия безработицы – это психологические, социальные и политические последствия потери работы.

Экономические последствия безработицы на уровне общества в целом состоят в недопроизводстве валового внутреннего продукта, отставании фактического ВВП от потенциального ВВП. Наличие циклической безработицы (когда фактический уровень безработицы превышает ее естественный уровень) означает, что ресурсы используются не полностью. Поэтому фактический ВВП меньше, чем потенциальный (ВВП при полной занятости ресурсов).

Зависимость между отставанием объема выпуска (в то время ВНП) и уровнем циклической безработицы получила название «**закона Оукена**».

$$\frac{y^* - y}{y^*} = \beta \cdot (u - u^*),$$

где Y^* – потенциальный ВВП; Y – фактический ВВП; u^* – естественный уровень безработицы; u – фактический уровень безработицы; β – коэффициент Оукена ($\beta > 0$).

Коэффициент Оукена показывает, на сколько процентов сокращается фактический объем выпуска по сравнению с потенциальным (т.е. на сколько процентов увеличивается отставание), если фактический уровень безработицы увеличивается на 1 процентный пункт, т.е. это коэффициент чувствительности отставания ВВП к изменению уровня циклической безработицы.

3. ИНФЛЯЦИЯ: СУЩНОСТЬ, ПРИЧИНЫ, ФОРМЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Инфляция – это многофакторное явление, которое проявляется в переполнении в сфере обращения бумажными деньгами, что вызывает обесценивание денежной единицы и повышение общего уровня цен в стране. Это дисбаланс между уровнем производства и денежной массы в сторону увеличения денежной массы.

В условиях инфляции не все цены изменяются одинаково, так как темпы роста цен на потребительские товары всегда отличаются от темпов роста цен на товары производственного назначения.

Темп инфляции определяется как отношение:

$$\text{темп инфляции} = \frac{(\text{общий уровень цен})_1 - (\text{общий уровень цен})_0}{(\text{общий уровень цен})_0}$$

Индекс «1» показывает уровень цен текущего года, а индекс «0» - уровень цен базового года.

Темп инфляции различается в зависимости от фаз экономического цикла. Как правило, инфляция замедляется на стадии депрессии и ускоряется на фазе экономического подъема.

Если критерием служит темп (уровень) инфляции, то выделяют: умеренную инфляцию, галопирующую инфляцию, высокую инфляцию и гиперинфляцию.

- *Умеренная инфляция* измеряется процентами в год, и ее уровень составляет 3-5% (до 10%). Этот вид инфляции считается нормальным для современной экономики и даже считается стимулом для увеличения объема выпуска.

- *Галопирующая инфляция* также измеряется процентами в год, но ее темп выражается двузначными числами и считается серьезной экономической проблемой для развитых стран.

• *Высокая инфляция* измеряется процентами в месяц и может составить 200-300% и более процентов в год, что наблюдается во многих развивающихся странах и странах с переходной экономикой.

• *Гиперинфляция*, измеряемая процентами в неделю и даже в день, уровень которой составляет 40-50% в месяц или более 1000% в год.

Если критерием выступают *формы проявления инфляции*, то различают: явную (открытую) инфляцию и подавленную (скрытую) инфляцию.

• *Открытая (явная) инфляция* проявляется в наблюдаемом росте общего уровня цен.

• *Подавленная (скрытая) инфляция* имеет место в случае, когда цены устанавливает государство, причем на уровне ниже, чем равновесный рыночный (устанавливаемый по соотношению спроса и предложения на товарном рынке). Главная форма проявления скрытой инфляции – дефицит товаров.

Инфляция зарождается на денежном рынке, а затем постепенно переходит на все остальные (товарный рынок, рынок труда и т.д.)

Причины инфляции:

1. Неправильная политика Центробанка (Национального банка).

2. Бюджетный дефицит (темпы инфляции зависят от способа покрытия дефицита). Возникает в случае прямой денежной эмиссии.

3. Милитаризация экономики. Выпущенные товары не поступают на внутренний рынок, а расходуются на военные цели. Кроме того, это приводит к увеличению расходной части бюджета, что вызывает необходимость покрытия его дефицита (как правило, за счет эмиссии).

4. Монополизация рынка:

4.1. Монополия со стороны производителя. Приводит к искусственному завышению цен параллельно со снижением качества товаров и услуг.

4.2. Монополия со стороны профсоюзов. Вынуждает производителей поднимать заработную плату, что приводит к увеличению цен, в целях сохранения прибыли на данном предприятии

5. Высокие ставки в налогообложении. Замедляют производство и заставляют производителей увеличивать цену.

6. Неопределенность в государственной политике. Предприниматель не знает, чего ждать в будущем, и, опасаясь ухудшения ситуации и потери прибыли, повышает цены.

7. Внешнеэкономические факторы. Связаны с переносом инфляции по каналам мировой экономики (например, из-за повышения цен на импортируемые товары).

Исходя из механизма формирования инфляции, выделяют два её вида:

1. Инфляция спроса.

2. Инфляция предложения.

Первая связана с избыточным совокупным спросом, т.е. экономика пытается тратить больше, чем способна произвести. В таком случае товары становятся дефицитными и уровень цен в экономике повышается.

Вторая возникает в результате повышения средних издержек из-за подорожавшего сырья, что, с одной стороны, повышает уровень цен в экономике, а с другой – уменьшает совокупное предложение.

В чистом виде инфляции спроса и предложения практически не встречаются.

Можно выделить следующие социально-экономические последствия инфляции:

1) дезорганизация хозяйственных связей в обществе, заключающееся в разрушении сложившихся отношений между экономическими субъектами;

2) перераспределение дохода и богатства – от кредиторов к дебиторам, так как долг возвращается обесцененными деньгами;

3) снижение реальных доходов населения,

4) обесценивание сбережений населения, находящихся в виде наличности и даже в банках, если темпы роста цен обгоняют ставку процента;

5) ухудшение условий жизни, что способствует возникновению социальных потрясений;

6) ослабление доверия к органам власти;

7) возникновение трудностей с долгосрочным планированием, так как возникает всё большая неопределённость;

ГЛОССАРИЙ*

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ (ВМЕНЕННЫЕ) ИЗДЕРЖКИ (opportunity (economic) costs) – денежные доходы, которыми жертвует экономический субъект – владелец экономических ресурсов, когда использует их в собственном производстве, а не продает на рынке другим потребителям. Оцениваются с точки зрения ресурсов иным, альтернативным путем. Равны доходу от использования данных ресурсов при их наиболее выгодном альтернативном применении или количеству других продуктов, которые нельзя произвести при данном использовании ресурсов.

БАЗОВЫЙ ГОД (base year) – год, принимаемый за основу, при построении индексов цен.

БАРЬЕР НА ПУТИ ВХОЖДЕНИЯ (barrier to entry) – любые мероприятия, препятствующие проникновению в отрасль новых фирм.

БЮДЖЕТНЫЙ ДЕФИЦИТ (budget deficit) – сумма превышения расходов правительства над доходами в каждый данный год.

БЮДЖЕТНЫЙ ПРОФИЦИТ (budget proficit) – сумма превышения доходов над расходами правительства в каждый данный год.

ВАЛОВОЙ ВНУТРЕННИЙ ПРОДУКТ – ВВП (gross domestic product) – совокупный продукт, произведенный на территории страны, в т.ч. за счет находящихся в иностранной собственности факторов производства.

ВАЛОВОЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ – ВВП (gross national product) – совокупный продукт всех граждан страны, в том числе от принадлежащих им факторов производства за рубежом.

ВЕЛИЧИНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ (quantity supplied – Q_s) – количество данного товара, которое производители готовы предложить на рынок при данных ценах, в данное время и данном месте.

ВЕЛИЧИНА СПРОСА (quantity demanded – Q_d) – количество данного товара, которое покупатели готовы приобрести при данных ценах, в данное время и данном месте.

ВЗАИМОДОПОЛНЯЮЩИЕ ТОВАРЫ (complementary goods) – товары, для которых рост цены на один товар вызывает уменьшение спроса на другой.

ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМЫЕ ТОВАРЫ (substitute goods) – товары, для которых рост цены на один товар вызывает увеличение спроса на другой.

ДЕЗИНФЛЯЦИЯ (disinflation) – снижение темпов роста цен.

ДЕТЕРМИНАНТЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (supply determinants) – все факторы, влияющие на величину предложения.

ДЕТЕРМИНАНТЫ СПРОСА (demand determinants) – все факторы, влияющие на величину спроса.

ДЕФЛЯТОР ВВП (GNP deflator) – агрегированный показатель общего уровня цен, рассчитанный как отношение реального объема валового национального продукта (ВВП) к номинальному ВВП.

ДЕФЛЯЦИЯ (deflation) – снижение общего уровня цен; процесс, противоположный инфляции.

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ТОВАРОВ (product differentiation) – физические или иные различия между товарами различных фирм.

ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ (value added) – разница между стоимостью произведенной предприятием (или отраслью) продукцией и стоимостью приобретенной промежуточной продукции.

ДОХОД (revenue) – общая сумма денег, получаемых экономическим субъектом в течение какого-либо периода времени.

ЕСТЕСТВЕННЫЙ УРОВЕНЬ БЕЗРАБОТИЦЫ (natural rate of unemployment) – уровень безработицы в условиях полной занятости в экономике.

ЗАКОН ОУКЕНА (Okun'law) – обратная зависимость между уровнем безработицы и реальным объемом ВВП, показывающая, что увеличение уровня фактической безработицы (U) относительно ее естественного уровня (U^*) на один процент приводит к отставанию реального объема производства на 2,5%.

ЗАКОН СПРОСА (law of demand) – если цены на какой-либо товар увеличиваются и при этом все прочие параметры остаются неизменными, то спрос будет предъявляться на все меньшее количество данного товара.

ЗАКОН УБЫВАЮЩЕЙ ПРЕДЕЛЬНОЙ ПОЛЕЗНОСТИ, или **ПЕРВЫЙ ЗАКОН ГОССЕНА** (law of diminishing marginal utility) – принцип, согласно которому, рост потребления какого-либо блага при сохранении неизменными объемов потребления всех прочих благ приводит, начиная с некоторого момента времени, к убыванию предельной полезности данного блага.

ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА (wage) – цена труда (услуг труда) в единицу времени (час, день и т.д.).

ЗОЛОТОЙ СТАНДАРТ (golden standard) – денежная система, при которой золото выступает в роли денег и осуществляется свободный обмен всех денежных знаков на золото.

ИЗЛИШЕК ПОТРЕБИТЕЛЯ (consumer's surplus) – разница между максимальной суммой, которую потребитель готов заплатить за определенное количество нужного им товара, и суммой, которую они фактически платят.

ИЗЛИШЕК ПРОИЗВОДИТЕЛЯ (producer's surplus) – разница между минимальной ценой предложения и рыночной ценой товара, по которой фактически продавцы продают товар.

ИНДЕКС ЦЕН (price index) – индекс, показывающий динамику изменения цен, используется для пересчета номинального объема производства (дохода) в реальный объем (доход).

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ (individual proprietorship) – одна из форм предпринимательской деятельности; фирма, принадлежащая одному владельцу, который имеет право на всю заработанную прибыль и несет полную ответственность за результаты своей деятельности.

ИНФЛЯЦИЯ (inflation) – повышение общего уровня цен в экономике.

КАПИТАЛ (capital) – инвестиционные ресурсы, средства производства: факторы производства, созданные человеком в процессе производства. Финансовый капитал (финансовые активы) к факторам производства не относится.

КОМАНДНАЯ ЭКОНОМИКА (command economy) – экономическая система, в которой материальные ресурсы являются государственной собственностью, а направление и координация экономической деятельности общества осуществляются посредством централизованного планирования.

КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (supply curve) – графическое изображение функции предложения от цены.

КРИВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ (production possibilities curve) – кривая, показывающая возможные комбинации производства двух продуктов в условиях полной занятости, полного использования всех экономических ресурсов, неизменной технологии и постоянного запаса ресурсов.

КРИВАЯ СПРОСА (demand curve) – графическое изображение функции спроса от цены. Как правило, является убывающей.

МИКРОЭКОНОМИКА (microeconomics) – часть теоретической экономики, изучающая отдельных экономических субъектов (отдельных потребителей, отдельные фирмы, государства)

МОДЕЛЬ (model) – упрощенное представление экономической действительности.

МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ (monopolistic competition) – рынок, на котором действует значительное количество фирм, производящих дифференцированную продукцию; доступ на рынок относительно свободный; фирма обладает определенной монопольной властью и использует значительную неценовую конкуренцию.

МОНОПОЛИЯ (monopoly) – предполагает наличие в отрасли единственного производителя (продавца) конкретного товара или услуги и отсутствие у фирмы прямых конкурентов,

МОНОПОЛЬНАЯ (РЫНОЧНАЯ) ВЛАСТЬ (monopoly (market) power) – способность фирмы или группы фирм, действующих совместно, поднимать рыночную цену выше конкурентного уровня.

МОНОПСОНИЯ (monopsony) – рынок, на котором действует лишь один покупатель товара или услуги.

НЕСОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ (imperfect competition) – все рынки, на которых условия совершенной конкуренции не выполняются: *монополия, монопсония, монополистическая конкуренция, олигополия и олигопсония*; рынки, на которых покупатели или продавцы способны влиять на рыночные цены.

НЕЦЕНОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ (nonprice competition) – конкуренция посредством дифференциации продукции, рекламы, мер по стимулированию сбыта и т.д.; воздействие на рыночный спрос в целях увеличения объемов продаж при неизменных ценах.

НОРМАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ (normal goods) – товары, величина потребления которых увеличивается по мере роста доходов потребителя.

НОРМАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА (normative economics) – подход к оценке экономических явлений с точки зрения того, какой должны быть экономика, цели экономического развития, экономическая политика.

ОГРАНИЧЕННОСТЬ РЕСУРСОВ (scarce resources) – невозможность одновременного и полного удовлетворения всех потребностей всех членов общества.

ОЛИГОПОЛИЯ (oligopoly) – рынок, на котором действует небольшое количество крупных фирм, производящих однородную (так называемая чистая олигополия) или дифференцированную продукцию (дифференцированная олигополия).

ОЛИГОПСОНИЯ (oligopsony) – рынок, на котором действует всего несколько покупателей.

ПАРТНЕРСТВО (ТОВАРИЩЕСТВО) (partnership) – одна из форм организации предпринимательской деятельности; фирма, которой владеют и которой управляют два лица и более.

ПЕРЕКРЕСТНАЯ ЦЕНОВАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА – характеризует процентное изменение величины спроса на один товар при изменении цены другого товара на 1%.

ПОЗИТИВНАЯ ЭКОНОМИКА (positive economics) – направление в экономической теории, предполагающее объяснение и прогнозирование экономических явлений, изучение общеэкономических закономерностей, на основе которых формируются принципы экономического поведения, выявление причинно-следственной или функциональной связи между явлениями.

ПОЛЕЗНОСТЬ (utility) – степень удовлетворения, получаемая экономическим субъектом.

ПОЛНАЯ ЗАНЯТОСТЬ (full employment) – уровень занятости, при которой существует лишь фрикционная и структурная безработица, но отсутствует циклическая безработица (и когда реальный национальный продукт равен потенциальному).

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ НАБОР, или КОРЗИНА (consumption bundle) – совокупность товаров и услуг, выбранных потребителем.

ПОТРЕБНОСТЬ (needs, wants) – объективная нужда человека или группы людей в чем-либо, необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития организма и личности.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ТАЛАНТ (entrepreneurial ability) – один из важнейших экономических ресурсов. Предполагает способность человека: 1) организовать производство и выпуск товаров и услуг путем соединения всех прочих ресурсов; 2) принимать основные решения по управлению производством и ведению бизнеса; 3) рисковать своими денежными средствами, временем, трудом, деловой репутацией; 4) быть новатором, т.е. внедрять новые технологии, новые продукты, методы организации производства.

ПРИБЫЛЬ (profit) – величина превышения доходов фирмы над ее издержками; доход собственника предпринимательского таланта.

ПРИНЦИП МАКСИМИЗАЦИИ ПОЛЕЗНОСТИ (utility maximizing rule) – для получения максимальной полезности потребитель должен так распределить свой денежный доход, чтобы предельная полезность каждого товара, деленная на его цену, была одинаковой для всех товаров.

ПРИНЦИП РАЦИОНАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ (principle of rational behavior) – допущение, согласно которому, экономические субъекты действуют таким образом, чтобы получить максимальный результат (максимальную прибыль или максимальную полезность или максимальное общественное благосостояние) при имеющихся ограничениях (ограничениях в ресурсах, в денежных средствах и т.д.).

РАВНОВЕСНОЕ СОСТОЯНИЕ (equilibrium position) – такое состояние рынка, при котором спрос равен предложению и не возникает тенденций к изменению.

РЕНТА (rent) – 1) разница между доходом фактора производства и минимальной суммой, необходимой для удержания фактора в данной сфере использования; 2) доход собственника природных ресурсов, земли.

РЕСУРСЫ (resource) – совокупность всех материальных благ и услуг, используемых человеком для производства необходимой ему продукции.

РЫНОК (market) – особая форма взаимоотношений между отдельными, самостоятельно принимающими решения хозяйственными субъектами, между покупателями и продавцами,

РЫНОЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ (market supply) – суммарное предложение какого-либо товара со стороны всех производителей; сумма величин индивидуального предложения данного товара при разных ценах.

РЫНОЧНЫЙ СПРОС (market demand) – суммарный спрос на какой-либо товар со стороны всех потенциальных потребителей; сумма величин индивидуального спроса, предъявляемого каждым потребителем на данный товар при разных ценах.

РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА (market economy) – экономическая система, основанная на частной собственности и использовании механизма спроса и предложения, для решения основных экономических вопросов.

СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА (mixed economy) – экономическая система, основанная на различных формах собственности, хозяйственное развитие которой регулируется рынком, традициями и централизованными решениями.

СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ (perfect competition) – рынок, на котором действует значительное количество независимых друг от друга производителей, выпускающих однородную продукцию, отсутствуют неценовая конкуренция и барьеры на пути вхождения новых фирм.

СПРОС (demand) – платежеспособная потребность, желание и возможность экономического субъекта купить то или иное количество данного товара.

ТРАДИЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА (traditional economy) – экономическая система, в которой традиции, опыт, обычаи определяют практическое использование производственных ресурсов.

ТРУД (labour) – совокупность физических и умственных способностей человека, затрачиваемых при производстве товаров и услуг.

ХУДШИЕ ТОВАРЫ (НИЗШИЕ) (inferior goods) – товары, объем потребления которых, падает с ростом доходов потребителей. Для данных товаров эластичность спроса по доходу является отрицательной.

ЦЕНА ПРЕДЛОЖЕНИЯ (supply price or supply reservation price – Ps) – минимальная цена, по которой продавец готов продать данное количество товара.

ЦЕНА СПРОСА (demand price or demand reservation price – Pd) – максимальная цена, которую покупатель готов заплатить за данное количество товара.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ – отношение процентного изменения одной переменной, например А, к процентному изменению другой переменной В.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ – характеризует процентное изменение величины спроса на товар при изменении дохода потребителя на 1 %.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЦЕНЕ – характеризует процентное изменение величины предложения товара при изменении его цены на 1%.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ЦЕНЕ – характеризует процентное изменение величины спроса на товар при изменении его цены на 1%.

Список английских аббревиатур и буквенных символов

Буквенный символ (обозначение)	Английское значение	Русское значение
МИКРОЭКОНОМИКА		
b (d)		Коэффициент наклона кривой спроса (предложения)
D	Demand	Спрос
E	Elasticity	Эластичность
e	Equilibrium	Равновесие
i	Interest	Процент
I	Investment	Инвестиции
K	Capital	Капитал
L	Labor	Труд
MU	Marginal utility	Предельная полезность
P	Price	Цена
P*		Оптимальная цена
Pd		Цена спроса
Pe		Равновесная цена
Ps		Цена предложения
Q	Quantity	Объем, количество, величина
Qd		Объем спроса
Qe		Равновесный объем
Qs		Объем предложения
Q*		Оптимальный объем
R	1. Rent 2. Revenue	1. Рента 2. доход
r		Ставка процента (реальная)
S	Supply	Предложение
TU	Total utility	Общая полезность
U	Utility	Полезность
W	Wage	Заработная плата (номинальная)

МАКРОЭКОНОМИКА		
C	Consumption	Потребление
d	Depreciation	Амортизация (в системе нац. Счетов)
D	Deposits	Депозиты
G	Government	Государственные расходы
GDP	Gross Domestic Product	Валовый внутренний продукт
GNP	Gross National Product	Валовый национальный продукт
I	Investment	Инвестиции
i	Interest	Ставка процента (номинальная)
Ig	Gross investment	Валовые инвестиции
In	Net investment	Чистые инвестиции
M	Money	Деньги, денежное предложение, денежная масса
NX	Net Export	Чистый экспорт
P	Price	Общий уровень цен
Q	Quantity	Количество сделок в формуле $MV = PQ$
r	Rate (real interest rate)	Ставка процента (реальная)
t	Tax	Ставка налогообложения
T	Tax revenues	Налоговые поступления
U	Unemployment	Безработица
Un	Unemployment (natural)	Естественная безработица
V	Velocity of money	Скорость обращения денег
Y	Yield	Доход, выпуск

* Станковская И.К., Стрелец И.А. Экономическая теория. Полный курс МВА – 3-изд., исправленное

Учебное издание

Составители:

Медведева Гульнара Борангалиевна

Захарченко Людмила Анатольевна

Сметюх Александр Викторович

ОПОРНЫЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

**ПО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ
ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ ПЕРВОГО КУРСА
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА**

Ответственный за выпуск: Медведева Г.Б.

Редактор: Боровикова Е.А.

Компьютерная вёрстка: Соколюк А.П.

Корректор: Никитчик Е.В.

Подписано к печати 28.01.2014 г. Формат 60x84 ¹/₈. Гарнитура Arial.
Бумага «Снегурочка». Усл. п. л. 5,1. Уч. изд. 5,5. Заказ № 1316. Тираж 100 экз.
Отпечатано на ризографе учреждения образования «Брестский государственный
технический университет». 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.