МИНИСТРЕСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

КАФЕДРА “ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ”

“УТВЕРЖДАЮ”
На заседании учебно-методического
Совета СамИЭС
Председатель учебно-методического Совета
_____ А. Бектимиров
Протокол №1 от 05.08.2013

Хамракулова О.Д.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

ПО ПРЕДМЕТУ “МИКРОЭКОНОМИКА”

САМАРКАНД 2013

Основа для составления учебно-методического комплекса.

Учебно-методический комплекс по предмету микроэкономика составлен на основе приказа Минвуза РУ №87-01/1-166 от 15.10.2011 “О подготовки учебно-методических комплексов”.

Учебно-методический комплекс подготовлен доцентом Хамрокуловой О.Д.
Рецензенты: Доктор экономических наук, профессор Мухаммедов М.М.;

Утверждено на заседании кафедры протокол №17 от 03.07.2013 года.

Утверждено на заседании научно-методического Совета института протокол №1 от 05.08.2013 года.

I. Учебная программа

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

Рўйхатга олинди
№БД-5230100
2012 йил “26” декабр

Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2012 йил “26” декабрдаги “507” -сонли буйруғи билан тасдиқланди

“МИКРОИҚТИСОДИЁТ”
фанининг

ЎҚУВ ДАСТУРИ

Билим соҳаси:	200000	- Ижтимоий соҳа иқтисод ва ҳуқуқ
Таълим соҳаси:	230000	- Иқтисод
Таълим йўналиши:	5230100	- Иқтисодиёт (тармоқлар ва соҳалар бўйича)
	5230200	- Менежмент (тармоқлар ва соҳалар бўйича)
	5230300	- Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ташкил килиш (тармоқлар бўйича)
5230400		- Маркетинг (тармоқлар ва соҳалар бўйича)
	5230700	- Банк иши
	5230900	- Бухгалтерия ҳисоби ва аудит
	5231400	- Статистика (тармоқлар ва сохалар бўйича)
	5231600	- Меҳнат иқтисодиёти ва социологияси
Билим соҳаси:	600000	- Хизматлар соҳаси
Таълим соҳаси:	610000	- Хизмат кўрсатиш соҳаси
Таълим йўналиши:	5610300	- Туризм (фаолият турлари бўйича)

Тошкент – 2012

Фаннинг ўқув дастури Олий ва ўрта махсус, касб – ҳунар таълими ўқув – услубий бирлашмалари фаолиятини Мувофиқлаштирувчи кенгашининг 2012 йил “25” декабрдаги “ 4” - сон мажлис баёни билан маъқулланган.

Фаннинг ўқув дастури Тошкент давлат иқтисодиёт университетида ишлаб чиқилди.

Тузувчилар:
Салимов Б.Т. - “Тармоқлар иқтисодиёти” кафедраси мудири, иқтисод фанлари доктори, профессор.
Ўроқов Н.И. -“Тармоқлар иқтисодиёти” кафедраси катта ўқитувчиси.
Мустафакулов Ш.И. - “Тармоқлар иқтисодиёти” кафедраси доценти, иқтисод фанлари номзоди.

Тақризчилар:
Зайнутдинов Ш. Н. – Г. В. Плеханов номидаги Россия иқтисодиёт университетининг Тошкент шаҳридаги филиали “Мехнат иқтисодиёти ва бошқарув” кафедраси профессори, иқтисод фанлари доктори.
Хушматов Н. – Бозор ислоҳотлари илмий – тадқиқот институти директори, иқтисод фанлари доктори.

Фаннинг ўқув дастури Тошкент давлат иқтисодиёт университети Ўқув-услубий кенгашининг 2012 йил “29” августдаги “1” -сонли мажлис баёни билан тавсия этилган.

КИРИШ

“Микроиқтисодиёт” фани замонавий бозор тизимини қандай ишлашини, бозор нархини шаклланиш механизмларини ва бозор субъектларининг иқтисодий фаолиятини ўрганади.

И.А. Каримов 2009 йилнинг асосий якунлари ва 2010 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган маърузасида Ўзбекистон иқтисодиёти олдида турган асосий вазифалар тўғрисида тўхталаб "2009-2010 йилларга мўлжалланган инқирозга қарши чоралар дастурини сўзсиз бажариш ва шу асосда иқтисодий ривожланишнинг юқори ва барқарор суръатларини, самарадорлигини ҳамда макроиқтисодий мувозанатни таъминлашдан иборатдир"[1] деб таъкидладилар. Ушбу масалаларни амалга оширишда микроиқтисодиёт фанида ўрганиладиган назарий масалалар муҳим аҳамият касб этади.

Иқтисодиётда таркибий ислоҳотлар ва иқтисодиётни модернизациялашни янада чуқурлаштириш, унинг кўламини кенгайтириш билан боғлиқ масалаларнинг назарий ва амалий томонларини урганишда "Микроиқтисодиёт" фани муҳим аҳамият касб этади.

"Микроиқтисодиёт" фани бозор иқтисодиётининг назарий ва амалий томонларини ўрганади. Унинг усуллари амалиётда вужудга келадиган иқтисодий муаммоларни аниқлашда, таҳлил қилишда ва уларнинг ечимини топишда муҳим аҳамият касб этади. Ушбу фан фундаментал фанлардан бири бўлиб, бошқа иқтисодий фанларни чуқур ўрганишда асос бўлиб хизмат қилади. "Микроиқтисодиёт" фани бозор иқтисодиётининг амал қилиш механизмини, турли мулкчиликка асосланган корхоналарнинг хўжалик юритиш фаолиятини, уларнинг бозор шароитидаги ҳаракатини, чекланган ишлаб чиқариш ресурсларидан самарали фойдаланиш йўлларини назарий ва амалий томонларини ургатади.

Ўқув фанининг мақсади ва вазифалари

Фанни ўқитишдан мақсад – талабаларда замонавий бозор иқтисодиётининг ишлаши ва ривожланишининг ҳам назарий, ҳам амалий томонларини, бозор субъектларнинг иқтисодий фаолиятини ўрганиш усуллари бўйича билим, кўникма ва малака шакллантиришдир.

Фаннинг вазифаси – талабаларга бозор иқтисодиёти қонунларини, бозор субъектларининг ҳар хил бозор тузилмаларидаги ҳаракат фаолиятини, уларнинг фаолиятига таъсир қилувчи омилларни, истеъмолчининг бозордаги ҳаракатини, иқтисодиётни давлат томонидан тартибга солиш каби масалаларни, бозордаги талаб ва таклиф тўғрисидаги статистик маълумотлар асосида бозорни таҳлил қилиш ва хулосалар чиқаришни, давлатнинг бозор иқтисодиётига аралашуви оқибатларини таҳлил қилиш асосида хулосалар чиқаришни ўргатишдан иборат.

Фан бўйича талабаларнинг билимига, кўникма ва малакасига қўйиладиган талаблар

«Микроиқтисодиёт» фанини ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида талаба:

-замонавий бозор иқтисодиётининг ишлаши ва ривожланишининг назарий асосларини; талаб ва таклиф модели асосида тақчил ресурсларнинг тақсимланиш механизмини; рақобатлашган ва рақобатлашмаган бозорларнинг асосий хусусиятлари ва фирмаларнинг ушуб бозордаги ҳаракат қилиш қоидаларини; бозор шароитида нархларнинг қандай шаклланишини; давлатнинг бозор иқтисодиётиги аралашиш йўналишлари ва уларнинг оқибатларини; меҳнат, капитал ва ер бозорининг ишлаш механизмини *билиши*;

- талаба бозордаги талаб ва таклфи тўғрисидаги статистик маълумотлар асосида бозорни таҳлил қилиш ва хулосалар чиқариш; статистик маълумотлар асосида талаб ва таклиф функцияларини тузш ва улар асосида бозордаги ҳолатни таҳлил ва прогноз қилиш; рақобатлашган ва рақобатлашмаган бозорда фирмаларнин ҳаракатини таҳлил қилиш асосида ҳулосалар чиқариш; давлатнинг бозор иқтисодиётига аралашуви оқибатларини таҳлил қилиш асосида ҳулосалар чиқариш бўйича *кўникмаларга эга бўлиши;*

- талаба бозор иқтисодиётини ишлаш ва ривожланиш механизми тўғрисида; тақчил ресурсларни тақсимланиш тамойиллари тўғрисида; талаб ва таклиф асослари тўғрисида;

[1] И.А.Каримов. Асосий вазифамиз-ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. -Тошкент: Ўзбекистон, 2010. -55 б.

рақобатлашган ва рақобатлашмаган бозорлар тўғрисида; бозор шароитида нархнинг шаклланиши механизми тўғрисида; ҳар хил бозор тузилмаларида фирмаларнинг ҳаракат қилиш қоидалари тўғрисида; бозорнинг ишлаш самарадорлиги ва унга таъсир қилувчи омиллар тўғрисида аниқ *малакаларига эга бўлиши керак*.

Фаннинг ўқув режасидаги бошқа фанлар билан ўзаро боғлиқлиги ва услубий жиҳатдан узвий кетма-кетлиги

"Микроиқтисодиёт" фани умумкасбий фани ҳисобланиб, 3 семестрда қўйилади. Режалаштирилган гуманитар ва ижтимоий (иқтисодий назария, иқтисодий таълимотлар тарихи), математик ва табиий-илмий (иқтисодий-математик усуллар ва моделлар, иқтисодий география ва экология), умумкасбий (статистика, макроиқтисодиёт, меҳнат иқтисодиёти ва социологияси, жаҳон иқтисодиёти ва халқаро иқтисодий муносабатлар, молия ва солиқлар, маркетинг, менежмент, агросаноат мажмуаси иқтисодиёти, қишлоқ хўжалигида ишлаб чиқариш технологияси, хорижий инвестициялар) ва ихтисослик фанлар (қишлоқ хўжалиги иқтисодиёти, қишлоқ хўжалиги корхоналари фаолиятини бошқариш) фанларидан етарлича билим ва кўникмаларга эга бўлишлик талаб этилади.

Фаннинг ишлаб чиқаришдаги ўрни

Бозор тузилмаларининг ишлаши ва ривожланиши, ишлаб чиқарувчиларнинг иқтисодий фаолияти, истеъмолчиларнинг бозордаги харакати, давлатнинг бозорни тартибга солиш усуллари микроиқтисодиёт фанининг таркиби қисмларини ташкил қилади.

Шунинг учун микроиқтисодиёт фани умумихтисослик фанлар блокининг асосий фанларидан бири ҳисобланади.

Фанни ўқитишдаги янги педагогик ва ахборот технологиялари

Талабаларнинг микроиқтисодиёт фанини ўзлаштиришлари учун илғор ва замонавий усуллардан фойдаланиш, янги информацион-педагогик технологияларни тадбиқ қилиш муҳим аҳамиятга эгадир.

Фанни ўзлаштиришда дарслик, ўқув ва услубий қўлланмалар, маъруза матнлари, тарқатма материаллар, электрон материаллар, виртуал стентлардан фойдаланилади.

Мавзуларни ўтишда "инсерт", "блиц-сўров", "кластер", "ақлий ҳужум" каби усул ва техникалардан кенг фойдаланилади. Амалий ва семинар дарсларда "зиг-зак", "гуруҳ бўлиб ишлаш", "инсерт", "кооп-кооп" каби педагогик технологиялардан фойдаланилади.

АСОСИЙ ҚИСМ

Фан бўйича маъруза мавзулари ва уларнинг мазмуни

"Микроиқтисодиёт" фанининг предмети ва мазмуни

Ресурсларнинг чекланганлиги. Чекланган ресурсларни тақсимлаш. Ресурсларни тақсимлашда нархнинг аҳамияти. Мувозанат нархнинг шаклланиши. Бозор ва унинг вазифаси. Бозор билан боғлиқ бўлмаган фаолият. Мулкка эгалик қилиш. Бозор алмашувининг асосий шарти. Операция харажатлари. Фаннинг мазмуни, вазифалари, предмети.

Иқтисодий базис тушунчалари

Иқтисодий эҳтиёж тушунчаси. Иқтисодий неъматлар ва уларнинг хусусиятлари. Ўрнини босувчи неъматлар. Тўлдирувчи неъматлар. Иқтисодий ресурслар ва уларнинг турлари. Тадбиркорлик қобилияти тушунчаси. Альтернатив харажатлар ва уларни аниқлаш. Қайтарилмайдиган харажатларнинг вужудга келиши. Ишлаб чиқариш имкониятлари ва унинг аҳамияти. Ишлаб чиқариш имкониятлари чизиғи. Неъматларни бир-бири билан алмаштириш (трансформация) коэффициенти. Позитив ва норматив таҳлил. Товарлар оқими модели. Буйруқбозликка асосланган иқтисодиёт. Бозор иқтисодиёти.

Талаб ва таклиф таҳлили асослари

Талаб тушунчаси. Талаб чизиғи. Талаб функцияси. Бир омилли ва кўп омилли талаб функциялари. Талабга таъсир қилувчи омиллар. Талаб миқдорининг ўзгариши. Талабнинг ўзгариши. Таклиф ва таклиф миқдори. Таклиф чизиғи. Таклиф функцияси. Бир омилли ва кўп омилли таклиф функциялари. Таклифга таъсир қилувчи омиллар. Таклиф миқдорининг ўзгариши. Таклифнинг ўзгариши. Талаб ва таклиф қонунлари.

Бозор мувозанати, максимал ва минимал нархлар

Мувозанатлик тушунчаси. Бозор мувозанати. Мувозанат нарх. Мувозанат маҳсулот миқдори. Мувозанат нуқта. Бозорнинг мувозанат ҳолатини тиклаш хусусияти. Бозор мувозанатининг ўзгариши ва унга таъсир қилувчи омиллар. Максимал нарх. Давлат томонидан максимал нархнинг ўрнатилиши. Бозорда товар танқислиги. Танқислик соҳаси. Норасмий бозор ва унинг вужудга келиши. Товарнинг норасмий бозордаги нархи. Минимал нарх. Бозорда товар ортиқчалиги ва норасмий бозор. Истеъмолчи ютуғи ва ишлаб чиқарувчи ютуғи. Товар танқислиги соҳаси. Ортиқча маҳсулотни ифодаловчи соҳа.

Талаб ва таклиф эластиклиги

Эластиклик тушунчаси. Эластиклик коэффициенти. Талабни нархга кўра эластиклиги. Талаб функцияси учун эластиклик коэффициентини ҳисоблаш. Ейсимон эластиклик. Эластик ва эластик бўлмаган талаб. Абсолют эластик ва Абсолют эластик бўлмаган талаб. Талаб эластиклигига таъсир қилувчи омиллар. Талабнинг истеъмолчи даромадига кўра эластиклиги. Кесишган талаб эластиклиги коэффициентини ҳисоблаш. Нормал товарлар. Паст категорияли, олий категорияли ва бирламчи эҳтиёж товарлар. Энгел чизиқлари. Кесишган талаб эластиклиги. Эластиклик назариясининг амалда қўлланилиши. Сотувчи даромадини талаб эластичлигига кўра таҳлил қилиш. Солиқ юкининг тақсимланишини таҳлил қилиш. Бозор шароити ўзгариши оқибатларини прогноз қилиш ва баҳолаш.

Истеъмолчи танлови назарияси

Истеъмол назариясида неъмат тушунчаси. Истеъмолчи танловига таъсир қилувчи омиллар. Нафлик тушунчаси. Истеъмолчи эҳтиёжини қондириш даражаси. Нафлик функцияси. Умумий нафлик, чекли нафлик, чекли нафликнинг камайиши қонуни. Бефарқлик эгри чизиғи. Бефарқлик чизиқлари картаси ва унинг хусусиятлари. Чекли алмаштириш нормаси. Бюджет чегараси ва унинг ўзгариши. Бюджет тенгламаси. Бюджет чизиғи. Бюджет чизиғи ётиқлик бурчаги. Истеъмолчи танлови масаласи. Нафликни максималлаштириш. Истеъмолчи танлови масаласи ечилишини график усулда таҳлил қилиш. Истеъмолчи мувозанати. Истеъмолчиларнинг мувозанат шартлари.

Даромад самараси ва алмаштириш самараси

«Даромад-истеъмол» чизиғи. Норматив ва паст категорияли товарлар учун Энгел чизиклари. «Нарх-истеъмол» чизиғи ва нормал ва Гифен товарлари учун талаб чизиғи. Нормал товар учун даромад самараси ва алмаштириш самараси, умумий самара. Паст категорияли товарлар учун даромад самараси ва алмаштириш самараси. Алмаштириш самарасини ва даромад самарасини амалда қўллаш. Паст категорияли товарлар. Ўрнини босувчи ва тўлдирувчи товарлар.

Бозор ва таваккалчилик

Ноаниқлик ва таваккалчилик. Эҳтимол тушунчаси. Эҳтимолнинг турлари. Ноаниқлик шароитида танлаш. Таваккалчиликни вужудга келиши сабаблари. Таваккалчилик ўлчови. Кутиладиган миқдор. Четланиш. Таваккалчиликка бўлган муносабат. Таваккалчиликка мойиллик. Таваккалчиликка мойил бўлмаган ҳолат. Таваккалчиликка бефарқлик. Таваккалчиликни пасайтириш йўллари. Корхоналарнинг фаолият соҳаларини ва ишлаб чиқарадиган маҳсулотлар турини кенгайтириш (диверсификацияси). Суғурта қилиш.

Таваккалчиликни қўшиш. Таваккалчиликни тақсимлаш. Асимметрик ахборотлашган бозор. Маҳсулот сифати ноаниқлиги. Маънавий таваккалчилик. Бозордаги асимметрик ахборотларни йўқотиш йўллари. Бозор сигналлари. Аукционлар. Олиб сотарлик ва уни иқтисодиётдаги ўрни. Фьючерслар. Опцион ва хеджирлаштириш. Инвестиция ва таваккалчилик. Таваккалчилик активларига бўлган талаб. Активлар тушунчаси ва улардан олинадиган фойда. Таваккалчилик ва фойданинг ўзаро алоқаси. Маблағ эгасининг ўз маблағини сарфлаш йўналишини танлаш муаммоси.

Фирма ва уларнинг ташкилий-иқтисодий асослари

Фирма тушунчаси. Тадбиркорлик фирмаларининг асосий шакллари. Хусусий фирмалар. Хусусий фирманинг устун ва заиф томонлари. Масъулияти чекланган ва чекланмаган жамиятлар. Акционерлик жамиятлари (корпорациялар очиқ ва ёпиқ турдаги акционерлик жамиятлари). Жамиятнинг жавобгарлиги. Акционерлик жамиятининг устун томонлари ва заиф толмонлари. Акциядорларнинг ҳуқуқлари. Давлат корхоналари. Фойда олмайдиган ташкилотлар. Кооперативлар. Ўзбекистон Республикасида «Мулк тўғрисидаги» Қонунга кўра фаолият кўрсатаётган корхоналар тури.

Ишлаб чиқариш назарияси

Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида ишлаб чиқариш корхоналарини модернизация қилиш. Ишлаб чиқариш жараёни. Ишлаб чиқариш технологияси. Ишлаб чиқариш омиллари ва уларнинг турлари. Ишлаб чиқариш функцияси тушунчаси. Изоквanta тушунчаси. Изоквanталар картаси ва унинг хусусиятлари. Изоквантанинг ётпиқлиги бурчаги. Қисқа ва узоқ муддатлардаги ишлаб чиқариш. Бир ўзгарувчан омил (меҳнат) асосида ишлаб чиқаришни ташкил этиш. Ўзгарувчи омилнинг ялпи ўртача, чекли маҳсулотлари ва улар ўртасидаги боғлиқлик. Капиталнинг чекли маҳсулоти. Меҳнатнинг чекли маҳсулоти. Ишлаб чиқариш омиллари чекли маҳсулдорлигининг камайиш қонуни. Ишлаб чиқариш омилларининг ўзаро алмашуви. Чекли технологик алмаштириш нормаси. Изокоста тушунчаси. Изокоста тенгламаси. Ишлаб чиқариш омиллари сарфини минималлаштириш. Минималлаштириш масаласини график усулдаги ечими ва оптималлик шарти.

Ишлаб чиқариш харажатлари

Корхонанинг қисқа муддатли ва узоқ муддатли ораликдаги фаолияти. Харажатлар тўғрисида тушунча. Бой берилган имкониятлар ва альтернатив харажатлар. Қайтарилмайдиган харажатлар. Иқтисодий харажатлар, бухгалтерия харажатлари. Ички ва ташқи харажатлар. Иқтисодий фойда ва нормал фойда. Ялпи харажатлар. Ўзгарувчан ва ўзгармас харажатлар. Ўртача харажатлар. Чекли харажатлар. Ишлаб чиқариш харажатлари чизиқлари. Узоқ ва қисқа муддатлардаги харажатлар графиклари. Қисқа ва узоқ муддатдаги харажатларнинг ўзаро боғлиқлиги. Ишлаб чиқариш харажатларини ҳисоблаш, Ўртача ишлаб чиқариш харажатлари графикларининг ўзаро жойлашуви. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида ишлаб чиқариш харажатларини пасайтириш йўллари.

Рақобатлашган бозорда, қисқа муддатли ораликда фирма фойдасини максималлаштириш ва унинг таклифи

Рақобатлашган бозор ва унинг шартлари. Фирманинг, ялпи, ўртача ва чекли даромадлари. Корхона фойдаси. Корхона фойдасини максималлаштиришни назарий жиҳатдан асослаш ва уни график усулда таҳлил қилиш. Фирма фойдасини максималлаштиришнинг умумий шарти ва мукаммал рақобатлашган бозор учун шарти. Фирманинг безарар ишлаш нуқтаси. Фирма харажатларини минималлаштирадиган ҳолат. Фирманинг ёпилиш нуқтаси. Фирманинг чекли маҳсулот ишлаб чиқариш қоидасига амал қилиши. Фирма таклифи.

Рақобатлашувчи фирма ва тармоқнинг узоқ муддатли ораликдаги мувозанати ва тармоқнинг таклифи

Ўртача узоқ муддатли харажат ва унинг хусусиятлари. Узоқ муддатли ораликда ишлаб чиқариш ҳажмини танлаш. Тармоққа қарашли типик фирма мувозанати. Тармоқнинг мувозанат ҳолати. Тармоқнинг таклифи. Харажатлари ўсаётган тармоқнинг таклиф чизиғи, харажатлари ўзгармас бўлганда тармоқнинг таклиф чизиғи. Харажатлари камаяётган тармоқнинг таклиф чизиғи. Тармоқнинг кенгайиш механизми. Фирманинг самарали размери. Ишлаб чиқариш масштаби. Мусбат самарали ишлаб чиқариш масштаби. Манфий самарали ишлаб чиқариш масштаби.Ўзгармас самарали ишлаб чиқариш масштаби. Фирманинг узоқ муддатли ўртача харажатининг камайишига ва ўсишига таъсир қилувчи омиллар.

Рақобат ва яккаҳокимлик

Рақобат тушунчаси. Рақобатлашувчи фирмалар. Рақобатлашмаган бозор турлари. Соф монополия. Соф монополияга мисоллар. Монополистик бозорга киришдаги тўсиқлар. Табиий монополиялар. Соф монополияда монопол нарх ва монопол маҳсулотни аниқлаш. Монополистик талаб ва таклиф. Монопол ҳокимият ва монопол ҳокимият кўрсаткичлари. Монопол нарх белгилаш талаб эластиклигининг таъсири. Монопол нарх ва жамият фаровонлиги. Монопол нархга солиқларнинг таъсири. Рақобатлашган монопол бозор. Рақобатлашган монопол бозорда товар нархи ва ишлаб чиқариш ҳажмини аниқлаш. Рақобатлашган монопол бозор самарадорлиги. Олигополия. Курно модели. Монопсония. Монополияга қарши қонун.

Бозор ҳокимияти шароитида нарх белгилаш тамойиллари

Нарх тушунчаси, тамойиллари ва функциялари. Бозор шароитида амал қилувчи нарх турлари. Нарх белгилашда истеъмолчи ортиқчалигини эгаллаш. Монопол нарх белгилашда «Бош бармоқ» қоидаси. Монопол ҳокимият ва жамият фаровонлиги. Истеъмолчилар даромадига кўра нархларни белгилаш. Маҳсулотларни харид қилиш учун қўшимча истеъмолчиларни жалб қилиш. Турли харидорлар учун турли нархлар белгилаш (нарх диверсификацияси). Истеъмол ҳажмига кўра нархлар диверсификацияси. Товарлар категориясига кўра нарх дифференциацияси. Маҳсулотларга бўлган юқори талаб даврида нарх бериш тартиби.

Меҳнат бозори ва корхоналарда меҳнат ресурсларидан фойдаланиш

Бозор муносабатлари ва меҳнат ресурсларидан фойдаланиш кўрсаткичлари. Ёлланма ишчиларнинг оптимал сонини аниқлаш. Меҳнатнинг чекли маҳсулоти. Меҳнатнинг чекли даромадлилиги. Меҳнат қайтими. Меҳнат сиғими. Меҳнат самарадорлиги. Меҳнат унумдорлигининг камайиш қонуни. Меҳнат ресурсларига бўлган талаб. Меҳнат ресурслари таклифи. Рақобатлашган меҳнат бозори. Меҳнат қилиш ва дам олиш ўртасидаги боғлиқлик. Иш ҳақи ўсишининг дам олиш вақти билан ишлаш вақти ўртасидаги нисбатга таъсири. Меҳнат бозорида монопсония бўлган ҳол. Иш ҳақи минимуми. Минимал иш ҳақи ва мувозанат иш ҳақи ўртасидаги фарқлар ва уларнинг оқибатлари. Меҳнат бозорига касаба уюшмаларининг таъсири. Монополия шаклидаги меҳнат бозори. Меҳнат бозорида икки томонлама монополия. Иш ҳақи ставкаларининг табақалашуви. Иқтисодий рента. Корхонада меҳнатни ташкил этишнинг илғор шакллари. Иш ҳақи ва меҳнат унумдорлиги.

Капитал қўйилмалар ва капитал бозори

Асосий ва айланма капитал маблағлар. Ссуда фоизи. Лойиҳа тушунчаси. Инвестиция ва инвестициялаш. Ялпи инвестициялаш. Инвестицияни қоплаш. Соф инвестиция тушунчаси. Чекли соф қоплаш. Чекли ички қоплаш. Чекли қоплаш нормаси коэффициенти. Узоқ муддатли ораликдаги инвестиция. Жамғарма ва вақт бўйича чекли танлаш нормаси. Қийматни дисконтирлаш. Инвестицияни ҳисоблашдаги дисконтирланган қиймат. Инвестицияга талаб. Инвестицияга инфляциянинг таъсири. Асосий фондларнинг жорий харажатларини ва истиқболдаги даромадни баҳолаш. Зиён миқдорини аниқлаш. Ички ва ташқи инвестиция. Корхонанинг инвестиция соҳасидаги қарор қабул қилиш мезони. Инвестиция самарадорлиги.

Облигация қиймати ва ундан келадиган даромад. Муддатсиз облигация. Ер бозори, ер таклифи, ер рентаси. Абсолют рента. Дифференциал рента. Ер нархи.

Корхоналар фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш
Бозор муносабатининг камчиликлари. Бозор мувозанатининг бузилиш оқибатлари. Ташқи самара. Манфий ташқи самара ва мусбат ташқи самара. Давлатни атроф-муҳитни муҳофаза қилиш сиёсати. Ички бозорни ҳимоя қилиш сиёсати. Ижтимоий неъмат. Асимметрик ахборотларни тартибга солиш. Бозорнинг давлат томонидан бошқарилиши ва унинг зарурияти. Бозор муносабатларининг давлат томонидан бошқарилиш қуроллари. Солиқлар, субсидиялар, субвенциялар, имтиёзли кредитлар. Имтиёзли солиқлар. Бозор механизмига давлатнинг аралашуви меъёри.

Амалий машғулотларни ташкил этиш бўйича кўрсатмалар ва тавсиялар
Амалий машғулотларда талабалар товарлар бозоридаги талаб ва таклиф тўғрисидаги маълумотлар асосида бозор параметрларини ҳисоблаш ва таҳлил қилиш, ҳамда ишлаб чиқариш назариясини ўрганиш, ишлаб чиқариш корхоналарининг иқтисодий кўрсаткичларини ҳисоблаш натижалари ўрганилади.

Амалий машғулотларнинг тахминий тавсия этиладиган мавзулари:
1. Иқтисодий базис тушунчалар.
2. Талаб ва таклиф таҳлили асослари.
3. Талаб ва таклиф эластиклиги.
4. Истеъмолчи танлови назарияси.
5. Ишлаб чиқариш харажатлари.
6. Рақобатлашган бозорда, қисқа муддатли ораликда фирма фойдасини максималлаштириш ва унинг таклифи.
7. Рақобат ва якка ҳокимлик.
8. Меҳнат бозори ва корхоналарда меҳнат ресурсларидан фойдаланиш.
9. Капитал қўйилмалар ва капитал бозори.

Амалий машғулотларни ташкил этиш бўйича кафедра профессор-ўқитувчилари томонидан кўрсатма ва тавсиялар ишлаб чиқилади. Унда талабалар асосий маъруза мавзулари бўйича олган билим ва кўникмаларини амалий масалалар ечиш орқали янада бойитадилар. Шунингдек, дарслик ва ўқув қўлланмалар асосида талабалар билимларини мустаҳкамлашга эришиш, тарқатма материаллардан фойдаланиш, илмий мақолалар ва тезисларни чоп этиш орқали талабалар билимини ошириш, масалалар ечиш, мавзулар бўйича таҳлил қилиш ва бошқалар тавсия этилади.

Лаборатория ишларини ташкил этиш бўйича кўрсатмалар
Фан бўйича лаборатория ишлари намунавий ўқув режада кўзда тутилмаган.

Курс ишини ташкил этиш бўйича услубий кўрсатмалар
Курс ишининг мақсади талабаларни мустақил ишлаш қобилиятини ривожлантириш, олган назарий билимларни қўллашда амалий кўникмалар ҳосил қилиш, бевосита ишлаб чиқаришдаги реал шароитларга мос иқтисодий ечимлар қабул қилиш ва замановий техника ва технологияларни қўллаш кўникмаларини ҳосил қилишдир.
Курс ишининг асосий вазифаси талабаларга бозор муносабатлари даврида иқтисодиётда амал қилинадиган қонунлар ҳаракатини, бозор механизмининг назарий ва амалий асосларини, улар тўғрисида кенг иқтисодий мушоҳадалар юритишни ва уни амалда тадбиқ этиш йўлларини ўргатишдан иборат. Курс иши таркиби кириш, 2 боб, хулоса ва таклифлар ҳамда иловалардан иборат бўлиб, умумий ҳажми 50-60 бет бўлиши тавсия этилади. Курс ишининг кенгайтирилган мавзулари рўйхати ва уларни бажариш бўйича услубий қўлланмалар алоҳида ишлаб чиқилиши тавсия этилади.

Мустақил ишни ташкил этишнинг шакли ва мазмуни

Мустақил таълимнинг каттагина турли хил шакллари мавжуд бўлиб, талаба ўқитувчи раҳбарлигида янги билимларни, уқув ва кўникмаларни ўзлаштириш, ижодий фаолиятни амалга ошириш мақсадида бажара олади. Ушбу шаклларга қуйидагилар тегишлидир:

- дарслик ёки ўқув қўлланмалар бўйича фанлар боблари ва мавзуларини ўрганиш;
- тарқатма материаллар бўйича маърузалар қисмини ўзлаштириш;
- автоматлаштирилган ўргатувчи назорат қилувчи тизимлар билан ишлаш;
- махсус адабиётлар бўйича фанлар бўлимлари ёки мавзулари устида ишлаш;
- янги техникаларни, аппаратураларни, жараёнлар ва технологияларни ўрганиш;
- талабаларнинг ўқув-илмий тадқиқот ишларини бажариш билан боғлиқ бўлган фанлар бўлимлари ва мавзуларини чуқур ўрганиш;
- фаол ва муаммоли ўқитиш услубидан фойдаланиладиган ўқув машғулотлари;
- масофавий (дистанцион) таълим.

Тавсия этилаётган мустақил ишларнинг мавзулари:

1. Иқтисодий базис тушунчалар.
2. Талаб ва таклиф таҳлили асослари.
3. Талаб ва таклиф эластиклиги.
4. Истеъмолчи танлови назарияси.
5. Ишлаб чиқариш харажатлари.
6. Рақобатлашган бозорда, қисқа муддатли оралиқда фирма фойдасини максималлаштириш ва унинг таклифи.
7. Рақобат ва якка ҳокимлик.
8. Меҳнат бозори ва корхоналарда меҳнат ресурсларидан фойдаланиш.
9. Капитал қўйилмалар ва капитал бозори

Информацион-методик таъминот

Фанни ўқитишда ўқитишнинг интерфаол усулларидан, ахборот-коммуникацияларининг презентацион, мультимедия, электрон-дидактик технолгияларидан кенг фойдаланилади.

Тавсия этилаётган адабиётлар

Асосий адабиётлар

1. Пиндайк Р,Рубинфильд Д,Микроиктисодиёт. Улмасов А.У.ғУзбек тилига таржимаси. Т.: Шарк, 2003.
2. Эгамбердиев Э.Микроиктисодиёт.Дарслик. Т.: ТМИ, 2004.
3. Нуреев Р.М. Курс Микроэкономики. Учебник. - М.: Норма, 2008. – 561 стр.
4. Чеканский А.Н., Флорова Н.Л. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 685 стр.
5. Мэнкью Г. Принципы микроэкономики. Учебник. - СПб.: Питер, 2009. - 592 стр.
6. Маховикова Г.А. Микроэкономика. Учебное пособие. - М.: ЭКСМО, 2009. - 224 стр.
7. Ғуломов С.С., Алимов Р.Х., Салимов Б.Т. Микроиқтисодиёт. Дарслик. -Т.: Шарқ, 2001. – 320 бет.

Қўшимча адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг “Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари” номли асарини ўрганиш бўйича ўқув қўлланма. Тузувчилар: Б.Ю.Ходиев, А.Ш.Бекмуродов, У.В.Ғафуров, Б.К. Тўхлиев. -Т.: Иқтисодиёт, 2009.-120 б.
2. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва янгилашни изчил давом эттириш – давр талаби. Президент Ислом Каримовнинг 2008 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2009 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор

йўналишларига бағишланган вазирлар маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 14 февраль.
3. *Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси мажлисининг Қарори.* «2008 йилда Республикани ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2009 йилда иқтисодиётни барқарор ривожлантиришнинг энг муҳим устувор вазифалари тўғрисида». *2009 йил 13 февраль.*
4. Президент Ислом Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганлигининг 16 йиллигига бағишланган йиғилишда сўзлаган маърузаси. 2008 йил 5 декабрь.
5. Ўзбекистон Республикаси Президентнинг 2008 йил 2 декабрдаги "Навоий вилоятида эркин индустриал иқтисодий зона ташкил этиш тўғрисида" ги Фармони 2008 й 2 феврал .Халқ сўзи. 2008 3 феврал.
6. Ўзбекистон 16 йиллик тараққиёт йўли. И.А.Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси, Вазирлар Маҳкамаси ва Президент Девонининг Ўзбекистон мустақиллигининг 16 йиллигига бағишланган қўшма (2007 йил 30 август) мажлисидаги маърузаси. Халқ сўзи, 2007 йил 31 август.
7. Пол Э. Самуэльсон. Микроэкономика. Учебник. - СПб.: Киев, 2008. - 744 стр.
8. Артамонов В.С. и др. Микроэкономика. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2009. - 320 стр.
9. Нуриев Р.М. Сборник задач по микроэкономике, - М.:Норма, 2008. - 361 стр.
10. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. Учебник. - СПб.: Питер, 2007. – 350 стр.
11. Салимов Б.Т., Ўроқов Н.И., Мустафақулов Ш.И., Салимов Б.Б. Микроиқтисодиёт. Маърузалар матни. – Т.: Молия иқтисодчи, 2005.- 360 бет.
12. Грязнова А.Г., Юданов А.Ю. Микроэкономика: практический подход(Managerial Economics). Учебник. - М.: КНОРУС, 2009. -704 стр.
7.Микроэкономика. под ред. В.С.Атамонова, С.А.Иванова. – Москва, 2009
8.Просветов Г.И. Стратегия предприятия. Учеб. Прак.пособие.- М.: Альфа-Пресс, 2010..

II. Учебная программа по курсу «Микроэкономика» (для всех направлений бакалавриата).

Введение

Экономика – сложная многоуровневая система. Все ее уровни взаимосвязаны и взаимозависимы. Тем не менее принципы функционирования отдельных экономических агентов отличаются от законов развития экономики в целом. В связи с этим возникает необходимость изучения такой дисциплины, как «Микроэкономика». Предметом данного курса являются экономические отношения, возникающие на уровне отдельных хозяйствующих субъектов в процессе производства, реализации и потребления материальных благ и услуг.

Цель и задачи предмета

В условиях углубления реформ и модернизации экономики возрастает значение и роль предмета микроэкономика. Микроэкономика изучает в условиях рынка теоретические и практические её стороны. Микроэкономика изучает проблемы эффективного использования ограниченных ресурсов на уровне отдельной фирмы, ее поведение в различных рыночных ситуациях.

Цель и функции предмета – механизм производства и развития современной рыночной экономики. Задачи курса заключаются в изучении законов рыночной экономики, деятельности хозяйственных субъектов, потребительского рынка, вопросов государственного регулирования. Основное содержание курса направлено на решение следующих задач:

- раскрыть принципы, законы и закономерности экономики на микроуровне;
- ознакомить студентов с позитивными и нормативными методами экономического анализа;
- способствовать изучению механизма принятия управленческих решений отдельными экономическими субъектами;
- сформировывать у будущих специалистов навыки и умения в области эффективного функционирования хозяйствующих субъектов.

Требования к изучению микроэкономики.

Программа составлена, а учетом требований закона «Об образовании» Республики Узбекистан, Национальной программы по подготовке кадров, Государственного образовательного стандарта и рассчитана для подготовки квалифицированных специалистов на уровне бакалавриата.

Связь микроэкономики с другими предметами.

Курс микроэкономики связан со всеми другими экономическими дисциплинами. Микроэкономика относится к обще проффесиональным предметам. Она тесно связана с гуманитарными и общественными, обще проффесиональными и специальными экономическими дисциплинами.

Использование современных педагогических и информационных технологий

При изучении курса «Микроэкономика» могут быть использованы передовые педагогические и информационные технологии. При изучении предмета «Микроэкономика» используются:

- Основные формы обучения: коллективный, групповой, индивидуальный (фронтальный, звено, индивидуальный);

- Способы обучения:

- Традиционные способы (устный, практический, презентационный, работа с книгой, видео и аудио способы)
- Способы конкретно поставленной задачи (познание знаний, формирование сноровки, творческая работа и т.д.)
- Способы развития сноровки (объяснение – иллюстрация (информационно-рецептивный), репродуктивный, проблемный, эвристический и т.д.)

- Дидактические способы (расширение кругозора, закрепление и развитие знаний).

- **Новые педагогические и инновационные приёмы: «Л**екция», «Знакомство», «Анализ понятий», «Ступенчатый», «Колесо», «Бумеранг», «Резюме», «Проблема», «Лабиринт», «Блиц-опрос», «Скорбей», «Мозговой штурм», «Штурм мнений», «Инсерт», «Кластер», «Иерархия» и прочие.

- **Средства обучения:**

- Текстовые средства (учебная программа, учебник, учебные пособия, электронные учебники, методические пособия, раздаточный материал, варианты контрольного опроса, тесты и прочие)
- Изобразительные средства (фотографии, эскизы, схемы, графики, диаграммы, слайды и прочие)
- Аудио-видео средства (видеофильмы, компакт диски, аудио-видео кассеты, электронная доска, камера, компьютер и т.д.)
- Средства моделирования (инструменты, станки, полуфабрикаты, готовая продукция)

- **Формы организации учебного процесса**: занятие, наука, технические кружки, научные объединения студентов, путешествия.

- **Формы занятий:**

- Традиционные (стандартные)
- Современные (дидактические, мотивационные, методические

Нетрадиционные (проблемные, технологические, виртуальные, соревнования и игры,

- **Мониторинг и оценка**: планомерное отслеживание результатов обучения как в процессе учебного занятия (оценка выполнения учебных заданий и тестов, рейтинговая оценка учебной деятельности обучающегося на каждом учебном занятии), так и на протяжении всего курса (оценка выполнения учебных заданий и тестов), так и на протяжении всего курса (оценка текущих, промежуточных и итоговых результатов на основе рейтинговой оценки).

Распределение лекционных и семинарских занятий по предмету «Микроэкономика»

№	Темы	Часы					
		МН, МР, ИК			МК, БХ		
		Лекции	Семинары	Сам. Работа	Лекции	Семинары	Сам. Работа
1.	Значение, цель, задачи курса микроэкономика	**2**	**2**	**3**	**2**	**2**	**4**
2.	Понятия экономического базиса.	**2**	**2**	**4**	**2**	**2**	**4**
3.	Теория спроса и предложения	**2**	**2**	**3**	**2**	**2**	**4**
4.	Рыночное равновесие, максимальные и минимальные цены	**2**	**2**	**3**	**2**	**2**	**4**
5.	Эластичность спроса и предложения	**2**	**2**	**4**	**2**	**2**	**4**
6.	Теория потребительского выбора	**2**	**2**	**3**	**2**	**2**	**4**
7.	Эффект дохода и эффект замещения	**2**	**2**	**3**	**2**	**2**	**4**
8.	Рынок и риск	**2**	**2**	**4**	**2**	**2**	**4**
9.	Фирма и её организационно экономические основы	**2**	**2**	**3**	**2**	**2**	**4**
10.	Теория производства	**2**	**2**	**3**	**2**	**2**	**4**

11.	Издержки производства	**2**	**2**	**4**	**2**	**2**	**4**
12.	Максимизация прибыли фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции	**2**	**2**	**4**	**2**	**2**	**4**
13.	Равновесие фирмы в долгосрочном периоде	**2**	**2**	**3**	**2**	**2**	**4**
14.	Конкуренция и монополия	**4**	**4**	**4**	**2**	**2**	**4**
15.	Особенности формирования цен в условиях рыночного управления	**2**	**2**	**3**	**2**	**2**	**4**
16.	Рынок труда в использовании трудовых ресурсов на предприятии	**2**	**2**	**3**	**2**	**2**	**4**
17.	Капитальные вложения и рынок капитала	**2**	**2**	**4**	**2**	**2**	**4**
18.	Государственное регулирование деятельности предприятий	**2**	**2**	**4**	**2**	**2**	**4**
	Всего	**38**	**38**	**62**	**36**	**36**	**72**

Лекционные занятия:

Тема № 1. Значение, цель и задачи курса микроэкономика.
Значение, функции и предмет микроэкономики. Ограниченность и распределение ресурсов. Рынок и его функции. Рынок и его связь с производством. Основные направления развития промышленности Республики Узбекистана на 2011-2015 годы, Государственная программа «Год крепкой семьи» и решение социально-экономических проблем.
Использование педагогических технологий: лекция – визуализация, техники: фокусирующие вопросы, «думай- работай в паре- делись», «да – нет».
Литература: О. 1-7, Д. 9-14, Д. 19-21.

Тема №2.Понятия экономического базиса.
Понятие экономических потребностей. Экономические блага и их свойства. Экономические ресурсы и их виды. Возможности и значение производства. Кривая производственных возможностей. Командная и рыночная экономика.
Использование педагогических технологий: лекция – визуализация, диалог, техники: мозговой штурм, блиц-опрос.
Литература: О.1-7, Д. 9-14, Д. 19-21.

Тема №3. Теория спроса и предложения. Понятие спроса. Кривая спроса. Функция спроса. Факторы, определяющие спрос. И. Каримов «2012 год станет годом поднятия на новый уровень развития нашей страны». Понятие предложения, факторы его определяющие; изменение предложения. Закон спроса и предложения.
Использование педагогических технологий: лекция – визуализация, техники: фокусирующие вопросы, «думай- работай в паре- делись», «да – нет».
Литература: О.1-7 , Д. 9-14, Д. 19-21.

Тема №4. Рыночное равновесие, максимальные и минимальные цены.
Понятие равновесия. Рыночное равновесие. Равновесие цен. Условия для поддержания равновесия. Максимальные цены. Минимальные цены.
Использование педагогических технологий: лекция – визуализация, техники: фокусирующие вопросы, «думай- работай в паре- делись», «да – нет».
Литература: О. 1-7, Д. 9-14, Д. 19-21.

Тема №5.Эластичность спроса и предложения.
Понятие эластичности. Коэффициенты эластичности. Эластичный и неэластичный спрос. Факторы, влияющие на эластичность. Эластичность спроса и эластичность предложения. Кривая Энгеля.
Использование педагогических технологий: лекция – визуализация, техники: фокусирующие вопросы, «думай- работай в паре- делись», «да – нет».
Литература: О. 1-7, Д. 9-14, Д. 19-21.

Тема № 6.Теория потребительского выбора.
Понятие блага в теории потребления. Факторы, определяющие поведение потребителей. Бюджетная линия и её график. Вопросы потребительского выбора. Условия потребительского равновесия.

Использование педагогических технологий: лекция – визуализация, техники: фокусирующие вопросы, «думай- работай в паре- делись», «да – нет».
Литература: О. 1-7, Д. 9-14, Д. 19-21.

Тема№ 7.Эффект дохода и эффект замещения.
Кривая «доход- потребление». Кривая Энгеля. Кривая «цена- потребление», нормальные товары и товары Гиффена. Уровень дохода для нормальных товаров и товаров низкой категории.

Использование педагогических технологий: эвристический (частично - поисковой) метод, мозговая атака, активизация и интенсификация деятельности обучающих.
Литература: О.1-7, Д. 9-21.

Тема №8. Рынок и риск.
Связь рынка и риска. Неопределенность. Виды риска, их классификация и возможность преодоления. Пути снижения риска.
Использование педагогических технологий: гуманизация и демократизация педагогических отношений, мозговой штурм, блиц- опрос.
Литература: О. 1-7, Д. 9-21.

Тема № 9. Фирма и её организационно- экономические основы.
Понятие фирмы. Основные формы предпринимательских фирм. Частные фирмы. Общества ограниченной и неограниченной возможности. Акционерные общества (открытые и закрытые общества). Государственные предприятия. Закон РУ «О собственности».
Использование педагогических технологий: гуманизация и демократизация педагогических отношений, мозговой штурм, блиц- опрос.
Литература: О. 1-7, Д. 9-21.

Тема№ 10. Теория производства.
Процесс производства. Производственные технологии. Факторы и виды производства. Понятие производственной функции. Понятие изокванты. Карта изоквант. Производство в краткосрочном и долгосрочном периодах. Закон, определяющий возможность замены одного фактора на другой. Понятие изокосты.
Использование педагогических технологий: активизация и интенсификация деятельности обучающих студентов, мозговая атака.
Литература: О. 1-6, Д. 11- 25.

Тема№ 11.Издержки производства.
Понятие издержек. Упущенные и альтернативные издержки. Виды и формы издержек. Издержки в краткосрочном и долгосрочном периодах. Графики издержек в краткосрочном и долгосрочном периодах.
Использование педагогических технологий: активизация и интенсификация деятельности обучающих студентов, мозговая атака.
Литература: О. 1-6, Д. 11- 25

Тема№ 12. Максимизация прибыли фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции.

Понятие рынка совершенной конкуренции и его условия. Общий, средний и предельный доходы. Прибыль предприятия. Условия получения максимума прибыли.
Условия минимизации издержек, условия закрытия фирмы.
Использование педагогических технологий: активизация и интенсификация деятельности обучающих студентов, мозговая атака.
Литература: О. 1-6, Д. 11- 25
Тема№ 13. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде.
Издержки в долгосрочном периоде и их свойства. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде. Эффективные размеры и параметры фирмы. Масштаб производства и показатели эффективности. Факторы, определяющие работу фирмы в долгосрочном периоде.
Использование педагогических технологий: методическое усовершенствования и дидактического реконструирования учебного материала, мозговой штурм.
Литература О. 1 -6, Д. 11-25.

Тема№ 14. Конкуренция и монополия.
Понятие конкуренции. Конкурентоспособные фирмы. Виды конкуренции. Чистая монополия. Монополистический рынок и его виды. Олигополия. Монопсония. Антимонопольное законодательство.
Использование педагогических технологий: проблемный метод, дискуссия, беседа, блиц-опрос.
Литература: О. 1-6, Д. 11- 25

Тема№ 15. Особенности формирования цен в условиях рыночного управления.
Понятие цен, их сущность и функции. Виды цен. Монопольные цены. Монопольное регулирование и рост благополучия общества. Диверсификация цен. Диверсификация цен на различные категории товаров.

Использование педагогических технологий: бинарная лекция в сотрудничестве со студентами, мозговой штурм, дискуссия.
Литература: О. 1-6, Д. 11- 25

Тема №16.Рынок труда в использовании трудовых ресурсов на предприятии.
Понятие рынка труда. Использование трудовых ресурсов и их показатели. Эффективность использования рынка труда и его конкурентоспособность. Минимальная заработная плата и регулирование трудовых отношений на предприятии.
Использование педагогических технологий: активизация и интенсификация деятельности обучающих студентов, мозговая атака.
Литература: О. 1-6, Д. 11- 25

Тема№17.Капитальные вложения т рынок капитала.
Понятие капитала. Основной и оборотный капитал. Инвестиции и их виды. Эффективность инвестиций. Рынок ценных бумаг, рынок земли.
Использование педагогических технологий: активизация и интенсификация деятельности обучающих студентов, мозговая атака.
Литература: О. 1-6, Д. 11- 25

Тема№18. Государственное регулирование деятельности предприятий.
Рыночная экономика и её недостатки. Необходимость государственного регулирования деятельности предприятий. Политика защиты внутреннего рынка. Инструменты государственного регулирования.
Использование педагогических технологий: активизация и интенсификация деятельности обучающих студентов, мозговая атака. **Литература**: О. 1-6, Д. 11- 25

Календарный тематический план лекционных занятий по предмету «Микроэкономика»

№	Темы	Часы
1	Значение, цель, задачи курса микроэкономика	**2**
2	Понятия экономического базиса.	**2**
3	Теория спроса и предложения	**2**
4	Рыночное равновесие, максимальные и минимальные цены	**2**

5	Эластичность спроса и предложения	**2**
6	Теория потребительского выбора	**2**
7	Эффект дохода и эффект замещения	**2**
8	Рынок и риск	**2**
9	Фирма и её организационно экономические основы	**2**
10	Теория производства	**2**
11	Издержки производства	**2**
12	Максимизация прибыли фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции	**2**
13	Равновесие фирмы в долгосрочном периоде	**2**
14	Конкуренция и монополия	**4**
15	Особенности формирования цен в условиях рыночного управления	**2**
16	Рынок труда в использовании трудовых ресурсов на предприятии	**2**
17	Капитальные вложения и рынок капитала	**2**
18	Государственное регулирование деятельности предприятий	**2**
Итого		**38**

Темы рекомендуемых семинарских занятий:

№	Темы	Содержание темы	Используемые педагогические технологии	Литература	Часы
1	Значение, цель, задачи курса микроэкономика	Изучить понятия экономика, микроэкономика, структура и методы микроэкономики	Обучение сообща, дискуссия, блиц-опрос	1-14.19-22	2
2	Понятия экономического базиса.	Знать структуру материальных потребностей, экономических ресурсов, определить технологический выбор	Углубление и расширение знаний, обучение сообща, мозговой штурм.	1-14,19-22	2
3	Теория спроса и предложения	Раскрыть сущность спроса и предложения, факторов на их влияющих и т.д.	Углубление и расширение знаний, обучение сообща, мозговой штурм	1-14,19-22	2
4	Рыночное равновесие, максимальные и минимальные цены	Рассмотреть рыночное равновесие и условия его изменения	Углубление и расширение знаний, обучение сообща, мозговой штурм.	1-14, 19-22	2
5	Эластичность спроса и предложения	Изучить эластичность спроса и предложения, факторы на них влияющие	Углубление и расширение знаний, обучение сообща, мозговой штурм.	1-14, 19-22	2
6	Теория потребительского выбора	Рассмотреть полезность, описать кривую безразличия, показать оптимум потребителей.	Углубление и расширение знаний, обучение сообща, мозговой штурм	1-14, 19-22	2
7	Эффект дохода и эффект замещения	Определить роль эффекта дохода и эффекта замещения, что их объединяет и отличие	Активизация и интенсификация деятельности обучаемых, мозговая атака, блиц-опрос.	1-14, 19-22.	2

8	Рынок и риск	Связать категории рынка и неопределенности, факторы его измерения и т.д.	Активизация и интенсификация деятельности обучаемых, мозговая атака, блиц-опрос.	1-14, 19-25.	2
9	Фирма и её организационно экономические основы	Показать основные организационно-экономические формы предпринимательства (общие черты и различия)	Активизация и интенсификация деятельности обучаемых, мозговая атака, блиц-опрос.	1--25.	2
10	Теория производства	Уметь разбираться в период деятельности фирм, понятия изокванта, изокоста.	Активизация и интенсификация деятельности обучаемых, мозговая атака, блиц-опрос.	1-14, 19-25.	2
11	Издержки производства	Изучить издержки производства, их различные классификации.	Активизация и интенсификация деятельности обучаемых, мозговая атака, блиц-опрос.	1- 25	2
12	Максимизация прибыли фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции	Рассмотреть положение фирмы в краткосрочный период, изучить понятия совокупного, среднего и предельного дохода фирмы	Активизация и интенсификация деятельности обучаемых, мозговая атака, блиц-опрос.	1-14, 19-25.	2
13	Равновесие фирмы в долгосрочном периоде	Изучить условия фирмы в долгосрочном периоде, возможность получения прибыли	Диспут, диалог, мозговая атака и прочие методы	1-10,19-25.	2
14	Конкуренция и монополия	Дать характеристику конкуренции и её видов	Проблемный метод, мозговой штурм, беседа	1-25	4
15	Особенности формирования цен в условиях рыночного управления	Знать категорию цены, её функции, механизм формирования рыночных цен.	Обучение сообща, блиц-опрос, кластер	1-25	2
16	Рынок труда в использовании трудовых ресурсов на предприятии	Раскрыть сущность рынка труда, его функции, эффект дохода и эффект замещения на рынке труда	Активизация и интенсификация деятельности обучаемых, мозговая атака, блиц-опрос.	1-25	2
17	Капитальные вложения и рынок капитала	Выяснить понятие капитала, рынка капитала и его особенности	Обучение сообща, мозговой штурм, решение задач	1-25	2
18	Государственное регулирование деятельности предприятий	Изучить объекты и субъекты государственного регулирования и их воздействие на предприятия	Диспут, диалог, мозговая атака и прочие методы	1-25	2

Формы и значение самостоятельная работа:

Самостоятельная работа студентов может быть проведена в самых различных формах: Консультирование студентов по конспектированию первоисточников по отдельным темам курса; помощь в самостоятельном освоении отдельных тем курса, не вошедших в планы семинарских занятий, консультирование студентов по выполнению курсовых работ, написание рефератов, докладов и т.д.

Самостоятельная работа студентов включает в себя следующее:

1. Самостоятельное усвоение вышеприведённых тем.
2. Подготовка специальных материалов (рефератов) по отдельным темам самостоятельной работы при помощи дополнительного материала.
3. Систематическая подготовка к семинарским занятиям.
4. Выполнение графических заданий по отдельным темам курса самостоятельной работы.
5. Подготовка тезисов научных работ одарёнными студентами.
6. Выступление на научно-практических конференциях, олимпиадах, участие в конкурсах и круглых столах, организованных на уровне кафедры, института, республики.

Организация самостоятельной работы

№	Темы	ВЫДАННЫЕ ЗАДАНИЯ	СРОК ВЫПОЛНЕНИЯ (Недели)	ЧАСЫ ИК, МН, МР
1	Значение, цель, задачи курса микроэкономика	Выяснить связь микроэкономики и экономической теории, особенности методологии	1	3
2	Понятия экономического базиса.	Экономические ресурсы и их классификация	2	4
3	Теория спроса и предложения	Изучить ценовые и неценовые факторы спроса и предложения	3	3
4	Рыночное равновесие, максимальные и минимальные цены	Выяснить при каких условиях возникает равновесие на рынке, максимальные минимальные цены	4	3
5	Эластичность спроса и предложения	У какие видов и категорий товаров возникают какие коэффициенты эластичности, от чего это зависит	5	4
6	Теория потребительского выбора	Какие условия определяют поведение потребителей на рынке, их очередность	6	3
7	Эффект дохода и эффект замещения	Когда возникает эффект дохода и эффект замещения на рынке	7	3
8	Рынок и риск	Пути снижения риска на рынке, его измерение	8	4
9	Фирма и её организационно экономические основы	Условия функционирования фирм в РУ, что изменилось в последнее время	9	3
10	Теория производства	Проблемы дальнейшего развития производства в экономике РУ	10	3
11	Издержки производства	Выяснить почему существует различные классификации издержек, как они используются на практике	11	4
12	Максимизация прибыли фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции	Изучите условия получения максимума прибыли в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции	12	4
13	Равновесие фирмы в долгосрочном периоде	Выясните условия при которых в долгосрочный период фирма может получить максимум прибыли	13	3
14	Конкуренция и монополия	Дайте характеристику конкурентоспособного рынка Узбекистана	14	4
15	Особенности формирования цен в	Покажите особенности ценообразования в условиях рыночной экономики	15	3

	условиях рыночного управления			
16	Рынок труда в использовании трудовых ресурсов на предприятии	Рынок труда и государственное регулирования занятости населения в РУ	16	3
17	Капитальные вложения и рынок капитала	Охарактеризуйте рынок капитала в РУ	17	4
18	Государственное регулирование деятельности предприятий	Укажите формы и методы государственного регулирования предприятий в РУ	17	4

Информационно-методическое обеспечение программы:

Изучение микроэкономики предусматривает использование в учебном процессе технических средств, раздаточных материалов, наглядных пособий, видео – аудио оборудования, компьютерных и мультимедийных средств.

Рейтинговая система и критерий оценок студентов по курсу «Микроэкономика»

Оценка успеваемости студента по курсу определяется степенью усвоения предложенного материала на всех стадиях контроля.

Контроль знаний студентов и их оценка осуществляется на основе Положения «О контроле знаний и рейтинге студентов в высших образовательных учреждениях», утвержденной Минвузом Республики Узбекистан приказ № 204 от 11 июня 2009 года. 26 августа 2010 года был принят Минвуза РУ «Об изменениях и добавлениях в рейтинговую систему и контроля знаний студентов высших учебных заведениях». В соответствии с данными документами контроль знаний студентов осуществляется в 3 формах:

- текущий контроль- получение оценок на семинарских занятиях (1 -35 баллов),
- промежуточный контроль – получение оценок после прослушивания определенных тем по лекционным занятиям курса (1- 35 баллов),
- итоговый контроль (проводится только после прохождения текущего и промежуточного контроля), выделяется - 30 баллов.

После прохождения всех трех видов контроля и получения соответствующих баллов заполняется рейтинговая ведомость по группам студентов. Если студент по всему рейтингу получил менее 55 баллов, то он считается задолжником. В соответствии с данным Положением студенту создаются условия на факультете по вторичной сдаче и получений баллов по данному предмету.

Мера оценки знаний студентов:

- 86-100 баллов – отлично;
- 71-85 балл – хорошо;
- 55-70 балл – удовлетворительно;

Рейтинг за семестр исчисляется по формуле

R = V * Q / 100

Где V –общее количество часов , Q - баллы по предмету.

Образец критерии оценок промежуточного контроля

№	Показатели	Баллы ПК		
		Макс.	1-пк	2-пк
1	Посещаемость занятий, активность на лекционных занятиях, ведение и охват тетради конспектов	15	0-7	0-8
2	Правильное и своевременное выполнение самостоятельных работ, успеваемость	10	0-5	0-5
3	Устные ответы на вопросы, результаты коллоквиумов	10	0-5	0-5
Всего баллов по ПК		35	0-17	0-17

Образец критерии оценок текущего контроля

№	показатели	Баллы ТК		
		Макс.	1-тк	2-тк
1	Посещаемость занятий, показатели успеваемости, активность на семинарах	15	0-8	0-7
2	Правильное и своевременное выполнение самостоятельных, выполнение домашних заданий	10	0-5	0-5
3	Устные и письменные ответы на вопросы, результаты тестов	10	0-5	0-5
Всего баллов по ТК		35	18	17

В течение учебного семестра по сумме баллов, набранных на текущих и промежуточных контролях, студент должен набрать минимальный проходной балл (39 баллов),в соответствии с которым он может приступить к сдаче итогового контроля.

Если итоговый контроль сдается в письменной форме, тогда он оценивается по результатам письменной итоговой работы студентов по 30 бальной системе. Составленные варианты по итоговому контролю могут включать в себя 3 вопроса как теоретического, так и практического характера.

Образец критерии оценок итогового контроля:

№	Показатели	Баллы ИК	
		Макс.	Промеж.измен.
1	Письменный ответ на 1 вопрос	10	0-10
2	Письменный ответ на 2 вопрос	10	0-10
3	Письменный ответ на 3 вопрос	10	0-10
Всего баллов по ИТ		30	0-30

Список рекомендуемой литературы:

I. Основная литература.

1. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. и др. – М.: Инфра – М, 2002.
2. Амосова В.В. и др. Экономическая теория. – СПб: Питер, 2001.
3. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. – М., Юрайтм, 2002.
4. Экономическая теория. Учебник. Под ред. А.Г. Гряновой. М – 2007 г.
5. Г.М. Гукасьян. «Экономическая теория: ключевые вопросы». Учебное пособие. М., Инфра - М, 2002.
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. и др. – М.: Инфра – М, 2008 г.
7. Б. Салимов, Ш. Мустафакулов, Д. Салимов. Микроиқтисодиёт: масалалар, намуналар, топшириқлар, тестлар. Ўқув қўлланма. – Т.: ТДИУ, 2010 йил
8. Салимоа Б. Т., Мухитдинова У. С., Мустафакулов Ш. И., Салимов Б. Б., Микроиқтисодиёт: Дарслик – Т.: ТДИУ, 2006 йил

II. Дополнительная литература.

9. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры его преодоления в условиях Узбекистана. Т., Узбекистан, 2009.
10. Учебное пособие по изучению произведения президента РУ И. Каримова «Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: изд. «Экономика», 2009г. -113 с.
11. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышение благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год, 72 стр.

12. Концепция развития гражданского общества и углубления демократических реформ в стране. Доклад И. Каримова на совместном заседании законодательной палаты и сената. - Народное слово, 2010, 13 ноября.
13. И. Каримов. Узбекистан на пороге достижения независимости. Т., 2011, 384 с.
14. 2012 год станет годом поднятия на новый уровень развития нашей Родины. Доклад Президента РУ И. Каримова на заседании Кабмина РУ, посвященное итогам социально-экономического развития республики в 2011 году и важнейшим приоритетам устойчивого развития экономики в 2012 году. - «Правда Востока» 20 января 2012г.
15. Закон РУ «О семейном предпринимательстве». - Народное слово, 27 апреля 2012.
16. Закон РУ «О конкуренции». - Народное слово, 14 апреля 2012.
17. Закон РУ «О внесении изменений и дополнений в закон РУ «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности» - Народное слово, 3 мая 2012.
18. Постановление Президента РУ «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы подготовки и укомплектования квалифицированными педагогическими кадрами средних специальных, профессиональных образовательных учреждений. - Самаркандский вестник, 2 июня 2012г.
19. www.doclad.ru
20. www.Academic.ru
21. www.stat.uz
22. www.rehferat.ru.
23. www.econ.msu.ru
24. www.uza.uz
25 www.ceep.uz

III. Педагогические технологии по курсу микроэкономика

Тема 1 Значение, цель и задачи курса микроэкономика

1.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	Вводно-тематическая лекция – визуализация
План лекции	1. Микроэкономика как часть современной экономической теории. 2. Структура курса микроэкономика. 3. Методы микроэкономики
Цель учебного занятия: сформировать целостное представление о содержании курса «Микроэкономика», о науке «экономикс», ее предмете, методе, задачах, связи с другими науками.	
Задачи преподавателя: • ознакомить с понятием и сущностью микроэкономики; • рассказать о предмете, методах и задачах микроэкономики;	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • с помощью структурно-логической схемы назвать учебные разделы курса «микроэкономики» и изложить последовательность их изучения; • назвать виды контроля; • перечислить конкретные задания по каждому виду контроля; • дать определение понятиям: экономика, потребности, микроэкономики, экономические ресурсы; • описать предмет микроэкономики; • назвать принципы диалектики, 5-7 основных методов изучения экономических явлений;
Методы и техники обучения	Лекция – визуализация, техники: блиц-опрос, фокусирующие вопросы, «думай – работай в паре – делись», техника «да - нет».
Средства обучения	Лазерный проектор, визуальные материалы, информационное обеспечение.
Формы обучения	Коллективная, фронтальная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы с ТСО.

Технологическая карта лекции

Этапы, время	**Деятельность**	
		студентов
1 этап. Введение (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1. Слушают

2 этап. Актуализация знаний (20 мин.)	2.1. С целью актуализировать знания студентов задает фокусирующие вопросы: 1. Какая наука формирует экономическое мышление? 2. Как вы считаете, что изучает микроэкономика? Для ответа на вопросы организует работу в парах. Проводит блиц-опрос. Делает обобщающий вывод. 2.2. Выводит на экран структурно-логическую схему «Структура курса микроэкономика», знакомит с перечнем тем по курсу, кратко характеризует их. Знакомит с рейтингом предмета, показателями и критериями текущего, промежуточного и итогового контроля. Знакомит со списком основной литературы, требованиями к студентам.	2.1. Отвечают на вопросы. 2.2. Изучают содержание слайда №1, высказывают суждения о роли и значении курса. 2.3. Изучают содержание слайда №2, записывают требования рейтинг-контроля.
3 этап. Информационный (45 мин.)	3.1. Последовательно излагает материал лекции по вопросам плана, использует визуальные материалы и систему фокусирующих вопросов: По 1 вопросу. Что такое экономика? По 2 вопросу. Что такое экономикс? По 3 вопросу. Структура курса микроэкономика? По 4 вопросу. Методы микроэкономики? Акцентирует внимание на ключевых моментах темы, предлагает их записать.	3.1. Обсуждают содержание схем и таблиц, визуальные материалы, уточняют, задают вопросы. Записывают главное.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4.1.Задает вопрос: «что является исходным пунктом в микроэкономики?». Делает итоговое заключение. 4.2. Дает задание для самостоятельной работы: составить таблицу: «Основные методы микроэкономики (название, объяснение)»	4.1. Отвечают на вопрос. 4.2. Слушают, записывают.

Контрольные вопросы

1. Что скрывается за понятием «микроэкономика»? Что является объектом изучения со стороны микроэкономики как науки?
2. Каков предмет микроэкономики? В чем сложность и специфика данного предмета? Что понимается под «атомизированным» субъектом рыночной экономики?
3. Почему проблема выбора является главным объектом внимания со стороны микроэкономики? Какой смысл эта наука вкладывает впонятие «редкость»? Почему данное понятие тесно связано с понятием«эффективность»?
4. Почему рынок стал основным объектом внимания со стороны
микроэкономики как науки?
5. Какие методы использует микроэкономика при изучении экономических явлений? В чем особенности применения общеэкономических методов данной наукой?
6. Раскройте функции микроэкономики как научной дисциплины. В чем заключается позитивный и нормативный характер микроэкономики?

Опорный конспект

Микроэкономика как часть современной экономической теории

Экономика как наука, или экономическая теория (economics), в самом широком ее понимании изучает закономерности, присущие деятельности и отношениям людей в процессе производства, распределения, обмена и потребления совокупности благ, необходимых для поддержания жизни отдельного человека и общества в целом, а также способы решения людьми проблемы естественной ограниченности благ и ресурсов, их распределения с целью производственного или

личного потребления. В конечном счете, она призвана дать ответ на три простых знаменитых вопроса: что производить (как удовлетворить общественные потребности), как производить (как использовать ресурсы) и для кого производить (кто получит произведенный продукт)?

Поэтому общепризнано, что любая экономическая система всегда сталкивается с проблемой ограниченности, недостаточности или редкости применительно к потребительским благам, производственным ресурсам или же к внешним (природным, социально- политическим и т.п.) условиям своего функционирования. Ограниченность благ и ресурсов имеет естественное происхождение, однако носит относительный характер, поскольку всегда соотносится как с объективными условиями их совместного использования, так субъективно-объективными, социально и психологическими обусловленными потребностями производства и потребления.

Система выбора для отдельного индивида, фирмы или всей экономической системы является предметом особых исследований в экономической теории. Необходимо понять, что любое принимаемое решение всегда связано с альтернативностью выбора. Итак, экономическая теория изучает, что, как и для кого, общество должно производить в условиях неограниченных потребностей индивидов и ограниченных возможностей экономических систем.

Система экономических знаний под общим названием «экономическая теория» традиционно подразделяется на два больших раздела – макроэкономику и микроэкономику. Имея один и тотже объект исследования – национальное хозяйство, микро- и макро- экономика различаются кругом изучаемых проблем и инструментами анализа.

Объектом внимания микроэкономики (microeconomics) являются привычные звенья экономической системы – отдельные производители и потребители (фирмы, домашние хозяйства и др.). Микроэкономический подход основан на методологии индивидуализма, в соответствии с которой характер функционирования экономической системы выводится из поведения отдельных экономических субъектов, действующих на рынке и являющихся продавцами и покупателями товаров и производственных ресурсов. Микроэкономика изучает их деятельность, которая «не видна» при общем макроэкономическом взгляде на экономическую систему: процесс разработки, принятия и реализация решений для достижения собственных экономических целей, условия совместимости их хозяйственных планов, механизм взаимодействия и координации.

Таким образом, предметом изучения курса «Микроэкономика» являются экономические отношения, законы и закономерности, проявляющиеся во взаимодействии факторов производства в процессе функционирования отдельного субъекта экономики.

Экономические законы и закономерности объясняют причины изменения объемов выпуска продукции в зависимости от различного сочетания факторов производства, повышения и снижения рыночных цен на товары и ресурсы, которые, в свою очередь, зависят от спроса и предложения. То есть, можно сказать, что микроэкономика изучает взаимодействие на деятельность экономических агентов механизма рыночного ценообразования.

Законы и закономерности в экономике носят вероятностный характер, потому что в жизни действует много факторов, значение которых зависит и от политики, и от экономической ситуации не только в стране, но и за рубежом. Несмотря на эту вероятность, микроэкономика объясняет общий спектр явлений, касающихся хозяйственной деятельности предприятий (фирм).

Например, крупнейшая производственная фирма «General Motors» (около 1млн. человек персонала и 5 млн. акционеров по всему миру) ежегодно производит продукт, стоимость которого превосходит ВНП многих стран. Несмотря на это, для микроэкономики в качестве объекта исследования данная производственная единица равнозначна, скажем, какому-нибудь небольшому фермерскому хозяйству.

Они и обозначаются общим термином – «производственная фирма». С другой стороны, исследуя отдельную единицу, микроэкономика не может не учитывать ее взаимодействие с другими единицами, а значит, должна рассматривать их особенную «среду обитания» - отрасли производства, рынки ресурсов, и сбыта, организацию конкуренции и тот суммарный результат, который получит общество в целом вследствие взаимодействия всех экономических единиц.

Микроэкономика формирует теоретическую основу для принятия управленческих, финансовых, коммерческих и иных решений в рамках перечисленных направлений экономической

науки и практики. Знание закономерностей микроэкономики важно для правильного принятия управленческого решения о покупки сырья, планирования численности рабочих, привлечения необходимого капитала для развития производства и совершенствования его технологии.

В рыночной экономике определяющим фактором является цена. Не случайно микроэкономику называют наукой о ценообразовании. Она позволяет показать систему формирования цен на многочисленные товары и услуги, на факторы производства при различном уровне конкуренции, оптимизировать объем выпуска и прибыль производителя.

Предметом исследования микроэкономики, как науки является процесс рыночного ценообразования и его роль в национальном хозяйстве. Специфика микроэкономического подхода состоит в том, что анализ национальной экономики начинается с наблюдения за поведением отдельных экономических субъектов, взаимодействие которых в ходе достижения своих целей образует общественное хозяйство.

Структура курса микроэкономика

Практически любое социально-экономическое событие в той или иной мере отражается на конъюнктуре рынка, а, следовательно, и на цене. Однако каждый из множества ценообразующих факторов воздействуют на цену либо через спрос, либо через предложение, которые вступают в качестве двух агрегированных факторов, определяющих конкретное значение цены. В тоже время для анализа процесса формирования цены и ее роли необходимо выяснить, что стоит за этими феноменами рынка.

Спрос на каждое благо определяется в результате составления планов потребления индивидами, стремящимся при заданных средствах максимально удовлетворить свои потребности. При этом ассортимент и объем потребляемых благ зависят, с одной стороны, от их полезности, с другой – от бюджета потребителя. Второй фактор – бюджет – формируется из текущего дохода и фонда сбережений, образовавшегося из непотребленной части предыдущих доходов.

Немаловажную роль в механизме рыночного ценообразования играет государство, воздействующее на равновесие рынка и уровень конкуренции через налоги, дотации, регулируемые цены.

Таким образом, структура курса «Микроэкономика» включает в себя следующие разделы.

1.Основы теории спроса и предложения.
2.Эластичность спроса и предложения.
3.Государственное регулирование рынка.
4.Основы теории поведения потребителя.
5.Теория производства.
6.Издержки производства, валовой доход и прибыль фирмы.
7.Предприятие в условиях совершенной конкуренции.
8.Предприятие в условиях несовершенной конкуренции.
9.Производство, спрос на экономические ресурсы и их использование.
10.Инвестирование капитала.
11.Общее равновесие, эффективность и общественные блага.

В соответствии с содержанием и структурой курса при его изучении используются следующие основные понятия и категории.

1. *Товар* – некое экономическое благо, произведенное для продажи. *Экономическое благо* – средство удовлетворения потребностей, имеющееся в ограниченном количестве. Экономические блага делятся на продукты и услуги, они могут быть взаимозаменяемыми и взаимодополняющими.

2. *Цена* – это количество денег (или других товаров и услуг), уплачиваемое и получаемое за единицу товара.

3. *Рынок* в узком смысле – это место обмена, торговли, в широком – общественный институт распределения товаров посредством добровольного обмена, координирующий процессы производства и потребления благ.

Рыночные отношения и рынок как экономическая система возникают на исторически определенном этапе развития производительных сил как следствие объективно обусловленного процесса разделения труда.

Конкуренция. Как правило, рыночные системы характеризуются таким свойством, как конкуренция, проявляющая в наличии на рынке большого количества независимых покупателей и продавцов, имеющих возможность свободно входить на рынок и покидать его.

5. *Экономические субъекты.* Как уже отмечалось выше, микроэкономика изучает рыночное поведение отдельных (или индивидуальных) субъектов рынка. Термин «индивидуальный» дословно означает «неделимый». Другими словами, индивидуальный экономический субъект представляет собой некий привычный (простой) элемент хозяйственной системы, который невозможно разбить на составные части в рамках этой системы и который самостоятельно осуществляет определенные экономические функции.

Иногда в экономической литературе для обозначения экономического субъекта используется термин экономический агент.

Этим термином подчеркивается именно активный и самостоятельный характер деятельности субъекта, движимого собственными целями и интересами, и наделенного определенным количеством ресурсов для их реализации.

6. *Рациональное поведение* экономических субъектов. Деятельность экономического субъекта можно рассматривать как процесс выработки, принятия и реализации экономического решения о том, как ему действовать в рыночной среде, как применить имеющиеся в его распоряжении ограниченные силы и средства с наибольшей для него пользой или выгодой, то есть деятельность проявляется в форме определенных экономических действий.

7. *Альтернативность.* Проблема выбора, возникающая как следствие ограниченности благ, предполагает наличие по крайней мере нескольких вариантов их использования. Однако экономисты трактуют принцип альтернативности несколько шире, чем просто технологический или потребительский выбор. Следовательно, альтернативные издержки или издержки упущенных возможностей, - это оценочная выгода от второго наилучшего варианта экономического действия.

8. *Экономическая эффективность* достигается, когда ресурсы распределены таким образом, что от их использования получается максимально возможный суммарный чистый выигрыш.

9. *Экономические институты.* На протяжении всей своей истории человечество постоянно искало наилучшие способы решения экономических проблем. При этом формировались и совершенствовались экономические институты – устойчивые связи, правила, нормы, отношения и соответствующие им структуры, организующие и регулирующие экономическую деятельность людей.

Методы микроэкономики

Особенность микроэкономики состоит в том, сама экономика, как таковая, является настолько сложной, жизненно важной и динамичной системой, что её невозможно исследовать во всем многообразии, во всех деталях и подробностях. В этой связи важным является метод абстракции.

Абстрагирование – это процесс формирования научной абстракции, состоящий в том, что из всего многообразия окружающего мира мы субъективно выбираем лишь те элементы, свойства и взаимосвязи, которые кажутся существенными с точки зрения данной теории, формируется образ реального мира, подлежащий исследованию.

В микроэкономике широко применяются математические методы и приемы анализа: функциональный, предельный, графический.

Функциональный анализ в микроэкономике состоит в установлении и исследовании зависимостей одних экономических величин от других. Функция устанавливает определенную форму такой взаимосвязи. Как правило, функциональная зависимость задается математически. Независимая величина (аргумент) называется экономическим фактором. Например, двухфакторная производственная функция $Q = f(K, L)$ показывает зависимость объема выпуска от

количественных значений израсходованных на производство данной продукции экономических ресурсов (факторов производства).

Предельный (маржинальный) анализ представляет собой способ анализа экономических показателей (величин), предполагающий исследование их динамики – прироста, сокращения, изменения. Термин «предельный» здесь следует понимать как «дополнительный», «добавочный». Сущность предельного анализа состоит в том, что исследуется именно дополнительная, изменяющаяся часть экономической величины, выясняются её характеристики и таким образом определяются тенденции изменения (развития) всей совокупности в целом.

Графический анализ получил широкое распространение вследствие своей наглядности и простоты. Он состоит в моделировании экономических состояний и действий при помощи графиков функций, схем и иных форм графического представления. Как правило, данный метод используется в сочетании с другими методами экономического анализа.

Одним из важнейших методов экономического анализа является моделирование – метод исследования объекта, который основан на создании и последующем анализе искусственного объекта, имеющего существенное сходство с реальным и обладающего рядом свойств последнего. По языку представления экономические модели подразделяются на вербальные (словесно-описательные), математические и графические. В микроэкономической теории используются все три типа моделей, но предпочтение отдается математическим, из-за их наглядности. Иногда встречаются смешанные модели. Существует огромное множество экономических моделей: модель спроса и предложения, модель мультипликатора, модель «жизненного цикла товара» и т.д.

Взаимодействие отдельных экономических субъектов в ходе реализации своих планов отражается посредством равновесных моделей. Если модели поведения экономических субъектов предназначены для определения наилучшего способа достижения цели при заданных ресурсах, то равновесные модели определяют условия совместимости индивидуальных планов и выявляют инструменты их согласования.

1**.2. Технология обучения на семинаре**

Количество студентов: 10-15 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	**Семинар по углублению и расширению знаний**
Вопросы для обсуждения на семинаре	1. Предмет микроэкономики. 2. Структура микроэкономики. 3. Методы микроэкономики.

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме

Задачи преподавателя:	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен:
• создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • организовать процесс формирования и изложения своей позиции; • развить навыки коммуникации, работы в группах/парах.	• дать определение понятиям: экономика, экономикс, микроэкономика; • описать предмет микроэкономики; • описать объект и субъект микроэкономики; • описать структуру и методы микроэкономики..
Методы и техники обучения	Обучение сообща, дискуссия, техники:, презентация, блиц-опрос, «Круглый стол», структурно-логическая схема.
Средства обучения	Учебные пособия, доска, мел.

Формы обучения	Индивидуальная, работа в группах/парах.
Условия обучения	Аудитория, предназначенная для занятий в группах, с использованием ТСО

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов
1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Объявляет, что обучение будет проводиться с применением технологии со вместной работы в группах. 1.2. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям те мы. Предлагает дать определение понятиям: «экономика», «экономикс», «микроэкономика». Задает вопрос: «Что лежит в основе курса микроэкономика?». Выслушивает 1-2 ответа и объявляет, что дальнейшее обсуждение темы будет проводиться после выполнения задания в группах, в процессе презентации результатов групповой работы. Объясняет, что каждый получит индивидуальную оценку в соответствии с оценкой результатов работы всей группы, знакомит с правилами работы в группе. Сообщает, что результаты совместной деятельности в группах должны быть представлены на плакатных листах.	1.1. Слушают, записывают 1.2. Отвечают на вопрос.
2 этап. Работа в группах (20 мин.)	2.1. Разделяет обучаемых на 3 группы. Раздает учебное задание. Уточняет, какие учебные результаты должны быть получены. Комментирует показатели и критерии оценки. Разъясняет, какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Объявляет о начале работы в группах.	2.1. Знакомятся с учебными заданиями, показателями и критериями оценки. Выполняют задания.
3 этап. Презентация (45 мин.)	3.1.Организует взаимооценку результатов работы в группах. Комментирует, обобщает знания, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	3.1. Выступают с презентацией совместной работы. Дополняют, оценивают.
4 этап. Заключи-тельный (10 мин.)	4. Подводит итоги работы.	4. Слушают, уточняют.

Приложение 1 (1.2)

Правила работы в группах

Каждый должен слушать своих товарищей, проявляя вежливость и доброжелательность;
Каждый должен работать активно, совместно, ответственно относиться к порученному заданию;
Каждый должен просить о помощи, когда она ему нужна;
Каждый должен оказать помощь, если его об этом попросят;
Каждый должен принимать, участие в оценке результатов работы группы;
Каждый должен четко понимать: помогая другим, учимся сами! мы в одной лодке: или выплывем вместе, или утонем вместе!

Приложение 2 (1.2)

Учебное задание

1. Сформулируйте в одном предложении ответ на вопрос.
Как связаны понятия экономическая теория и микроэкономика?
2. Составьте схему «Структура курса микроэкономика»
3. Ответьте на вопросы:
1) В чем различие между объектом и предметом микроэкономики?
2) В чем видят свой предмет экономикс и микроэкономика?
3) Каков предмет современной микроэкономики?

Приложение 3 (1.2)

Показатели и критерии оценки (в баллах)

№ группы	1 задание (1,0)	2 задание (1,4)	3 задание (0,2 балла за каждый вопрос)			Сумма баллов (3,0)	Оценка 2-3 - «отл.» 1-2 –«хор.» 0,5-1- «уд.»
			1 вопрос	2 вопрос	3 вопрос		
1							
2							
3							

Инструкция по проведению обсуждения «За круглым столом»

1. Внимательно, не перебивая, выслушай мнение выступающего.
2. В случае несогласия с его позицией, попроси разрешения высказать свое мнение.
3. В случае согласия с в точкой зрения выступающего, предложи дополнение по рассматриваемому вопросу.

Приложение 5 (1.2) Вопросы для обсуждения «За круглым столом»

1. Как вы понимаете слово «экономика и экономикс». Как это слово понимают сейчас?
2. Как микроэкономика отражает развитие общества?
3. В чем различие между объектом и субъектом микроэкономика?
4. В чем видят свой предмет экономикс и политическая экономия? 5. Каков предмет современной экономической теории?
4. При перечислении методов экономической теории, укажите методы, присущие всем наукам.
5. С какими функциями экономической теории связан ее позитивный и нормативный характер?
6. В чем вы видите связь между экономической теорией и экономической политикой? Почему знание экономической теории необходимо экономисту-практику?
7. Каковы особенности изучения микро - и макроэкономики?
8. Каково содержание основных методов научного познания в экономической теории?
9. В чём специфика экономических законов по сравнению, например, с законами природы?
10. Каковы функции экономической теории? В чем их смысл? Почему экономическая теория не должна быть идеологической наукой?
11. Назовите виды экономических наук, какова роль экономической теории в системе экономических наук?

6 (1.2) Лист оценки результатов

Номер вопроса и группы		Ответ по существу (1 балл)	Вопрос другим (0,2 балла)	Дополнение (0,2 балла)		Наглядность (схема, таблица) (0,6 балла)	Сумма баллов (2 балла)
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							

11						

Индивидуальная оценка равна сумме оценки за эссе (1 балл) и оценки работы группы (2 балла). Максимальная оценка на практическом занятии – 3 балла

Задачи

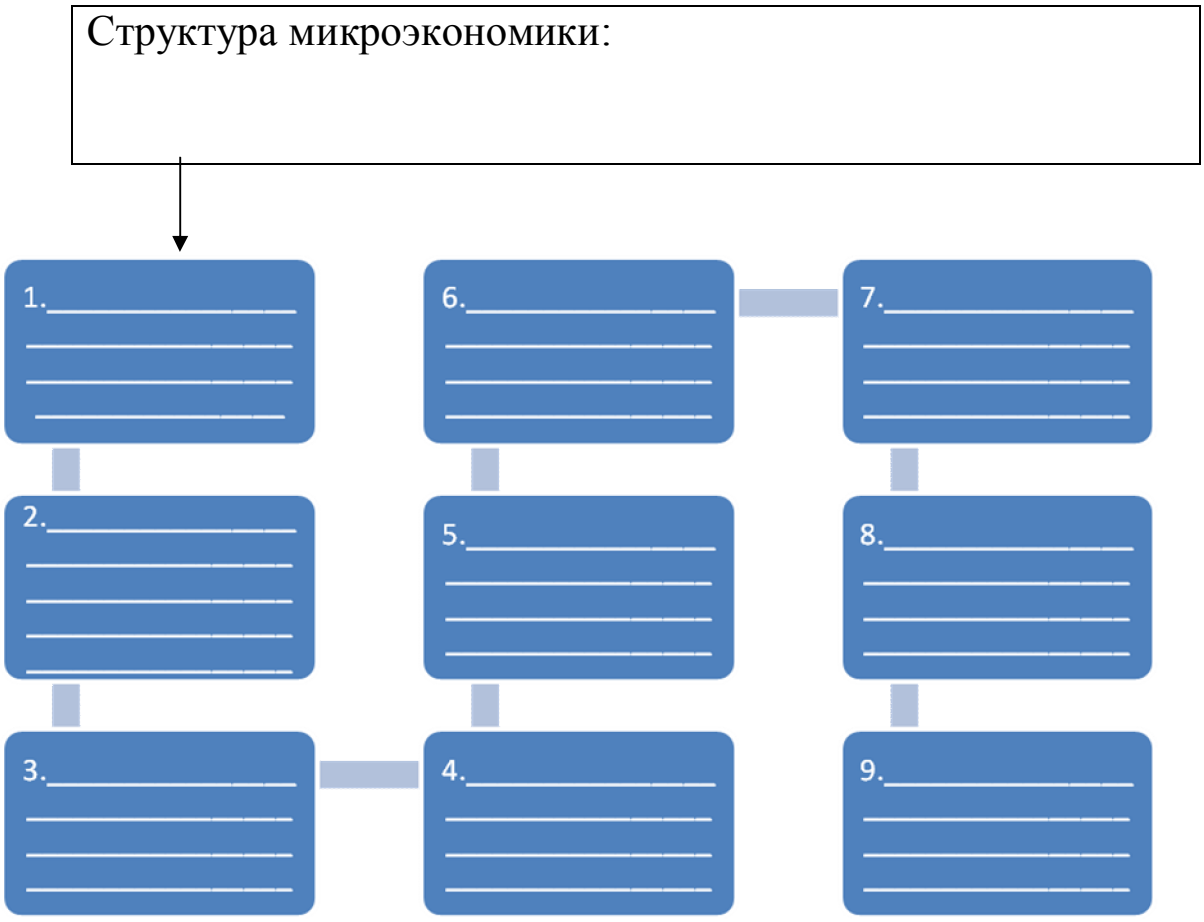
1. Цена на велосипеды в течение года менялась. По цене 130 у. е. было продано 5,0 тыс. велосипедов; 150 у. е. – 4,0 тыс. велосипедов; по цене 170 у. е. – 3,0 тыс.; по цене 190 у. е. – 2,0 тыс.; по цене 210 у. е. – 1,0 тыс. велосипедов. Представьте функциональную зависимость этих величин в алгебраической, табличной и графической форме.

2. В течении дня было продано мороженого по цене 1 у. е. – 2000 шт., по цене 2 у. е. – 1500 шт., по цене 3,5 у. е. – 1000 шт., по цене 4 у. е. – 500 шт. Представьте функциональную зависимость этих величин в алгебраической, табличной и графической формах.

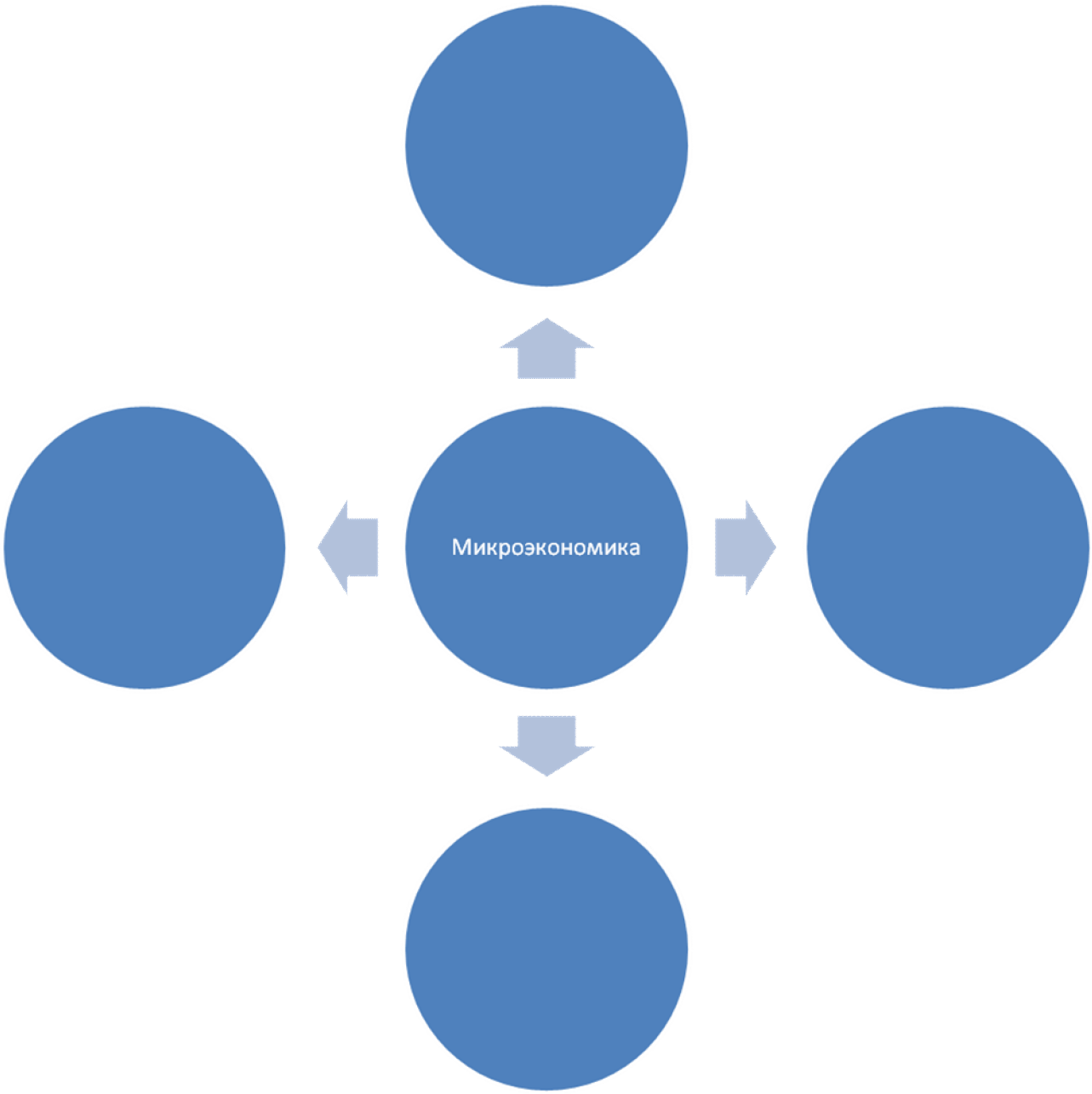
3. Завод производит осветительные лампы: по цене 7 у. е. – 50 тыс. шт., по цене 15 у. е. – 40 тыс. шт., по цене 20 у. е. – 30 тыс. шт., по цене 21 у. е. – 20 тыс. шт., по цене 25 у. е. – 10 тыс. шт. Представьте функциональную зависимость этих величин в алгебраической, табличной и графической формах.

Задания

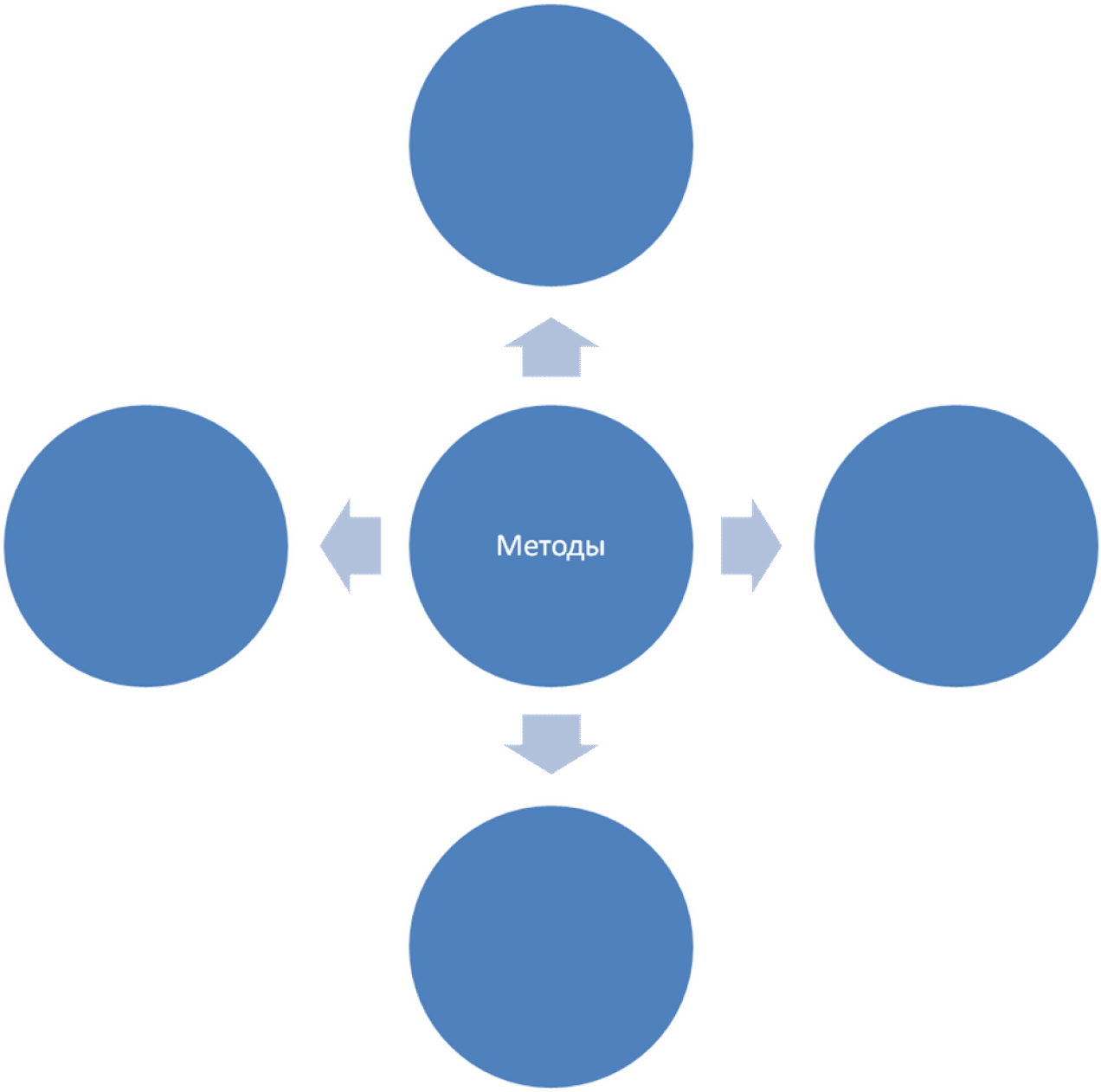
Задание №1: Покажите, какова структура микроэкономики?



Задание №2: Покажите место и роль микроэкономике в системе экономических дисциплин?



Задание №3: Определите методы микроэкономики?



2.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	Вводно-тематическая лекция – визуализация
План лекции	1. Материальные потребности и их безграничность 2. Экономические ресурсы, их структура и ограниченность 3. Кривая производственных возможностей
Цель учебного занятия: раскрыть экономическое содержание материальных потребностей, охарактеризовать экономические ресурсы и их структуру и показать кривую производственных возможностей	
Задачи преподавателя: • раскрыть экономическую сущность материальных потребностей; • рассказать об экономических ресурсах и кривой производственных возможностей;	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • с помощью структурно-логической схемы показать структуру материальных потребностей, выделить экономические блага, показать их безграничность; • раскрыть экономические ресурсы; • дать структуру экономических ресурсов и их роль в общественном производстве; • определить технологический выбор, кривую производственных возможностей;
Методы и техники обучения	Лекция – визуализация, техники: блиц-опрос, фокусирующие вопросы, «думай – работай в паре – делись», мозговой штурм.
Средства обучения	Лазерный проектор, визуальные материалы, информационное обеспечение.
Формы обучения	Коллективная, фронтальная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы с ТСО.

Технологическая карта лекции

Этапы, время	**Деятельность**	
		студентов
1 этап. Введение (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1. Слушают
2 этап. Актуализация знаний (20 мин.)	2.1. С целью актуализировать знания студентов задает фокусирующие вопросы: 1. Что такое материальные потребности? 2. Что такое экономические блага? Для ответа на вопросы организует работу в парах. Про водит блиц-опрос. Делает обобщающий вывод. 2.2. Выводит на экран структурно-логическую схему «Экономические ресурсы и их структура», знакомим с содержанием схеы, кратко характеризуем их. Знакомим с рейтингом текущего, промежу точного и итогового контроля. Знакомит со списком ос-новной литературы, требованиями к студентам.	2.1. Отвечают на вопросы. 2.2. Изучают со держание слайда №1, высказыва ют суждения о роли и значении экономических ресурсов. 2.3. Изучают содержание слайда №2, записывают требования рейтинг-контроля.

3 этап. Информа-ционный (45 мин.)	3.1. Последовательно излагает материал лекции по вопросам плана, использует визуальные материалы и систему фокусирующих вопросов: По 1 вопросу. Что такое материальные потребности? По 2 вопросу. Что такое экономические ресурсы? По 3 вопросу. Что из себя представляет кривая производственных возможностей? Акцентирует внимание на ключевых моментах темы, предлагает их записать.	3.1. Обсуждают содержание схем и таблиц, визуальные материалы, уточняют, задают вопросы. Записывают главное.
4 этап. Заключи-тельный (10 мин.)	4.1.Задает вопрос: «что лежит в основе экономического базиса?». Делает итоговое заключение. 4.2. Дает задание для самостоятельной работы: составить таблицу: «Классификация материальных благ»	4.1. Отвечают на вопрос. 4.2. Слушают, записывают.

Вопросы:

1.Что является конечной целью функционирования любой системы?
2. Что такое потребность, какие факторы лежат в основе проявления потребностей?
3. Чем экономические ресурсы отличаются от природных ресурсов?
4. На какие виды можно подразделить экономические ресурсы?
5. Назовите виды капитала?
6. Что такое безработица, какие её виды вы знаете?
7. Что означает слово «предпринимательские способности»? Есть ли различия между предпринимательскими способностями и рабочей силой?
8. Опишите кривую производственных возможностей, из каких составляющих она состоит?

Опорный конспект

Материальные потребности и их безграничность

Конечной целью функционирования любой экономической системы является удовлетворение потребностей общества и индивидов. С расходованием ресурсов для удовлетворения потребностей связаны все проблемы экономического развития. И все решения этих проблем базируются на двух фундаментальных экономических аксиомах.

Первая аксиома – потребности общества (индивидов) безграничны, полностью неутолимы.

Вторая аксиома – ресурсы общества, необходимые для производства товаров и услуг, ограничены или редки.

Отмеченное противоречие разрешается путем выбора. Не случайно одно из определений экономики как общественной науки гласит: *экономика описывает и анализирует выбор из ограниченных ресурсов для максимального удовлетворения потребностей.*

Потребность – это нужда человека (общества) в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности, развития личности и государства в целом.

Потребности подразделяются:

- *Первичные* – удовлетворяющие жизненно важные нужды человека (одежда, питание, жилье)
- *Вторичные* – все остальные (например: учёба, кино, театр, спорт)

Средства, с помощью которых удовлетворяются потребности, называются *благами.* Одни блага имеются в распоряжении общества в неограниченном количестве (например, воздух), другие – в ограниченном. Последние называют *экономическими благами.*

Экономические ресурсы, их структура и ограниченность

Вид фактора производства	Качественная характеристика фактора	Количественная характеристика фактора
1. Капитал	1. Производственный капитал 2. Финансовый капитал 3. Ссудный капитал 4. Фиктивный капитал	1. В абсолютном выражении – это величина достаточности для ведения эффективного бизнеса 2. В относительном выражении – это процент на капитал
2. Труд	1. Уровень производительности труда	1. Уровень занятости, уровень безработицы
3. Земля	1. Экономическое плодородие земли (качество земли для ведения бизнеса)	1. Количество земли в гектарах
1. Предпринимательская деятельность	1. Уровень прибыли или доходов фирмы	----------
5. Информация	1. Уровень прибыли или доходов фирмы	----------

Под экономическими ресурсами – понимаются все природные, людские и произведенные человеком ресурсы, которые используются для производства товаров и услуг, т.е. благ.

Ресурсы подразделяются на следующие виды:

- Материальные ресурсы – земля, или сырьевые материалы, и капитал;
- Людские ресурсы – труд и предпринимательская способность.

Производственный капитал – основной и оборотный капитал, натуральная форма основного капитала (здания, сооружения, машины). Экономическая характеристика основного капитала – участвует в нескольких кругооборотах, переносит свою стоимость на изготовленный продукт по частям по мере износа.

Оборотный капитал - (сырье, материалы) – участвует только в одном кругообороте, требуется постоянное возобновление, полностью переносит стоимость на изготовляемый продукт.

Финансовый капитал – разновидность денежного капитала, является основой любого другого капитала.

Ссудный капитал – специальная форма денежного капитала, который функционирует на условиях срочности, платности и возвратности.

Фиктивный капитал – ценные бумаги.

Понятие *капитал, или инвестиционные ресурсы* охватывает все произведенные средства, используемые в производстве товаров и услуг и доставке их конечному потребителю (здания, оборудование и т.д.). Процесс использования капитальных товаров (машин, оборудования, стройматериалов) для расширения или совершенствования производства называют *инвестированием.*

К понятию *«земля»* относятся все естественные ресурсы: пахотные земли, леса, месторождения полезных ископаемых, водные ресурсы.

Термином *«труд»* обозначают все физические и умственные способности людей, применяемые в производстве товаров и услуг.

Уровень занятости – отношение количества работающих к общему числу трудоспособного населения.

Под *«предпринимательской способностью»* или, проще, предприимчивостью, понимается особый вид человеческих ресурсов, заключающийся в способности наиболее эффективно использовать все факторы производства.

Все экономические ресурсы, факторы производства, обладают одним общим свойством: в каждый данный момент они имеются в ограниченном количестве. Эта ограниченность относительна и

означает, что ресурсов, как правило, меньше, чем необходимо для удовлетворения всех потребностей при данном уровне экономического развития.
Обществу приходиться выбирать – производить пушки или масло, или производить и пушки, и масло в определенной пропорции. При этом возникает проблема рационального ведения общественного хозяйства. Эта проблема *выбора* всегда была и будет.

Виды потребностей:

- Личные – спрос одного индивидуума
- Коллективные
- Общественные.

Между видами потребностей существуют противоречия. Из названных видов потребностей более широким спектром отличаются личные потребности.
Проблема эффективности – основная проблема экономической теории, которая исследует пути наилучшего использования или применения ограниченных ресурсов с тем, чтобы достичь наибольшего или максимально возможного удовлетворения безграничных потребностей общества (цель производства).
Таким образом, *экономическая наука это наука об эффективном использовании ресурсов.*

Кривая производственных возможностей

Ограниченность ресурсов диктует необходимость выбора оптимума производственных ценностей и самого процесса производства, базируясь на принципах комбинации, замещения факторов с учетом эффекта масштаба производства и закона падающей производительности.
Уровень потребности определяется уровнем технического развития и развития общества в целом.
Проблема между безграничностью потребностей и ограниченностью ресурсов – может графически быть представлена в виде кривой производственной возможностей.
Рассмотренный случай показывает, что экономика полной занятости всегда альтернативна, т.е. она должна выбирать между военным и гражданским производством путем перераспределения ресурсов.

Таблица 2.1.

Таблица 2.1.

Альтернативные возможности производства масла и пушек

Возможности	Пушки	Масло
А	15	0
Б	14	1
В	12	2
Г	9	3
Д	5	4
Е	0	5

Рисунок 2.1.

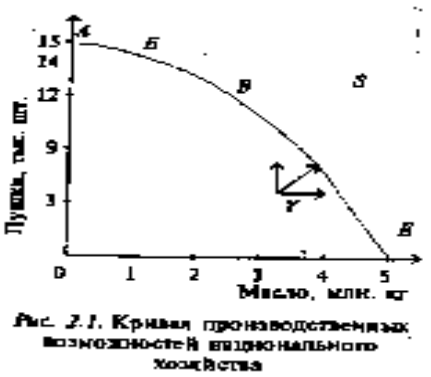


Рис. 2.1. Кривая производственных возможностей национального хозяйства

Кривая производственных возможностей показывает значение альтернатив для общества. При абсолютном использовании ресурсов (*экономике полной занятости*) все точки возможных комбинаций производства пушек и масла находятся на границе производственных возможностей (*линии производственных возможностей – ЛПВ*).
Кривая производственных возможностей, т.е. граница области производственных возможностей, характеризует одновременно и возможный, и желательный выпуск продукции. Из точек, лежащих на этой кривой и представляющих различные возможные сочетания выпуска альтернативных товаров, мы и должны выбрать ту, которая для нас наиболее предпочтительна.

Рисунок 2.3.

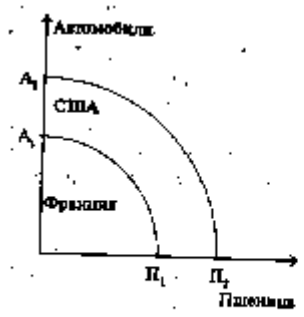


Рис. 2.2. Кривые производственных возможностей двух стран

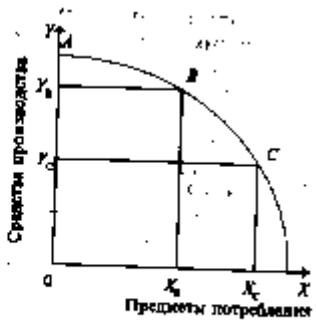


Рис. 2.3. График производственных возможностей

Сравним точки *B* и *C*. Выбрав точку *B*, мы предпочтем производство меньшего количества предметов потребления (*Хв*) и большего количества капитальных товаров (*Ув*), чем выбрав точку *C* (*Хс, Ус*). Точнее, при переходе из точки *B* в точку *C* мы получим дополнительно *X=0Xc – 0Xв* единиц предметов потребления, пожертвовав для этого *Y=0Yв – 0Yc* единиц капитальных товаров.
Экономисты называют количество одного товара, которым необходимо пожертвовать для увеличения другого товара на единицу, *вмененными* (альтернативными) затратами, или затратами упущенных возможностей.
Кривая производственных возможностей служит иллюстрацией четырех основных идей:

- Ограниченность ресурсов подразумевает, что все комбинации выпуска продукции, расположенные с внешней стороны кривой производственных возможностей, неосуществимы;
- Возможность выбора находит выражение в необходимости для общества проводить отбор из разных достижимых комбинаций продуктов, расположенных на (внутри) этой кривой;
- Нисходящий наклон кривой подразумевает понятие о вмененных издержках (альтернативных затратах);
- Вогнутость кривой показывает увеличение вмененных издержек и, как следствие, уменьшение доходности.

В условиях рынка вопрос – *что производить*, определяет производитель, через платежеспособность. Вопрос – *как производить* – определяет товаропроизводитель в условиях конкурентной борьбы. В рынке действует закон *«невидимой руки»* – Адама Смита.
Ее суть – целью любого производителя является получение и максимизация прибыли.
В условиях конкуренции товаропроизводитель стремиться к уменьшению издержек производства, таким образом, цель максимизации прибыли трансформируется в цель производства товаров необходимых обществу с минимальными издержками.
Для кого производить определяется доходами, дифференцированными в условиях рынка.
Проблема – *как производить, и с какими издержками* – определяется на основе нормативов, расхода сырья, материалов, энергии.
Для кого производить – определяется средней зарплатой, которая обеспечивает приобретение прожиточного минимума установленного нормативами.

1.2. Технология обучения на семинаре

Количество студентов: 10-15 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	**Семинар по углублению и расширению знаний**
Вопросы для обсуждения на семинаре	1. Материальные потребности и их безграничность 2. Экономические ресурсы, их структура и ограниченность 3. Кривая производственных возможностей

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме

Задачи преподавателя: • создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • организовать процесс формирования и изложения своей позиции; • развить навыки коммуникации, работы в группах/парах.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • дать определение понятиям: материальные потребности, экономический базис; • описать экономические ресурсы; • описать технологический выбор; • описать кривую производственных возможностей.

Методы и техники обучения	Обучение сообща, дискуссия, техники:, презентация, блиц-опрос, экономическое эссе, «Круглый стол», структурно-логическая схема.
Средства обучения	Учебные пособия, доска, мел.
Формы обучения	Индивидуальная, работа в группах/парах.
Условия обучения	Аудитория, предназначенная для занятий в группах, с использованием ТСО

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов
1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Объявляет, что обучение будет проводиться с применением технологии совместной работы в группах. 1.2. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям темы. Предлагает дать определение понятиям: «материальные потребности, экономические и неэкономические блага, экономический базис». Задает вопрос: «Что такое материальные потребности?». Выслушивает 1-2 ответа и объявляет, что дальнейшее обсуждение темы будет проводиться после выполнения задания в группах, в процессе презентации результатов групповой работы. Объясняет, что каждый получит индивидуальную оценку в соответствии с оценкой результатов работы всей группы, знакомит с правилами работы в группе. Сообщает, что результаты совместной деятельности в группах должны быть представлены на плакатных листах.	1.1. Слушают, записывают 1.2. Отвечают на вопрос.
2 этап. Работа в группах (20 мин.)	2.1. Разделяет обучаемых на 3 группы. Раздает учебное задание. Уточняет, какие учебные результаты должны быть получены. Комментирует показатели и критерии оценки. Разъясняет, какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Объявляет о начале работы в группах.	2.1. Знакомятся с учебными заданиями, показателями и критериями оценки. Выполняют задания.

3 этап. Презентация (45 мин.)	3.1.Организует взаимооценку результатов работы в группах. Комментирует, обобщает знания, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	3.1. Выступают с презентацией совместной работы. Дополняют, оценивают.
4 этап. Заключи-тельный (10 мин.)	4. Подводит итоги работы.	4. Слушают, уточняют.

Задачи

1. На острове с тропическим климатом живут пять человек. Они занимаются сбором кокосов и черепаховых яиц. Каждый день собирают либо 20 кокосов, либо 10 черепаховых яиц. Начертите линию производственных возможностей (ЛПВ) экономики этого острова.
2. Производственные возможности выпуска продукции и гражданских товаров представлены в таблице.

Продукт	Производственные альтернативы				
	A	B	C	D	E
Автомобили, млн. штук	0	2	4	6	8
Управляемые ракеты, тыс. штук	30	27	21	12	0

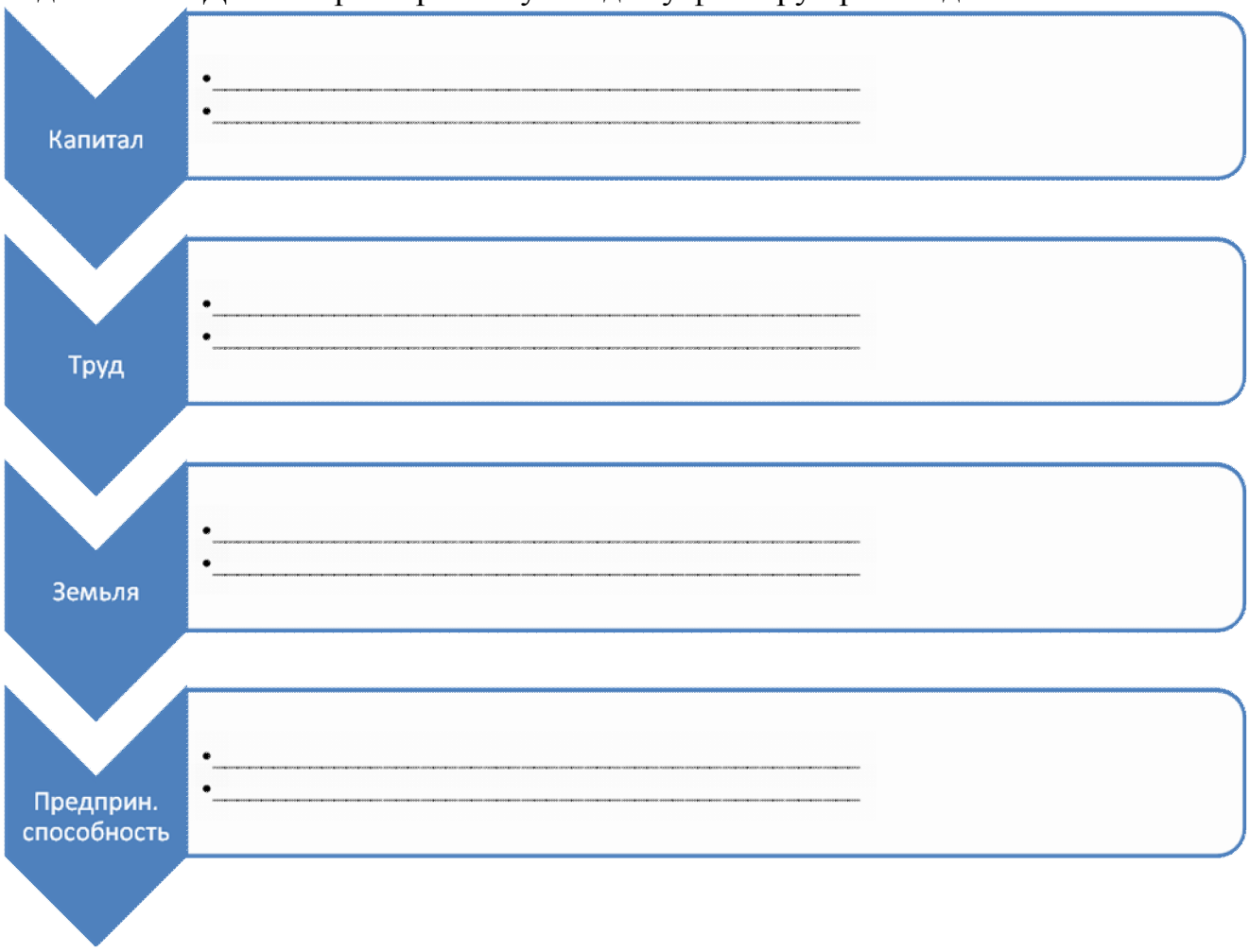
А) Изобразите эти данные о производственных возможностях графически. Что показывают точки на кривой? Как отражается на кривой? Как отразится на кривой закон возрастания выменных издержек? Определите, каковы будут издержки производства дополнительного миллиона автомобилей (дополнительной тысячи управляемых ракет), если экономика в данный момент находится в точке *C*.
Б) Обозначьте на графике производственных возможностей точку К внутри зоны, ограниченной кривой. Что она показывает? Обозначьте точку *H* вне этой зоны. Что показывает точка *H*?
В) На каких конкретных допущениях основывается построение кривой производственных возможностей? Что происходит, когда каждое из этих допущений оправдывается?

Задания

Задание №1: Начертите кривую производственных возможностей экономической системы?

X X

Задание №2: Дайте характеристику каждому фактору производства?



Тема 3 Теория спроса и предложения

3.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	Вводно-тематическая лекция – визуализация
План лекции	1. Спрос и закон спроса 2. Предложение и закон предложения

Цель учебного занятия: раскрыть экономическое содержание спроса, факторов, характеризующих спрос и предложение товаров на рынке, закона спроса и предложения.	
Задачи преподавателя: • раскрыть экономическую сущность спроса и предложения; • рассказать о факторах, влияющих на спрос и предложение. Раскрыть сущность закона спроса и закона предложения.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • уметь правильно дать характеристику экономической категории: спрос; • уметь правильно дать характеристику экономической категории: предложение; • показать факторы: ценовые и неценовые, влияющие на спрос и предложение; • дать характеристику закону спроса и закону предложения.
Методы и техники обучения	Лекция – визуализация, техники: блиц-опрос, фокусирующие вопросы, «думай – работай в паре – делись», техника «да - нет».
Средства обучения	Лазерный проектор, визуальные материалы, информационное обеспечение.
Формы обучения	Коллективная, фронтальная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы с ТСО.

Технологическая карта лекции

Этапы, время	**Деятельность**	
		студентов
1 этап. Введение (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1. Слушают
2 этап. Актуализация знаний (20 мин.)	2.1. С целью актуализировать знания студентов задает фокусирующие вопросы: 1. Что такое спрос? 2. Что лежит в основе спроса? Для ответа на вопросы организует работу в парах. Про водит блиц-опрос. Делает обобщающий вывод. 2.2. Выводит на экран структурно-логическую схему «Спрос и предложение», знакомим с содержанием схеы, кратко характеризуем их. Знакомим с рейтингом текущего, промежу точного и итогового контроля. Знакомит со списком основной литературы, требованиями к студентам.	2.1. Отвечают на вопросы. 2.2. Изучают со держание слайда №1, высказыва ют суждения о роли и значении экономических ресурсов. 2.3. Изучают содержание слайда №2, записывают требования рейтинг-контроля.
3 этап. Информа-ционный (45 мин.)	3.1. Последовательно излагает материал лекции по вопросам плана, использует визуальные материалы и систему фокусирующих вопросов: По 1 вопросу. Что такое спрос? Что такое закон спроса? По 2 вопросу. Что такое предложение? Что такое закон предложения? Акцентирует внимание на ключевых моментах темы, предлагает их записать.	3.1. Обсуждают содержание схем и таблиц, визуальные материалы, уточняют, задают вопросы. Записывают главное.

4 этап. Заключи-тельный (10 мин.)	4.1.Задает вопрос: «Дайте характеристику закону спроса и закону предложения?». Делает итоговое заключение. 4.2. Дает задание для самостоятельной работы: изучить спрос и предложение на потребительском рынке в своем регионе (город, район, махалля).	4.1. Отвечают на вопрос. 4.2. Слушают, записывают.

Вопросы

1. Дайте характеристику понятиям потребности, спроса, платежеспособной потребности и платежеспособного спроса?
2. Какие виды спроса вы знаете?
3. Опишите расположение кривой спроса?
4. Сформулируйте закон О.Курно относительно спроса и предложения?
5. Какие факторы влияют на объём и структуру совокупного спроса и совокупного предложения?
6. Покажите графически изменение объёма спроса и предложения?
7. Покажите графически изменение характера спроса и предложения?
8. Что такое товарное предложение?
9. Что означает движение кривой совокупного спроса вправо?
10. Что означает движение кривой совокупного предложения влево?

Опорный конспект

Спрос и закон падающего спроса

Спросом называют количество товара, которое будет куплено за приемлемую цену в определенный промежуток времени.

Под спросом следует понимать представленную на рынке потребность в товарах лишь тех, которые подлежат удовлетворению и обеспечены денежным эквивалентом, т.е. платежеспособную потребность.

Различают также понятие платежеспособного спроса. В отличие от платежеспособной потребности, платежеспособный спрос – это потребность, не только обеспеченная денежным эквивалентом, но и обязательно «вынесенная на рынок». По Кейнсу, это эффективный спрос. В отличие от платежеспособной потребности, он очень конкретен, так как ориентирован всегда на покупку определённого товара или услуги.

Различают платежеспособный спрос на факторы производства (спрос производства) и на предметы потребления (спрос населения). Последний во многом зависит от размеров денежных средств, находящихся на руках населения, депозитах, различных выплат и наследства, масштабов рынка, цены, полезности и качества товаров, субъективных вкусов и предпочтений.

Спрос подразделяется на:

- Действительный – реально-предъявляемый на товары и услуги;
- Реализованный – это часть действительного спроса, которая реализована на рынке в купленных товарах и услугах;
- Неудовлетворённый – это нереализованная часть действительного спроса в виду отсутствия нужных товаров или несоответствия их ассортимента и качества требованиям покупателей. В свою очередь, неудовлетворённый спрос приобретает самые различные формы: скрытый, явный, текущий, накопленный и т.п.

Спрос, как таковой, очень подвижен и изменчив, ибо на его величину и динамику влияют многочисленные факторы экономического, социального и технологического характера. Спрос на товар, например, может увеличиваться в результате использования рекламы, изменений моды, вкусов и предпочтений потребителей, окружающей среды, доступности товаров, величины доходов, полезности вещи, цен на взаимозаменяемые товары, количества населения, в ожиданиях будущих цен и многое другое.

В связи с этим различают *экзогенный и эндогенный* спрос. Экзогенный спрос - спрос, изменение которого вызвано вмешательством правительства или каких-либо сил извне системы свободного

рынка. Эндогенный, или внутренний спрос – это спрос, который образуется внутри общества благодаря факторам, существующим в обществе.

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

На графике кривая DD опускается сверху вниз. Это обусловлено *законом падающего спроса.*

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

Этот закон впервые сформулировал французский математик О.Курно в работе «Исследование математических принципов теории богатства». В соответствии с его формулировкой закона, спрос на товар составляет некоторую функцию цены, причём, как правило, убывающую. Такое положение вполне обосновано и не противоречит рынку. Закон падающего спроса О.Курно формулируется так:

$D = f(P)$,

где $f(P) > 0$, D – спрос, f - функция, P – цена.

В общем виде спрос является функцией следующих факторов:

$D = F(P, I, Z, W, P_{SUB}, P_{COM}, N, B)$,

где I – доход, Z – вкусы потребителей, W - ожидания, P_{SUB} - цены на товары-субституты (заменители), P_{COM} – цены на комплементарные товары (дополняющие), N – количество покупателей, B – прочие факторы.

Отсюда, функция спроса – это функция, определяющая величину спроса в зависимости от влияющих на него различных факторов.

Итак, спрос – это величина переменная. При этом следует различать изменение величины спроса или объёма спроса и изменение характера спроса. Величина спроса меняется тогда, когда переменна только цена данного товара. Характер же спроса меняется тогда, когда изменяются факторы, имевшие раннее постоянные величины.

Графически изменение объёма спроса выражается в «движении» по кривой спроса вниз или вверх . Изменение же характера спроса выражается в «движении» кривой спроса, т.е. её смещении вправо или влево (рис.1).

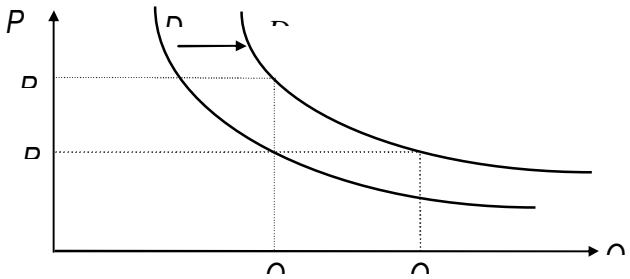


рис.1 Кривая спроса и её смещение

Такая ситуация возможна, например, если доход населения увеличится, тогда каждой цене товара будет соответствовать больший объём спроса, произойдёт сдвиг прямой вправо из положения DD в положение D_2D_2.. Напротив, уменьшение дохода приведёт к смещению линии спроса влево в положение D_1D_1.

Изменение вкусов и предпочтений потребителей также оказывает влияние на положение кривой спроса. Если тяга к личному автомобилю у населения возрастает, то линия спроса на авто сдвигается вправо. Если наоборот, то линия спроса на автомобили сдвигается влево.

Однако, для комплементарных товаров характерна обратная ситуация: уменьшение цены товара У ведёт к увеличению спроса на товар Х. «Классическими» примерами дополняющих

товаров являются автомобили и бензин, зубные пасты и щётки, монитор и процессор компьютера и т.п.

Предложение и закон изменения предложения

Предложение- это товары, которые находятся на рынке или могут быть туда доставлены за короткий промежуток времени. Различают натурально-вещественную (по ассортименту) и стоимостную (выраженную в деньгах) формы товарного предложения. Объём предложения при этом составляет то количество товара, которое продавцы готовы предложить покупателю в конкретном месте и в конкретное время.

К товарному предложению относятся все товары, находящиеся на рынке, включая товары в пути. Оно формируется за счёт объёма структуры товарной продукции производства, товарных запасов и импорта. Объём предложения у каждого производителя, как правило, меняется в зависимости от цены. Кроме того, на объём предложения оказывают влияние следующие детерминанты (факторы):

- Цены взаимозаменяемых товаров;
- Цены взаимодополняемых товаров;
- Цены ресурсов;
- Уровень техники и технологии производства;
- Налоги и субсидии;
- Перспективные ожидания производителей (продавцов);
- Степень монополизации производства и рынка и другие.

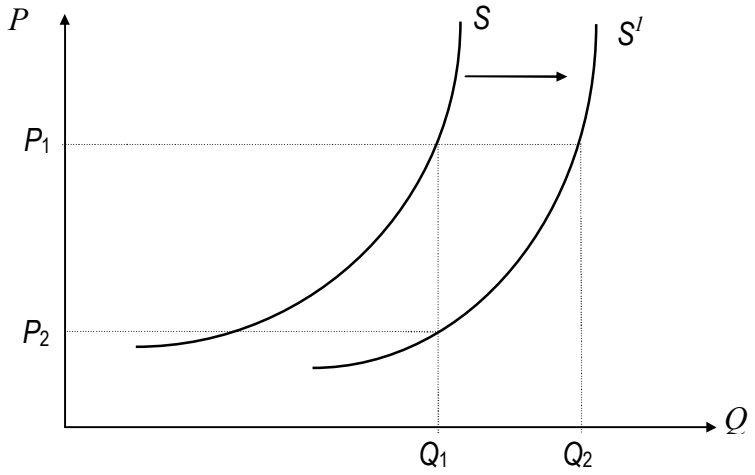


Рис 2. Кривые предложения.

Кривая предложения показывает, какое количество продукции готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени. На графике 2 кривая предложения представляет собой плавно изогнутую и поднимающуюся кверху кривую. Она показывает зависимость между рыночными ценами и количеством продукции, которое производители могут произвести и продать. Эту зависимость О.Курно описал в виде формулы:
$S = f(P)$,

где S – предложение, f – функция, P – цена.
Это есть закон изменения предложения. Её суть состоит в том, что объём предложения товара, увеличивается при росте цены и уменьшается при её снижении.
Одним из весомых факторов, влияющих на предложение, является технический прогресс. Он позволяет снижать издержки производства и изменить предложение товара. Форма кривой

предложения товара обусловлена во многом технологией его производства, доступностью ресурсов, используемых при изготовлении данного товара и т.п.
Предложение является функцией всех факторов, определяющих его изменение:

$S = f(P, P_{r,} K, T, N, B)$,

где $P_{r,}$ - цены ресурсов, K – характер применяемой технологии, T – налоги и субсидии, N – количество продавцов, B – прочие факторы.

Аналогично спросу различаются изменение предложения и изменение объёма предложения. Объём предложения меняется тогда, когда изменяется только цена товара. Изменения предложения происходит тогда, когда изменяются все отличные от цены другие факторы, которые раньше принимались за постоянные.

Предположим, что используется новая технология, которая позволяет при тех же затратах выпустить больше продукции. Тогда кривая предложения сдвигается вправо в положение S_1.

Если увеличиваются налоги, растут издержки производства и обращения, то кривая предложения смещается влево в положение S_2.

1**.2. Технология обучения на семинаре**

Количество студентов: 10-15 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	**Семинар по углублению и расширению знаний**
Вопросы для обсуждения на семинаре	1. Спрос и закон спроса 2. Предложение и закон предложения

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме

Задачи преподавателя:	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен:
• создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • организовать процесс формирования и изложения своей позиции; • развить навыки коммуникации, работы в группах/парах.	• дать определение понятиям: спрос и предложение; • описать факторы, влияющие на спрос и предложение; • описать закон спроса; • описать закон предложения.

Методы и техники обучения	Обучение сообща, дискуссия, техники:, презентация, блиц-опрос, экономическое эссе, «Круглый стол», структурно-логическая схема.
Средства обучения	Учебные пособия, доска, мел.
Формы обучения	Индивидуальная, работа в группах/парах.
Условия обучения	Аудитория, предназначенная для занятий в группах, с использованием ТСО

<u>Технологическая карта семинара</u>

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов

1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Объявляет, что обучение будет проводиться с применением технологии совместной работы в группах. 1.2. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям темы. Предлагает дать определение понятиям: «материальные потребности, экономические и неэкономические блага, экономический базис». Задает вопрос: «Что такое спрос и предложение?». Выслушивает 1-2 ответа и объявляет, что дальнейшее обсуждение темы будет проводиться после выполнения задания в группах, в процессе презентации результатов групповой работы. Объясняет, что каждый получит индивидуальную оценку в соответствии с оценкой результатов работы всей группы, знакомит с правилами работы в группе. Сообщает, что результаты совместной деятельности в группах должны быть представлены на плакатных листах.	1.1. Слушают, записывают 1.2. Отвечают на вопрос.
2 этап. Работа в группах (20 мин.)	2.1. Разделяет обучаемых на 3 группы. Раздает учебное задание. Уточняет, какие учебные результаты должны быть получены. Комментирует показатели и критерии оценки. Разъясняет, какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Объявляет о начале работы в группах.	2.1. Знакомятся с учебными заданиями, показателями и критериями оценки. Выполняют задания.
3 этап. Презентация (45 мин.)	3.1.Организует взаимооценку результатов работы в группах. Комментирует, обобщает знания, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	3.1. Выступают с презентацией совместной работы. Дополняют, оценивают.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4. Подводит итоги работы.	4. Слушают, уточняют.

ТЕСТЫ:

1. Закон спроса предполагает, что:
а) Превышение предложения над спросом вызовет снижение цены.
б) Если доходы у потребителей растут, они обычно покупают больше товаров.
в) Кривая спроса обычно имеет положительный наклон.
г) Когда цена товара падает, объём планируемых покупок растёт.
д) Ответы а) и б).

2. Чем можно объяснить сдвиг кривой спроса на товар X?
а) Предложение товара X по некоторой причине уменьшилось.
б) Цена товара X выросла и как следствие этого потребители решили меньше покупать этого товара.
в) Вкусы потребителей вызвали интерес к товару X, и потому они хотят покупать его при любой данной цене или больше, чем раньше.
г) Цена товара X упала, поэтому потребители решили покупать его больше, чем раньше.
д) Спрос на товар X уменьшается.

3. Рост цен на материалы, необходимые для производства товара X, вызовет:
а) Сдвиг кривой спроса вверх (или вправо).
б) Сдвиг кривой предложения вверх (или влево).
в) Сдвиг кривой спроса и кривой предложения вверх.
г) Сдвиг кривой предложения вниз (или вправо).
д) Ответы в и г.

4. Какой термин отражает способность и желание людей платить за что-либо?
а) Потребность
б) Спрос
в) Необходимость
г) Желание
д) Нужда

5. Рыночный спрос не испытывает влияния:
а) Доходов потребителей.
б) Цен на взаимосвязанные товары.
в) Цен на ресурсы.
г) Численности покупателей.
д) Цены на рабочую силу.

6. Если спрос падает, кривая спроса сдвигается:
а) Вниз и влево.
б) По часовой стрелки.
в) Вверх и вправо
г) Против вращения часовой стрелки.
д) Не сдвигается

7. Изменение какого фактора не вызывает сдвига кривой спрос?
а) Вкусов и предпочтений потребителей.
б) Размера или распределения национального дохода.
в) Цены товара.
г) Численности или возраста потребителей.
д) Поло - возрастной состав потребителей.

8. Совершенствование технологии сдвигает:
а) Кривую спроса вверх и вправо.
б) Кривую спроса вниз и вправо.
в) Кривую предложения вниз и вправо.
г) Кривую предложения вверх и влево.
д) Совмещение кривых спроса и предложения.

9. Покупка товаров по низкой цене на одном рынке и продажа его по высокой цене на другом не является:
а) Операцией с целью получения прибыли.
б) Средством повышения предложения на рынке с высоким уровнем цен.
в) Причиной ценовых различий на конкретных рынках.
г) Средством повышения спроса на рынке с высоким уровнем цен.
д) Средством снижения спроса.

10. Деятельность спекулянтов:
а) Увеличивает риск для законного предпринимательства.
б) Усиливает тенденцию к нестабильности цен.
в) Вызывает экономические бумы и рецессии.
г) Всегда приносит прибыль.
д) Снижает тенденцию к нестабильности цен.

11. Закон предложения, если цены растут, а прочие условия неизменны проявляется:
а) В роста предложения.
б) В снижение предложения.
в) В росте объёма предложения.
д) В падении объёма предложения.
г) Стабилизирует предложение.

12.Спрос и предложение могут быть использованы для объяснения координирующей роли цены:
а) На товарном рынке.
б) На рынке ресурсов.
в) На валютном рынке.
г) На любом рынке.
д) На рынке рабочей силы.

13. Что может вызвать падение спроса на товар Х?
а) Уменьшение доходов потребителей.
б) Увеличение цен на товары-субституты товара Х.
в) Ожидание роста цен на товар Х.
г) Падение предложения товара Х.
д) Снижение цен на товар Х.

14. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый, вызовет:
а) Падение спроса на второй товар.
б) Рост спроса на второй товар.
в) Увеличение объёма спроса на второй товар.
г) Падение величины спроса на второй товар.
д) Снижение цены на второй товар.

Задачи

1. Дана таблица предложения баранины.

Цена 1 кг, у.е.	**Объем предложения в месяц, т**
30	**40**
32	**90**
34	**80**
36	**70**
38	**60**
40	**50**

Начертите кривую спроса. Какой она имеет наклон? Что произойдет, если цена на баранину увеличится с 34 до 36 у.е.? Если объем спроса при каждом значении цены на баранину увеличится на 10 тонн, как это отразится на положении кривой спроса на графике? Какие факторы могут вызвать это изменение? Что личает это изменение от первого изменения?

2. Дана таблица, отражающая величину спроса на товар *А* при различных ценах

Цена, у.е.	**60**	**80**	**10**	**12**
Количество, шт.	**9**	**7**	**5**	**3**

Определите вид функции спроса, запишите ее формулу и постройте график. При какой максимальной цене потребители откажутся от покупок данного товара? Какова величина спроса, если товар будет распределяться бесплатно?

Задания

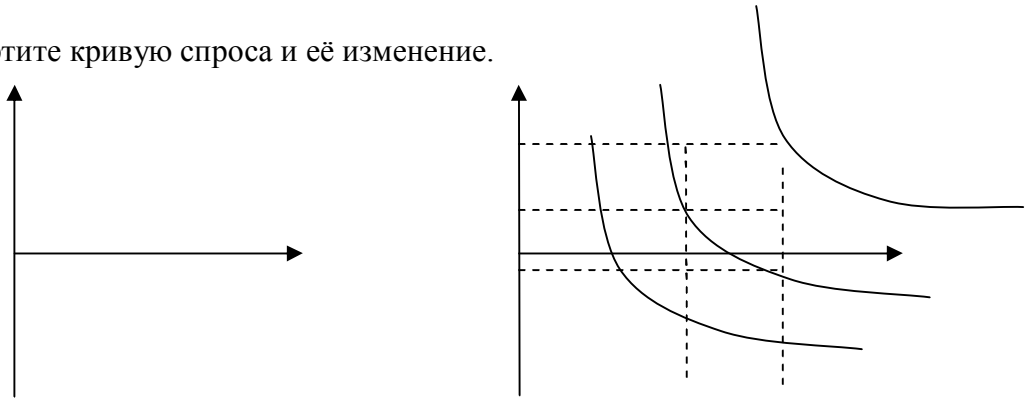
Задание№1. Функция спроса это функция, которая зависит от следующих факторов:

1._____(I-доход)
2._____(Z-вкуса)
3._____(N-ожидания)
4._____(P sub – цена на товар субституты)
5._____(P com – цена на комплектарные товары)
6._____(n- количество покупателей)

1.Напишите функцию спроса факторы.

Д = _____ Д=F(P, I, Z, W, Psub, Pcom, N, B)

2.Начертите кривую спроса и её изменение.



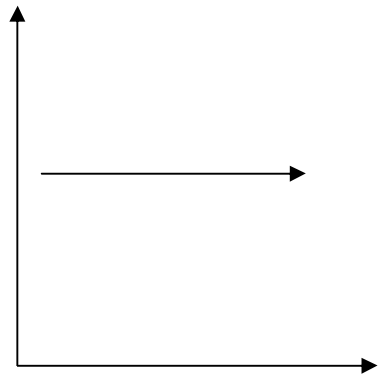
Задание №2. Выявите факторы определяющие изменение предложения.

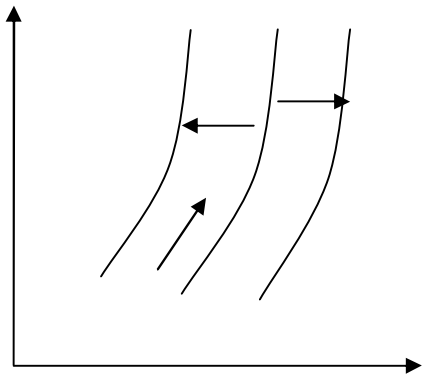
1._____($P_ч$-цены ресурсов)
2._____(К-характер применяемой технологии)
3._____(Т-налоги и субсидии)
4._____(N – количество продавцов)
5._____(P - цена товары)
6._____(B - прочие факторы)

2.Напишите функцию предложения

S=_____S=f(P, $P_ч$, К, Т, N, B)

3.Покажите изменение предложения





Блиц игра «Я покупатель»

инд. оценк.	груп. оценк.	прав. ответ.	отклон.		Наименование действий
			инд. оценк.	групп. ошиб.	
					Оценка необходимости покупки товара
					наличие финансовых средств (доходов)
					Ожидания покупателя (ассортимент повизна)
					Вкусы и предпочтения
					Традиции и обычаи
					качество товара
					Непредвиденные обстоятельства

Блиц игра «Я продавец»

инд. оценк.	груп. оценк.	прав. ответ.	отклон.		Наименование действий
			инд. оценк.	групп. ошиб.	
					Формировка цели
					Выбор технологии продажи
					Прогноризирование продажи товара
					Изучение рынка маркетинг
					Ожидание продавца
					Непредвиденные обстоятельства

Тема 4 Рыночное равновесие, максимальные и минимальные цены

4.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	Вводно-тематическая лекция – визуализация
План лекции	1. Рыночное равновесие и его сущность 2. Типы равновесия
Цель учебного занятия: раскрыть экономическое содержание рыночного равновесия на рынке, показать типы равновесия: изменение рыночного спроса и рыночного предложения.	

Задачи преподавателя: • раскрыть экономическую сущность спроса и предложения; • рассказать о факторах, влияющих на спрос и предложение. Раскрыть сущность закона спроса и закона предложения.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • уметь правильно дать характеристику экономической категории: рыночное равновесие; • уметь правильно дать характеристику экономической категории: цена спроса, цена предложения, цена равновесия; • дать характеристику рыночному равновесию.
Методы и техники обучения	Лекция – визуализация, техники: блиц-опрос, фокусирующие вопросы, «думай – работай в паре – делись», техника «да - нет».
Средства обучения	Лазерный проектор, визуальные материалы, информационное обеспечение.
Формы обучения	Коллективная, фронтальная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы с ТСО.

Технологическая карта лекции

Этапы, время	**Деятельность**	
		студентов
1 этап. Введение (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1. Слушают
2 этап. Актуализация знаний (20 мин.)	2.1. С целью актуализировать знания студентов задает фокусирующие вопросы: 1. Что такое рыночное равновесие? 2. Что динамическая (паутинообразная) модель рыночного равновесия? 3. Что такое устойчивое и неустойчивое равновесие? Для ответа на вопросы организует работу в парах. Про водит блиц-опрос. Делает обобщающий вывод. 2.2. Выводит на экран структурно-логическую схему «Динамическая (паутинообразная) модель рыночного равновесия», знакомим с содержанием схеы, кратко характеризуем их. Знакомим с рейтингом текущего, промежу точного и итогового контроля. Знакомит со списком основной литературы, требованиями к студентам.	2.1. Отвечают на вопросы. 2.2. Изучают со держание слайда №1, высказыва ют суждения о роли и значении экономических ресурсов. 2.3. Изучают содержание слайда №2, записывают требования рейтинг-контроля.
3 этап. Информационный (45 мин.)	3.1. Последовательно излагает материал лекции по вопросам плана, использует визуальные материалы и систему фокусирующих вопросов: По 1 вопросу. Что такое цена равновесия? Что такое рыночное равновесие? По 2 вопросу. Какие бывают типы равновесия? Акцентирует внимание на ключевых моментах темы, предлагает их записать.	3.1. Обсуждают содержание схем и таблиц, визуальные материалы, уточняют, задают вопросы. Записывают главное.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4.1.Задает вопрос: «Дайте характеристику рыночному равновесию?». Делает итоговое заключение. 4.2. Дает задание для самостоятельной работы: изучить рыночное равновесие на примере определенной группы товаров на потребительском рынке.	4.1. Отвечают на вопрос. 4.2. Слушают, записывают.

Вопросы:

1. Дайте общее понятие рыночного равновесия?
2. Когда возникает ситуация рыночного равновесия?
3. Какие факторы, влияют на создание ситуации рыночного равновесия?
4. Нарисуйте график рыночного равновесия?
5. Обоснуйте понятия рыночной равновесной цены и равновесного количества товара?
6. Что означает смещение равновесной точки вверх или вниз?
7. Охарактеризуйте с помощью графика мгновенное рыночное равновесие?
8. Охарактеризуйте с помощью графика краткосрочное рыночное равновесие?
9. Охарактеризуйте с помощью графика длительное рыночное равновесие?
10. Как изменится рыночное равновесие при условии увеличения жизненного уровня населения?

Опорный конспект

Понятие рыночного равновесия и его график. Равновесие в мгновенном, краткосрочном и долгосрочном периоде.

Рыночное равновесие – это ситуация на рынке, когда предложение и спрос совпадают или эквивалентны при приемлемой для потребителя и производителя цене.

Рыночное равновесие возникает в результате взаимодействия спроса и предложения. Для этого совместим кривые спроса и предложения на одном графике.

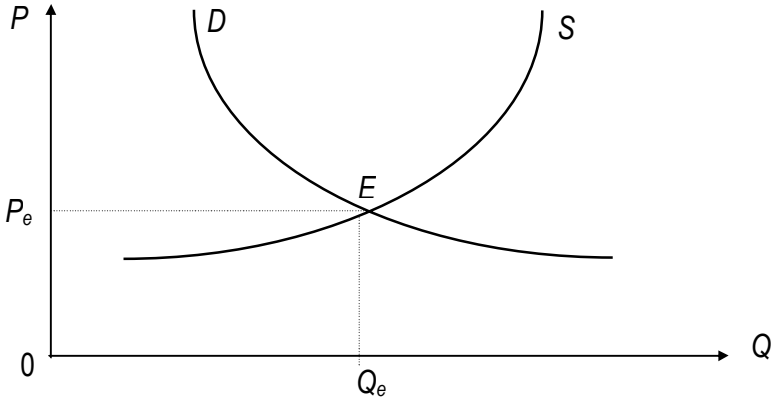
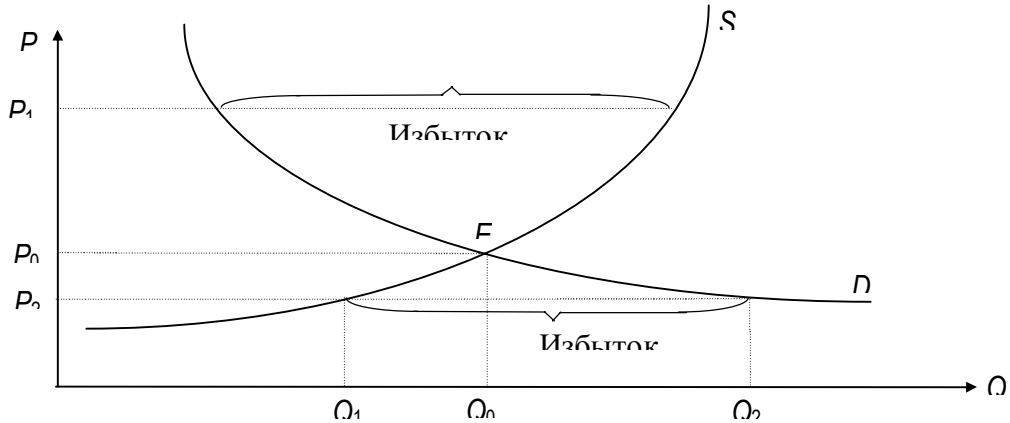


Рис.1. Равновесная цена и равновесное количество товаров

В точке Е достигается равновесие. Координатами точки Е являются равновесная цена $P_{.E}$ и равновесный объём Q_E. Точка Е характеризует равенство $Q_E = Q_S = Q_д$, где Q_S – объём предложения, $Q_д$ – объём спроса (рис.2 Кривые спроса и предложения)



Если реальная цена будет больше равновесной ($P_{.1}$), то объём спроса при такой цене будет меньше объёма предложения. В этом случае производители предпочтут снизить цену, нежели продолжать выпуск продукции в объёме, существенно превышающем объём спроса. Избыток предложения будет оказывать понижающее давление на цену.
Если реальная цена на рынке будет ниже равновесной ($P_{.2}$), то объём спроса станет равен Q_4, товар станет дефицитным. Отдельные покупатели предпочтут заплатить более высокую цену. В результате избыток спроса будет оказывать повышающее давление на цену.

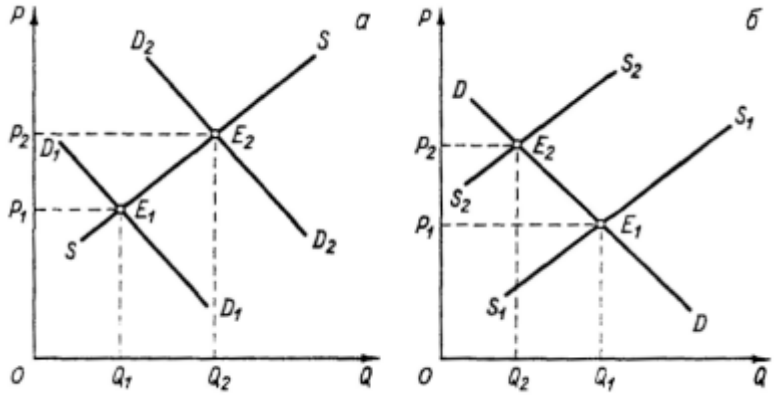


Рис. 2.6. Сдвиг равновесия.

На рис. 2.6 линии спроса и предложения имеют "нормальный" (соответственно отрицательный и положительный) наклон. Сдвиг линии спроса приводит к росту равновесной цены с P1 до P2 при одновременном увеличении равновесных объемов с Q1 до Q2. Сдвиг линии предложения влево ведет к повышению равновесной цены при одновременном сокращении равновесного объема. Комбинируя обе части рисунка, мы можем рассмотреть различные варианты сдвига равновесия в результате одновременного сдвига линий спроса и предложения.

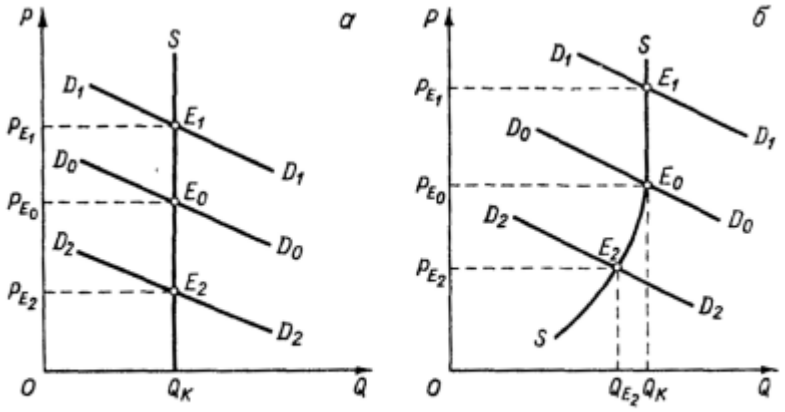


Рис. 2.7. Равновесие в мгновенном периоде. *а* — товары, не подлежащие хранению; *б* — товары, подлежащие хранению.

При использовании метода сравнительной статики принято различать три периода. Первый, в котором все факторы производства рассматриваются как постоянные, называют мгновенным периодом (синонимы: очень короткий, рыночный). Другой, в котором одна группа факторов рассматривается как постоянная, а другая как переменная, называют коротким периодом. Третий, в котором все факторы производства рассматриваются как переменные, называют длительным периодом. Некоторые экономисты выделяют еще и четвертый, очень длительный (или "вековой") период, в течение которого может меняться не только объем применяемых ресурсов и интенсивность их использования, но и характер применяемой технологии.
В мгновенном периоде продавец вообще лишен возможности приспособить объем предложения к объему спроса, поскольку количество производственных ресурсов и интенсивность их

использования заданы. Однако тот факт, что продавец обладает фиксированным количеством товара, не означает, что все это количество должно быть обязательно продано независимо от уровня цены. Многое зависит от природы данного товара. Если товар скоропортящийся и не подлежит хранению, линия предложения будет перпендикулярна оси абсцисс. Как видно из рис. 2.7,а, в этом случае равновесная цена определяется исключительно спросом, точнее, совпадает с ценой спроса, тогда как объем продаж однозначно задан объемом предложения и не зависит от функции спроса.

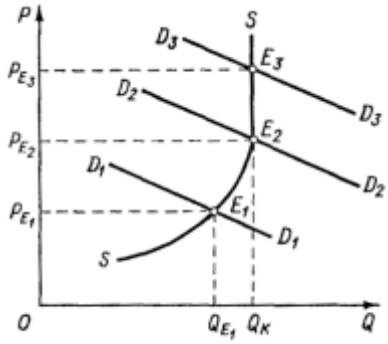


Рис. 2.8. Равновесие в коротком периоде.

Если товар не подлежит порче и может быть сохранен, то линия предложения может быть представлена состоящей из двух сегментов: одного, имеющего положительный наклон, и второго, представленного вертикальным отрезком (рис. 2.7,6). При цене PEo продавец предложит к продаже весь фиксированный объем товара QK- Точно так же он поступит и в том случае, если цена превысит уровень PEo, например PE1. Однако при цене ниже PEo, например PE2, объем предложения составит QE2 тогда как количество товара в размере QK ≈ QE может быть сохранено до наступления более благоприятной конъюнктуры. Если же хранение избытка затруднено или связано с высокими затратами, не возмещаемыми ожидаемым повышением цены, соответствующее количество товара может быть распродано по бросовым ценам. В качестве примера можно указать на распродажу капусты накануне приближения заморозков.

В коротком периоде линия предложения (рис. 2.8) также состоит из двух сегментов.

Первый, имеющий положительный наклон, ограничен по оси абсцисс точкой, соответствующей производственной мощности QK- Второй участок кривой предложения представлен вертикальным отрезком, что указывает на невозможность выйти в условиях короткого периода за пределы, ограниченные наличной производственной мощностью. Вплоть до этой границы равновесный объем и цена определяются пересечением линий спроса и предложения, а за ее пределами, как и в мгновенном периоде, цена определяется спросом, тогда как объем предложения ≈ размером производственных мощностей.

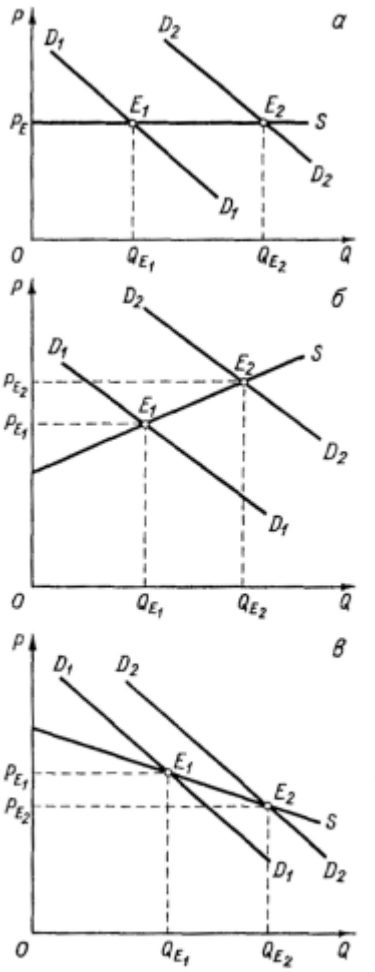


Рис. 2.9. Равновесие в длительном периоде. *а* — при неизменных затратах; *б* — при возрастающих затратах; *в* — при снижающихся затратах.

Наконец, в длительном периоде производитель может не только варьировать интенсивность использования производственных мощностей, но и изменять их размеры, а значит, и масштабы производства.

На рис. 2.9 представлены три ситуации, возможные в длительном периоде. В первом случае, когда изменение масштаба производства происходит при неизменных затратах, рост равновесного объема происходит без изменения равновесной цены. Во втором, когда изменение масштаба производства происходит при возрастающих затратах (скажем, за счет роста цен на используемые ресурсы), рост равновесного объема сопровождается и ростом равновесной цены. В третьем, когда изменение масштаба производства происходит при снижающихся затратах (скажем, за счет снижения цен на используемые ресурсы), рост равновесного объема сопровождается снижением равновесной цены. В дальнейшем все эти три ситуации будут исследованы подробнее.

На рис. 2.10 показано приспособление предложения к изменившемуся спросу в длительном периоде. Здесь S0S0≈ линия предложения, а D0D0 ≈ линия спроса в коротком периоде. Как видим, спрос и предложение сбалансированы при цене P0 на уровне полного использования производственной мощности QK.

Допустим, что спрос внезапно вырос и представлен теперь линией D1D1, лежащей правее линии D0D0. Поскольку резерв мощности отсутствует, новое равновесие достигается исключительно за счет повышения цены до P1 при сохранении, естественно, прежнего объема продаж QK. В длительном периоде масштаб производства увеличивается за счет ввода новых мощностей и линия предложения смещается в положение S1S1 (при возрастающих затратах). Новое равновесие достигается в точке E2 при цене P2 более высокой, чем P0, но ниже, чем P1, и объеме производства Q2 большем, чем QK-

Различие ситуаций равновесия, представленных на рис. 2.10, важно при оценке уровней цен на различных рынках. Например, высокие цены на легковые автомашины в России оказываются близкими к равновесным, если рассматривать их с точки зрения короткого периода, когда производственные мощности по выпуску их фиксированы, а коэффициент их использования высок. Однако они представляются завышенными с позиций длительного периода, в течение которого возможен рост мощностей, строительство новых предприятий.

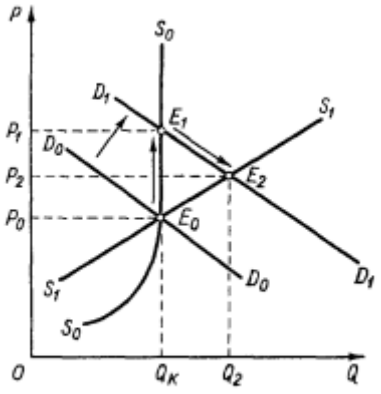


Рис. 2.10. Переход от короткого к длительному периоду.

Максимальные и минимальные цены

Рынок стихийно, автоматически способствует формированию равновесных цен (этот процесс А.Смит назвал механизмом «невидимой руки»). Превышение цены спроса над ценой предложения способствует перераспределению ресурсов в пользу отраслей с высоким платежеспособным спросом. Высокие цены свидетельствуют об относительной редкости благ, побуждая к расширению их производства и тем самым к лучшему удовлетворению общественных потребностей. Поскольку равновесная цена значительно превышает издержки у тех отраслей, затраты которых ниже средних, то она способствует перераспределению ресурсов от худших производителей к лучшим, повышая эффективность функционирования национальной экономики.

Однако, устойчивость рыночного равновесия носит относительный характер. Рост доходов покупателей, развитие их потребностей приведут к изменению объёма спроса при прежних ценах. Рост спроса, при неизменном предложении, вызывает смещение всей кривой спроса вправо вверх, тогда устанавливается новый более высокий уровень равновесной цены и новый больший объём количества продаж товаров.

В свою очередь, рост производительности труда, снижение издержек производства при прежних ценах будут стимулировать увеличение выпуска продукции – изменится положение кривой предложения, которая сместится вправо вниз. В результате положение точки равновесия изменится, а равновесная цена установится на более низком уровне ($P_{.1}$). И наоборот, снижение предложения – смещение кривой влево – установит более высокую равновесную цену ($P_{.2}$) и меньшее количество продаж товара (Q_2).

На основании сделанного анализа можно прийти к следующим выводам:

- Увеличение спроса вызывает рост равновесной цены и равновесного количества товара;
- Уменьшение спроса приводит к паданию равновесной цены и равновесного количества товара;
- Рост предложения влечёт за собой уменьшение равновесной цены и увеличение равновесного количества товара;
- Сокращение предложения ведёт к увеличению равновесной цены и уменьшению равновесного количества товара.

В теории рыночного равновесия важное значение уделяется элементу времени, т.е.:

А) мгновенное равновесие – когда предложение неизменно;

Б) краткосрочное равновесие – когда предложение растёт без увеличения оборудования;

В) длительное равновесие – когда производители заменяют и увеличивают оборудование, а количество самих производителей может изменяться за счёт свободного входа и выхода их из отрасли.

1.2. Технология обучения на семинаре

Количество студентов: 10-15 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	**Семинар по углублению и расширению знаний**
Вопросы для обсуждения на семинаре	1.Рыночное равновесие и его сущность 2.Типы равновесия

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме

Задачи преподавателя:	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен:
• создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • организовать процесс формирования и изложения своей позиции; • развить навыки коммуникации, работы в группах/парах.	• дать определение понятиям: рыночного равновесия; • описать цену спроса и цену предложения; • показать изменения рыночного спроса; • показать изменения рыночного предложения.

Методы и техники обучения	Обучение сообща, дискуссия, техники:, презентация, блиц-опрос, экономическое эссе, «Круглый стол», структурно-логическая схема.
Средства обучения	Учебные пособия, доска, мел.
Формы обучения	Индивидуальная, работа в группах/парах.
Условия обучения	Аудитория, предназначенная для занятий в группах, с использованием ТСО

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов

1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Объявляет, что обучение будет проводиться с применением технологии совместной работы в группах. 1.2. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям темы. Предлагает дать определение понятиям: «рыночное равновесие и его типы». Задает вопрос: «Что такое рыночное равновесие?». Выслушивает 1-2 ответа и объявляет, что дальнейшее обсуждение темы будет проводиться после выполнения задания в группах, в процессе презентации результатов групповой работы. Объясняет, что каждый получит индивидуальную оценку в соответствии с оценкой результатов работы всей группы, знакомит с правилами работы в группе. Сообщает, что результаты совместной деятельности в группах должны быть представлены на плакатных листах.	1.1. Слушают, записывают 1.2. Отвечают на вопрос.
2 этап. Работа в группах (20 мин.)	2.1. Разделяет обучаемых на 3 группы. Раздает учебное задание. Уточняет, какие учебные результаты должны быть получены. Комментирует показатели и критерии оценки. Разъясняет, какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Объявляет о начале работы в группах.	2.1. Знакомятся с учебными заданиями, показателями и критериями оценки. Выполняют задания.
3 этап. Презентация (45 мин.)	3.1.Организует взаимооценку результатов работы в группах. Комментирует, обобщает знания, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	3.1. Выступают с презентацией совместной работы. Дополняют, оценивают.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4. Подводит итоги работы.	4. Слушают, уточняют.

Тесты:

1. Готовность покупать дополнительные единицы производимого товара только по более низкой цене лучше всего объясняет:
а) Эффект замещения.
б) Принцип убывающей предельной полезности.
в) Эффект дохода.
г) Закон предложения.
д) Закон спроса.

2. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если:
а) Спрос равен предложению.
б) Цена равна издержкам плюс прибыль.
в) Уровень технологии меняется постепенно.
г) Объём предложения равен объёму спроса.
д) Рост дохода.

3. Если рыночная цена ниже равновесной, то:
а) Появляются избытки товаров.
б) Возникает дефицит товаров.
в) Формируется рынок покупателя.
г) Падает цена ресурсов.
д) Растёт цена ресурсов.

4. Если предложение и спрос на товар возрастают, то:
а) Цена повысится.
б) Увеличится общее количество товара.
в) Цена останется стабильной.
г) Благосостояние общества возрастает.
д) Цена падает.

5. Если цена товара ниже точки пересечения кривой спроса и кривой предложения, то возникает:
а) Избыток.
б) Дефициты.
в) Растет безработица.
г) Все варианты неверны.
д) Все варианты верны.
6. Вполне вероятно, что причиной падения цены на продукт является:
а) Рост налогов на частное предпринимательство.
б) Рост потребительских доходов.
в) Падение цен на производственные ресурсы.
г) Падение цены на взаимодополняющий товар.
д) Снижение доходов потребителей.
7. Колебания вокруг цены равновесия имеют «взрывной» характер (неустойчивое равновесие), если:
А) государством изменяется ставка налогообложения;
Б) угол наклона кривой спроса превышает угол наклона кривой предложения;
В) угол наклона кривой спроса превышает угол наклона кривой спроса;
Г) углы наклона кривых спроса и предложения равны между собой.
8. Какие изменения происходят на рынке при росте спроса в мгновенном периоде?
А) резко возрастает объем покупок;
Б) ликвидируются товарные запасы;
В) объем покупок остается прежним, но резко возрастает цена на товар;
Г) возрастают цена и объем покупок.

Задачи

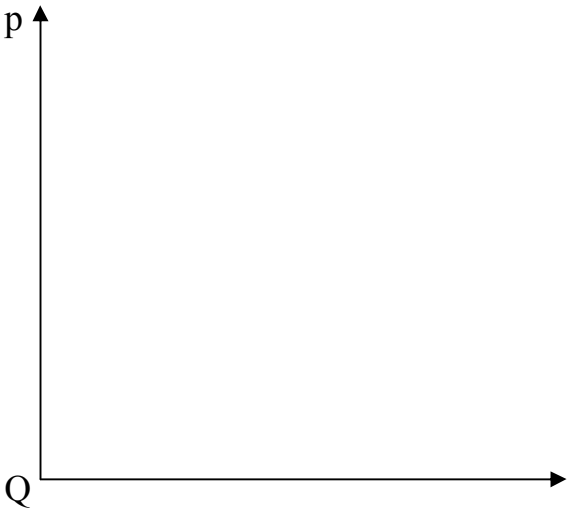
1. Изобразите кривые спроса и предложения на рынке электродвигателей, используя данные таблицы.

Цена, тыс. руб.	5	10	15	20	25	30	35
Спрос, тыс. руб.	35	32	24	20	15	12	8
Предложение, тыс. руб.	3	8	12	10	15	20	25

Каковы равновесная цена на рынке электродвигателей и равновесный объем купли-продажи электродвигателей?
Если цена электродвигателей повысится на 30 тыс. руб., какова будет величина дефицита на этом рынке?

Задания

Задание №1: Изобразите графически и поясните рыночное равновесие?



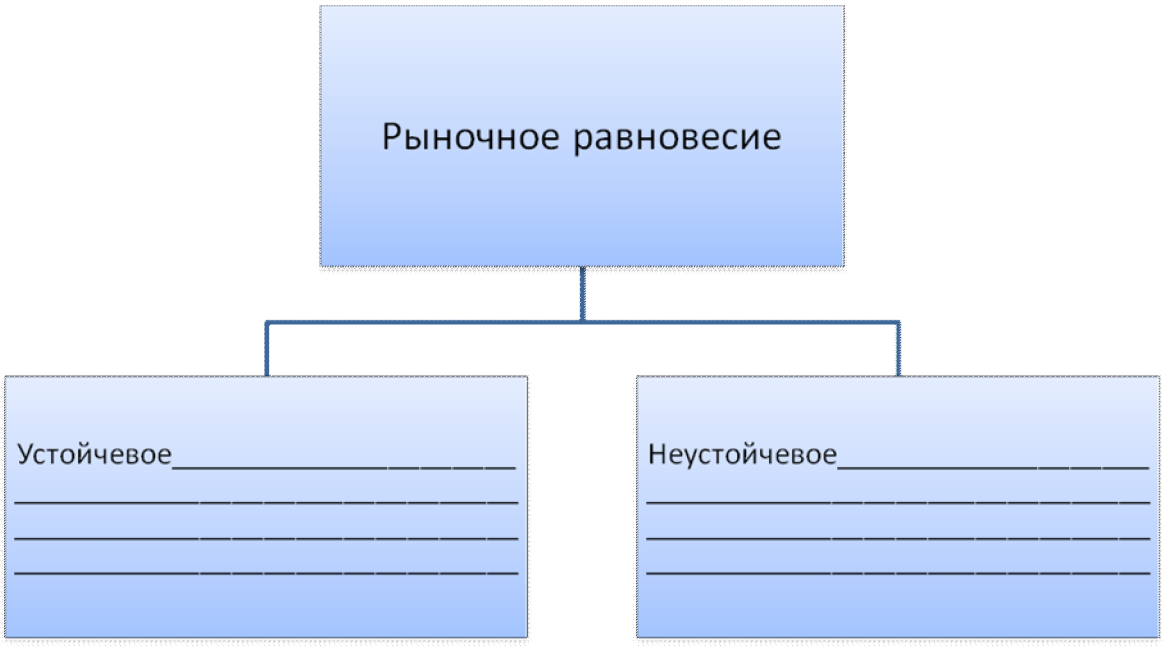
При каких условиях возникает рыночное равновесие:

_____

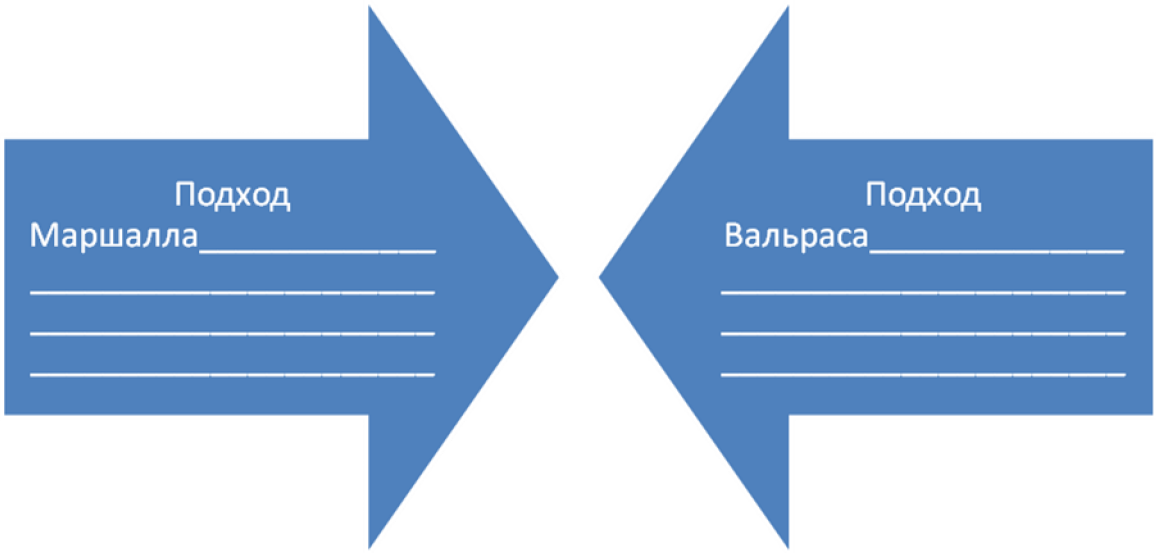
_____

_____

Задание №2: Каким бывает равновесие?



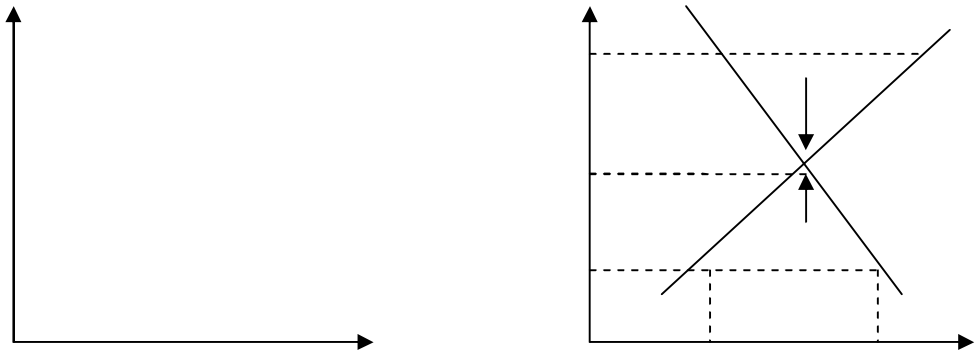
Задание №3: В чем разница в подходах Маршалла и Вальраса?



Задание№4.

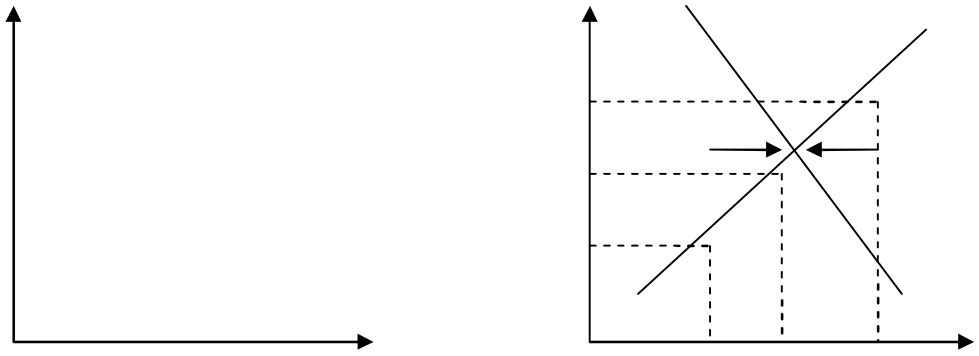
1. Равновесие называется устойчивым, если_____
_____
_____
_____

2. Изобразите графически подход Л.Вальраса к установлению равновесной цены:



по Л.Вальрасу

3. Изобразите графически подход А.Маршаллу к установлению равновесной цены:



4. Выявите, что общего и различия в 2 подходах:

Общее	Различия
1._____	1._____
2._____	2._____
3._____	3._____

Задание№5. В теории рыночного равновесия выделяют элемент времени:

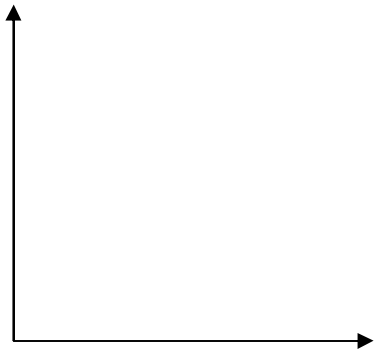
а) мгновенное равновесие это

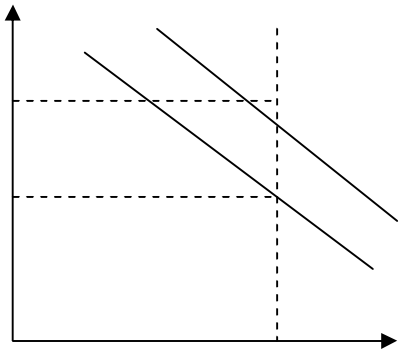
_____

_____

_____

начертите график:





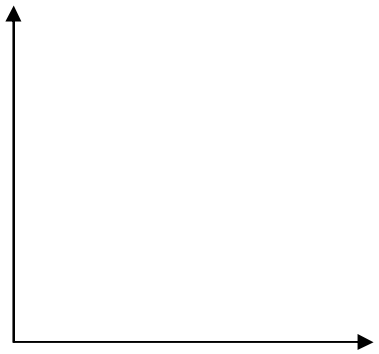
б) краткосрочное равновесие это

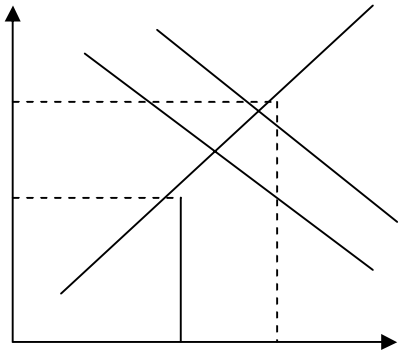
_____

_____

_____

начертите график:





в) Длительное равновесие «нормальной цены» – это

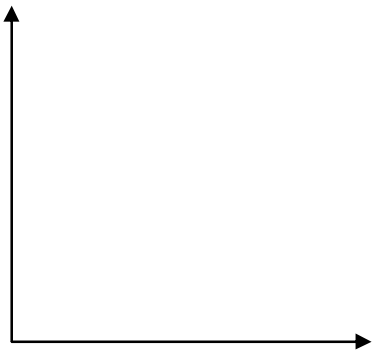
_____

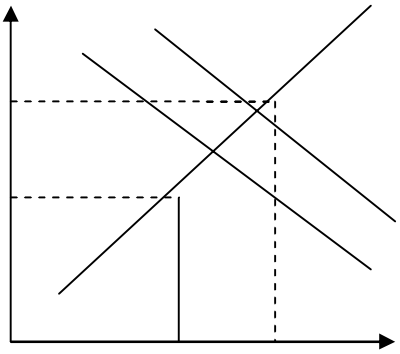
_____

_____

когда производители заменяют и увеличивают оборудование, а количество производной может изменяться за счёт свободного входа и выхода из отрасли.

начертите график:





Тема 5 Эластичность спроса и предложения

5.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	Вводно-тематическая лекция – визуализация
План лекции	1. Эластичность спроса и факторы на его влияющие 2. Эластичность предложения и факторы на его влияющие
Цель учебного занятия: раскрыть экономическое содержание эластичности спроса и предложения, а также факторы влияющие на них.	
Задачи преподавателя: • раскрыть экономическую сущность эластичности спроса и предложения; • рассказать о факторах, влияющих на эластичность спроса и предложения.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • уметь правильно дать характеристику экономической категории: эластичности спроса; • уметь правильно дать характеристику экономической категории: эластичности предложения; • дать характеристику факторов, определяющих эластичность спроса и предложения.
Методы и техники обучения	Лекция – визуализация, техники: блиц-опрос, фокусирующие вопросы, «думай – работай в паре – делись», техника «да - нет».
Средства обучения	Лазерный проектор, визуальные материалы, информационное обеспечение.
Формы обучения	Коллективная, фронтальная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы с ТСО.

Технологическая карта лекции

Этапы, время	**Деятельность**	
		студентов
1 этап. Введение (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1. Слушают

2 этап. Актуализация знаний (20 мин.)	2.1. С целью актуализировать знания студентов задает фокусирующие вопросы: 1. Что такое эластичность спроса? 2. Какие факторы влияют на эластичность спроса? 3. Что такое эластичность предложения? Для ответа на вопросы организует работу в парах. Про водит блиц-опрос. Делает обобщающий вывод. 2.2. Выводит на экран графики «Эластичности спроса по цене и по доходу», знакомим с содержанием графиков, кратко характеризуем их. Знакомим с рейтингом текущего, промежуточного и итогового контроля. Знакомит со списком основной литературы, требованиями к студентам.	2.1. Отвечают на вопросы. 2.2. Изучают со держание слайда №1, высказыва ют суждения о роли и значении экономических ресурсов. 2.3. Изучают содержание слайда №2, записывают требования рейтинг-контроля.
3 этап. Информа-ционный (45 мин.)	3.1. Последовательно излагает материал лекции по вопросам плана, использует визуальные материалы. Акцентирует внимание на ключевых моментах темы, предлагает их записать. 3.2. Выводит на экран графики «Эластичности предложения», знакомим с содержанием графиков, кратко характеризуем их. Знакомим с рейтингом текущего, промежуточного и итогового контроля. Знакомит со списком основной литературы, требованиями к студентам.	3.1. Обсуждают содержание схем и таблиц, визуальные материалы, уточняют, задают вопросы. Записывают главное.
4 этап. Заключи-тельный (10 мин.)	4.1.Задает вопрос: «Дайте характеристику эластичности спроса и предложения?». Делает итоговое заключение. 4.2. Дает задание для самостоятельной работы: изучить эластичность спроса по цене на примере определенной группы товаров на потребительском рынке.	4.1. Отвечают на вопрос. 4.2. Слушают, записывают.

Визуальные материалы

Эластичность спроса по цене - показывает, на сколько процентов изменится величина спроса при изменении цены на один процент. Коэффициент эластичности равен процентному изменению величины спроса, деленному на процентное изменение цены, или

$$E_D = (\blacktriangle Q / Q) : (\blacktriangle P / p)$$

где Q - величина спроса, а P - цена. Как правило, эластичность спроса по цене отрицательна: при росте цены величина спроса снижается.

Эластичность спроса по цене, Рис. 1, 2, 3 – графики линейной функции спроса.

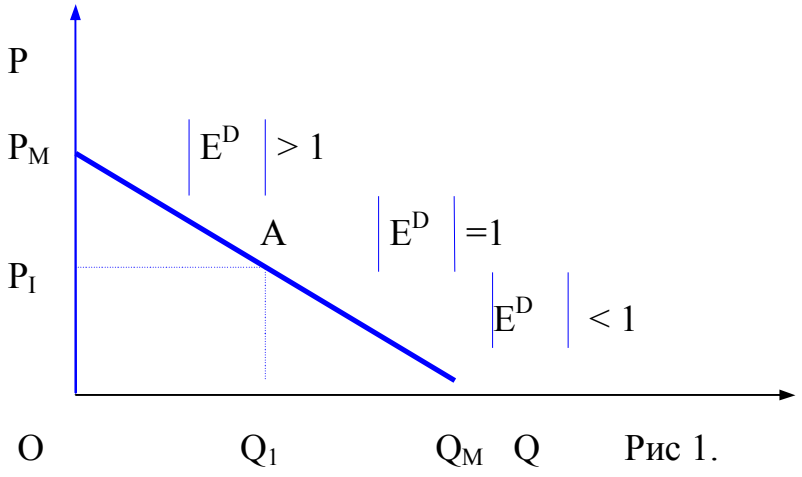


Рис 1.

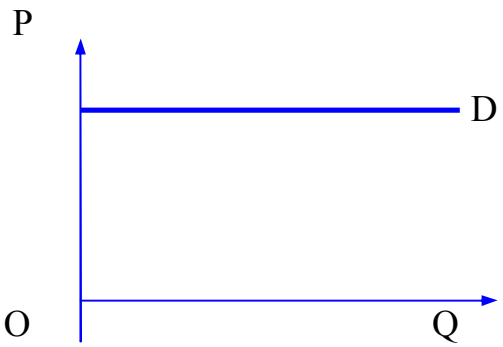


Рис 2

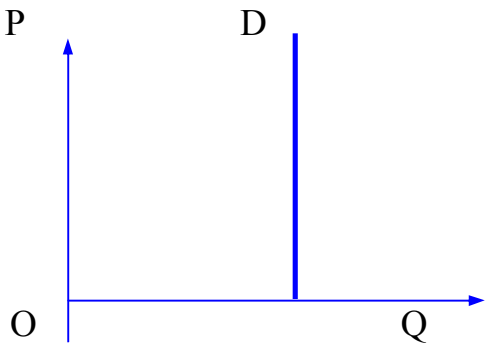


Рис 3

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА ПО ДОХОДУ.

Эластичность спроса по доходу:

$E_Y = (\blacktriangle Q / \blacktriangle Y) * (Y/Q)$

$E_Y > 0$ товар нормальный

$E_Y = 0$ товар натуральный

$E_Y < 0$ товар неполноценный

$E_Y > 1$ товары длительного пользования и предметы роскоши

$E_Y \approx 1$ товары повседневного спроса.

$E_Y < 1$ товары первой необходимости.

Эластичность предложения

Эластичность предложения:

$$E^S = (\blacktriangle Q^S / \blacktriangle p) * (p / Q^S)$$

Зависит от факторов: затраты на хранение, товар скоропортящийся или нет, возможность изменения объема производства.

На рис. 11,12,13 приведены графики линейных функций эластичного и неэластичного предложения и предложения постоянной (единичной) эластичности.

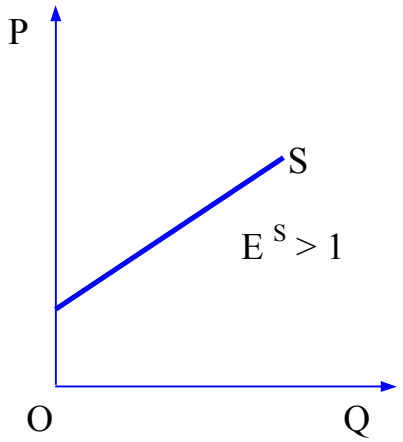


Рис 4

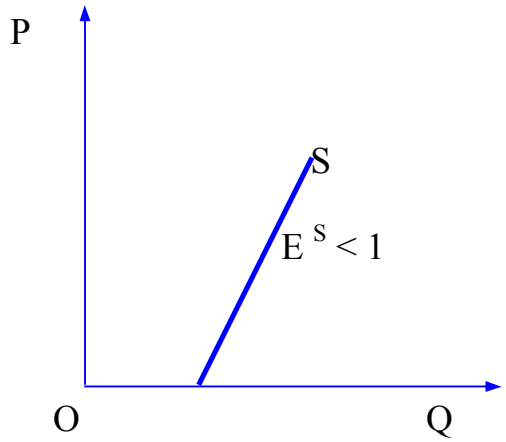


Рис 5

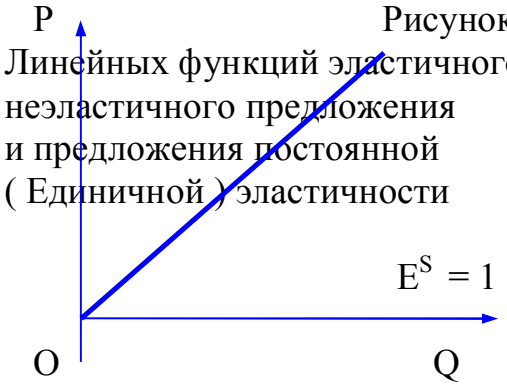


Рисунок 4, 5, 6 – графики Линейных функций эластичного, неэластичного предложения и предложения постоянной (Единичной) эластичности

Рис 6

Вопросы:

1. Как вы понимаете эластичность относительно тех или иных товаров?
2. От чего зависит эластичность?
3. Что показывает коэффициент эластичности спроса по цене?
4. Приведите формулу расчёта коэффициента эластичности спроса по цене?
5. Дайте понятие и график дуговой эластичности?
6. Дайте понятие и график точечной эластичности?
7. Методы расчёта точечной и дуговой эластичности?
8. Понятие и формы перекрёстной эластичности?
9. Метод расчёта перекрёстной эластичности?
10. Метод расчёта эластичности спроса по доходу?
11. Метод расчёта эластичности предложения по цене?

Опорный конспект

Понятие эластичности. Точечная и дуговая эластичности спроса

Различные товары отличаются друг от друга по степени изменения спроса под воздействием того или иного фактора. Степень реакции спроса на эти факторы поддаётся количественному измерению с помощью коэффициента эластичности спроса.

Рассмотрим различные варианты коэффициента эластичности спроса и предложения.

1. Коэффициент эластичности спроса по цене.

Эластичность спроса относительно цены показывает, насколько изменяется объём спроса при изменении цены на 1%. Эластичность спроса по цене определяется как отношение процентного изменения объёма спроса к процентному изменению цены, то есть

E^D_p = % изменения Q / % изменения P,

где E^D_p - коэффициент эластичности по цене, Q – количество товара, на который предъявлен спрос, P. – рыночная цена товара.

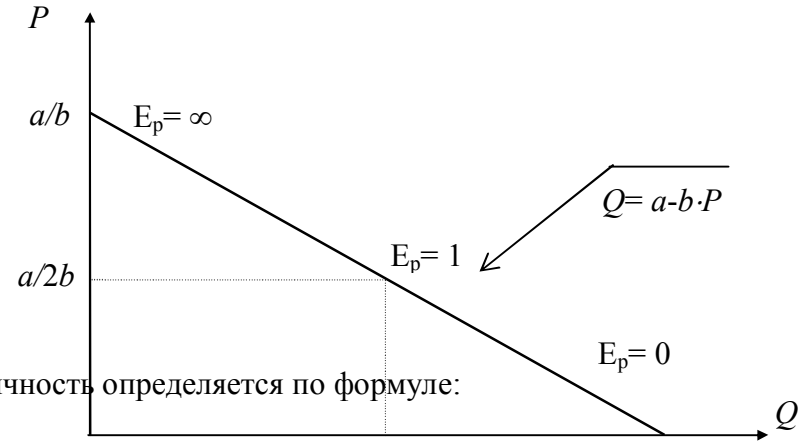
Если $E^D > 1$, спрос называется эластичным, если $E^D = 1$ – то спрос единичный, если $E^D < 1$ – то спрос неэластичен относительно цены товара.

В микроэкономике различают точечную и дуговую эластичность.

Точечная эластичность определяется при помощи проведения касательной к кривой спроса и определяется по формуле:

$E^D_p = [\#Q / Q] / (\#P / P) = - (\#Q / \#P) \times (P / Q)$.

Дуговая эластичность – показывает среднюю реакцию спроса на изменение цены товара, выраженной кривой спроса на некотором отрезке D_1D_2.



Дуговая эластичность определяется по формуле:

$E^D_p = - (\#Q / \#P) \times (P / Q) = - (Q_2 - Q_1) / (P_2 - P_1) \times (P_2 + P_1) / (Q_2 + Q_1)$.

При эластичном спросе ($E^D > 1$, когда падение цены вызывает резкое увеличение спроса) – объём реализации возрастает, при единичной эластичности ($E^D = 1$) – объём продаж не изменяется, при неэластичном спросе ($E^D < 1$) снижение цены вызывает лишь незначительное увеличение количества продаж товара, так что выручка падает.

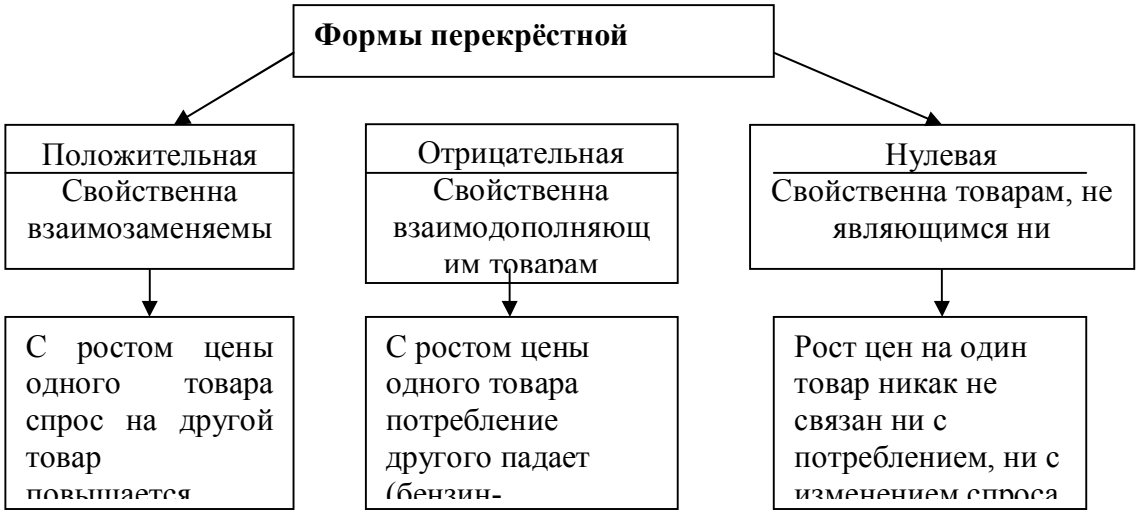
Перекрёстная эластичность и её формы. Эластичность предложения

Так как объём спроса зависит не только от цены данного товара, но также от цен товаров заменителей и дополнителей, то для характеристики данного процесса используется *перекрёстная эластичность спроса по цене*, которая измеряет чувствительность объёма спроса на один товар относительно изменения цены другого.

Существуют следующие формы перекрёстной эластичности.

Перекрёстная эластичность исчисляется отнесением процентного изменения количества одного товара (спрашиваемого - $\#Q_i$) к процентному изменению цены другого товара ($\#Pj$):

$E_p = (\#Q_i / Q_0) / (\#Pj / P_0)$.



Реакция объёма спроса на изменение доходов покупателей определяется *эластичностью спроса по доходу*.

$$E^D_R = \frac{\text{Процентное изменение объёма спроса (Q)}}{\text{Процентное изменение дохода P.}}$$

где E^D_R – коэффициент эластичности спроса по доходу, $_R$ – доход.

Степень изменения объёма предложения в зависимости от изменения цены характеризует *эластичность предложения по цене.* Он рассчитывается как отношение объёма предложения (в %) к росту цен (в %), т.е. по формуле:

$$E^S_P = \frac{\text{Процентное изменение S}}{\text{Процентное изменение P}}$$

где E^S_P – коэффициент эластичности предложения, S – предложение, P – цена.

1**.2. Технология обучения на семинаре**

Количество студентов: 10-15 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	**Семинар по углублению и расширению знаний**
Вопросы для обсуждения на семинаре	1. Рыночное равновесие и его сущность 2.Типы равновесия

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме

Задачи преподавателя: • создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • организовать процесс формирования и изложения своей позиции; • развить навыки коммуникации, работы в группах/парах.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • дать определение понятиям: эластичности спроса по цене и по доходу; • описать факторы влияющие на эластичности спроса; • дать определение эластичности предложения; • описать факторы влияющие на эластичности предложения.
Методы и техники обучения	Обучение сообща, дискуссия, техники:, презентация, блиц-опрос, , «Круглый стол», структурно-логическая схема.

Средства обучения Учебные пособия, доска, мел.

Формы обучения	Индивидуальная, работа в группах/парах.
Условия обучения	Аудитория, предназначенная для занятий в группах, с использованием ТСО

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов

1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Объявляет, что обучение будет проводиться с применением технологии совместной работы в группах. 1.2. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям темы. Предлагает дать определение понятиям: «эластичности спроса и предложения». Задает вопрос: «Что такое эластичность спроса?». Выслушивает 1-2 ответа и объявляет, что дальнейшее обсуждение темы будет проводиться после выполнения задания в группах, в процессе презентации результатов групповой работы. Задает вопрос: «Что такое эластичность предложения?». Объясняет, что каждый получит индивидуальную оценку в соответствии с оценкой результатов работы всей группы, знакомит с правилами работы в группе. Сообщает, что результаты совместной деятельности в группах должны быть представлены на плакатных листах.	1.1. Слушают, записывают 1.2. Отвечают на вопрос.
2 этап. Работа в группах (20 мин.)	2.1. Разделяет обучаемых на 3 группы. Раздает учебное задание. Уточняет, какие учебные результаты должны быть получены. Комментирует показатели и критерии оценки. Разъясняет, какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Объявляет о начале работы в группах.	2.1. Знакомятся с учебными заданиями, показателями и критериями оценки. Выполняют задания.
3 этап. Презентация (45 мин.)	3.1.Организует взаимооценку результатов работы в группах. Комментирует, обобщает знания, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	3.1. Выступают с презентацией совместной работы. Дополняют, оценивают.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4. Подводит итоги работы.	4. Слушают, уточняют.

ТЕСТЫ:

1. Ценовая эластичность спроса будет выше:
А) на товары первой необходимости, чем на предметы роскоши;
Б) в тех случаях, когда потребители используют данный товар с наибольшей пользой для себя;
В) чем больше альтернативные издержки производства товаров;
Г) чем менее необходим товар потребителю;
Д) ни в одном из перечисленных случаев;

2. Сокращение предложения товара ведёт к увеличению:
А) спроса на взаимодополняемый товар;
Б) общий выручки продавца, если спрос на товар является эластичным по цене;
В) общий выручки продавца, если спрос на товар является неэластичным по доходу;
Г) спроса на этот товар;
Д) спроса на взаимозаменяемые товары;

3. По мере того, как цена товара снижается, а величина спроса растет при линейной функции спроса:

А) общая выручка увеличиваются до точки, в которой эластичность равна 1, после чего выручка уменьшается;
Б) эластичность спроса по доходу сокращается;
В) происходит нарушения закона спроса;
Г) стимулируется потребление товаров - заменителей;
Д) коэффициент эластичности не изменяется;

4. Если однопроцентное сокращение цены на товар приводит к двухпроцентному увеличению объёма спроса на него, то этот спрос:
А) неэластичный;
Б) эластичный;
В) единичной эластичности;
Г) абсолютно неэластичный;
Д) абсолютно эластичный;

5. Если цена товара выросла с 1,5 долл. до 2 долл., а объём спроса сократился с 1000 до 900 единиц, то коэффициент ценовой эластичности равен:
А) 3,00;
Б) 2,71;
В) 0,37;
Г) 0,33;
Д) 1,5;

6. Какое из следующих утверждений не относится к характеристике эластичного спроса на товар?
А) Коэффициент ценовой эластичности меньше единицы.
Б) Общая выручка продавца сокращается, если цена растёт.
В) Покупатели относительно чутко реагируют на изменение цены.
Г) Относительное изменение объёма спроса больше, чем относительное изменение цены.
Д) Общая выручка продавца растёт, если цена уменьшается.

7. Какой из следующих утверждений не относится к характеристике неэластичного спроса на товар?
А) Имеется большое число товаров-заменителей
Б) Покупатели расходуют на его покупки незначительную долю своего дохода.
В) Данный товар является для потребителей товаром первой необходимости.
Г) Период времени, в течение которого предъявляется спрос, является очень коротким.
Д) Относительное изменение объёма спроса меньше, чем относительное изменение цены.

8. Если уменьшение цены на 5% приводит к снижению объёма предложение на 8%, то данное предложение:
А) неэластично;
Б) единичной эластичности;
В) эластично;
Г) абсолютно эластично;
Д) абсолютно неэластично;
9. Если предложение товара неэластично, а спрос на него сокращается, то общая выручка продавца:
А) растёт;
Б) сокращается;
В) сокращается в том случае, если спрос является эластичным;
Г) сокращается в том случае, если является неэластичным;
Д) остается неизменной;

10. Эластичность предложения зависит главным образом от:
А) числа товаров-заменителей данного продукта;
Б) периода времени, в течение которого продавцы могут приспособиться к изменениям цен;
В) того, является ли данный товар предметом первой необходимости роскоши;
Г) того, относится ли данный товар к предметам длительного пользование или текущего потребления;
Д) доли дохода потребителя, направляемой на покупку данного товара

11. Коэффициент ценовой эластичности спроса равен:
А) уменьшению цены, деленному на увеличение объёма спроса;
Б) изменению общей выручки (в %), деленному на увеличение объёма спроса (в %);
В) уменьшению общей выручки (в %), деленному на увеличение цены (в %);
Г) изменению объёма спроса (в %), деленному на изменение цены (в %);
Д) ни одному из приведенных показателей;

12. Кривая абсолютно неэластичного спроса представляет собой:
А) вертикальную линию;
Б) горизонтальную линию;
В) кривую линию;
Г) прямую линию с отрицательным наклоном;
Д) кривую линию с положительным наклоном;

13. В случае если, несмотря на изменение цены товара, общая выручка не изменятся, коэффициент ценовой эластичности:
А) больше 1;
Б) меньше 1;
В) равен 0;
Г) равен 1;
Д) равен бесконечности.

14. Неэластичный спрос означает, что:
А) рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса менее, чем на 1%;
Б) рост цены на 1% приводит к сокращению величины спроса более, чем на 1%.
В) любое изменение цены не приводит к изменению общей выручки;
Г) рост цены на 1% не влияет на величину спроса;
Д) ни одно из утверждений не является верным;

15. Если любое количество товара продается по одинаковой цене, то спрос на этот товар является:
А) абсолютно неэластичным;
Б) абсолютно эластичным;
В) эластичным;
Г) неэластичным;
Д) спросом единичной эластичности;

16. Какие из указанных ниже значений коэффициента эластичности по доходу относится к товарам первой необходимости?
А) Меньше 0.
Б) Больше 0, но меньше 1.
В) Больше 1.
Г) 1.
Д) Ни в одно из приведенных значений.

17. Какой из указанных в задании 16 относится к предметам роскоши?

18. Если цена товара неэластичного спроса выросла с 7 долл., до 8 долл. то выручка:
А) сократилась;
Б) выросла;
В) осталось неизменной;
Г) абсолютно неэластична;
Д) абсолютно эластична;

19. Фирма производит и продает два товара А и Б. А имеет много заменителей; Б занимает значительную долю в расходах потребителей. Увеличение цены на каждый товар приведет к:
А) увеличению выручки от продажа товара А и сокращению выручки от продажи товара Б;
Б) увеличению выручки от продажа товара Б;
В) сокращению выручки от продажа товара А и увеличению выручки товара;
Г) сокращению выручки от продажи товара А и товара Б;
Д) тому, что выручка от продажи товара А и товара Б остается неизменной.
20. Ценовая эластичность спроса будет расти с увеличением продолжительности периода, в течение которого предъявляется спрос, так как:
А) доходы потребителей увеличатся;
Б) произойдет сдвиг вправо кривой спроса;
В) вырастёт общей уровень цен;
Г) потребители смогут приобрести товары - заменители;
Д) все ответы верны;

21. Если спрос на сельскохозяйственную продукцию неэластичен, то при хорошем урожае доходы фермеров:
А) вырастут, так как увеличится объём продаваемой продукции;
Б) сократятся, так как относительное снижение цен окажется большим, чем относительное увеличение объёма продаж;
В) вырастут, так как произойдёт увеличение цен на продукцию, вызванное повышением спроса;
Г) остануться неизменными, т.к. относительное увеличение объёма продаж будет равно относительному снижению цен;
Д) не представляется возможным ответить на вопрос.

22. Допустим, что предложение товара Х абсолютно неэластично. Если спрос на этот товар вырастет, то равновесная цена:
А) уменьшается, а равновесное количество вырастет;
Б) и равновесное количество уменьшается;
В) увеличится, а равновесное количество уменьшится;
Г) увеличится, а равновесное количество останется неизменным;
Д) и равновесное количество вырастут;

23. Производитель товара Х снизил цену на свой товар на 5%, в результате чего объём продаж вырос на 4 % спрос на товар Х является:
А) эластичным;
Б) неэластичным;
В) спросом единичной эластичности;
Г) абсолютно эластичным;
Д) не представляется возможным ответить на вопрос;

24. Товар можно отнести к недоброкачественным, если:

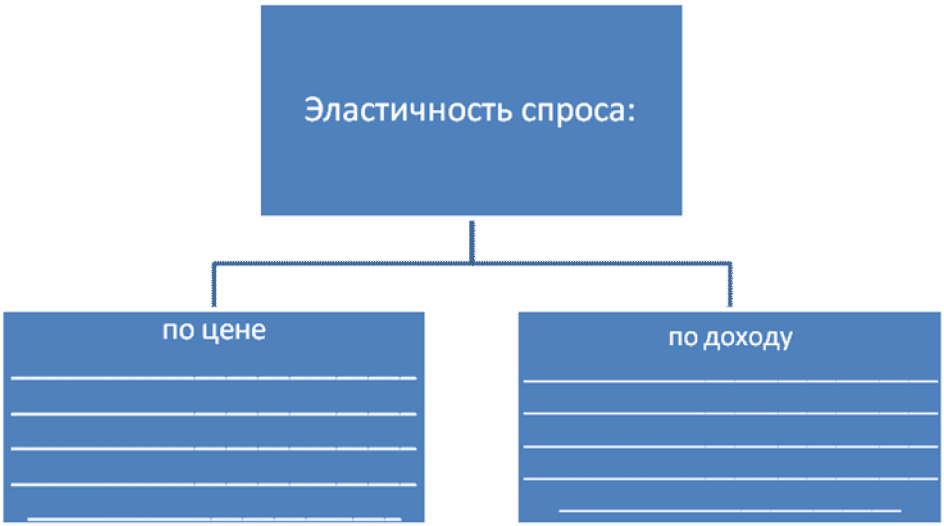
А) эластичность его спроса по доходу равна — 0,5;
Б) ценовая эластичность его спроса равна 1,3;
В) перекрестная эластичность его спроса равна — 0,7;
Г) эластичность его спроса по доходу равна 1,3;
Д) перекрестная эластичность его спроса равна 0,1;

Задачи:

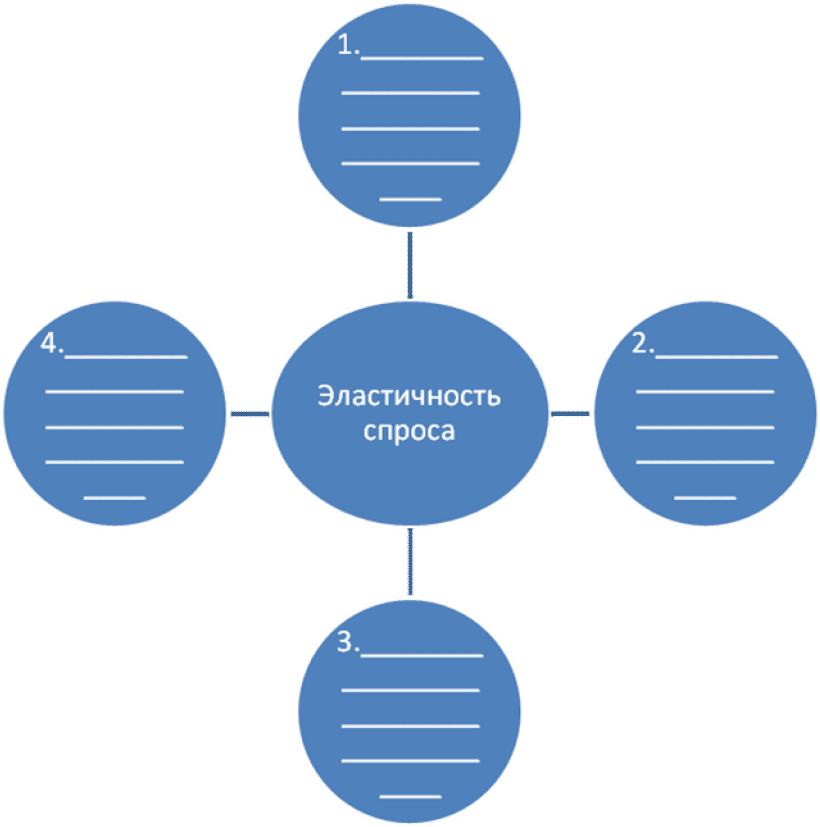
1. Найдите коэффициент прямой эластичности спроса по цене и сделайте вывод о характере спроса и изменении общих расходов, если известно, что при цене 10 руб. объем спроса составил 30 тыс. ед. в месяц, а при 15 руб. – 20 тыс. ед.
2. Дана функция спроса на товар *X:* $Q_{DX} = 10 - P_X + 0{,}2P_Y$. P_X и P_Y - цены товаров *X* и *Y* – изначально были равны: $P_{X0} = 3$, $P_{Y0} = 5$, затем цены изменились: $P_X = 6$, $P_Y = 7$. Определите коэффициент прямой и перекрестной эластиности.

Задания

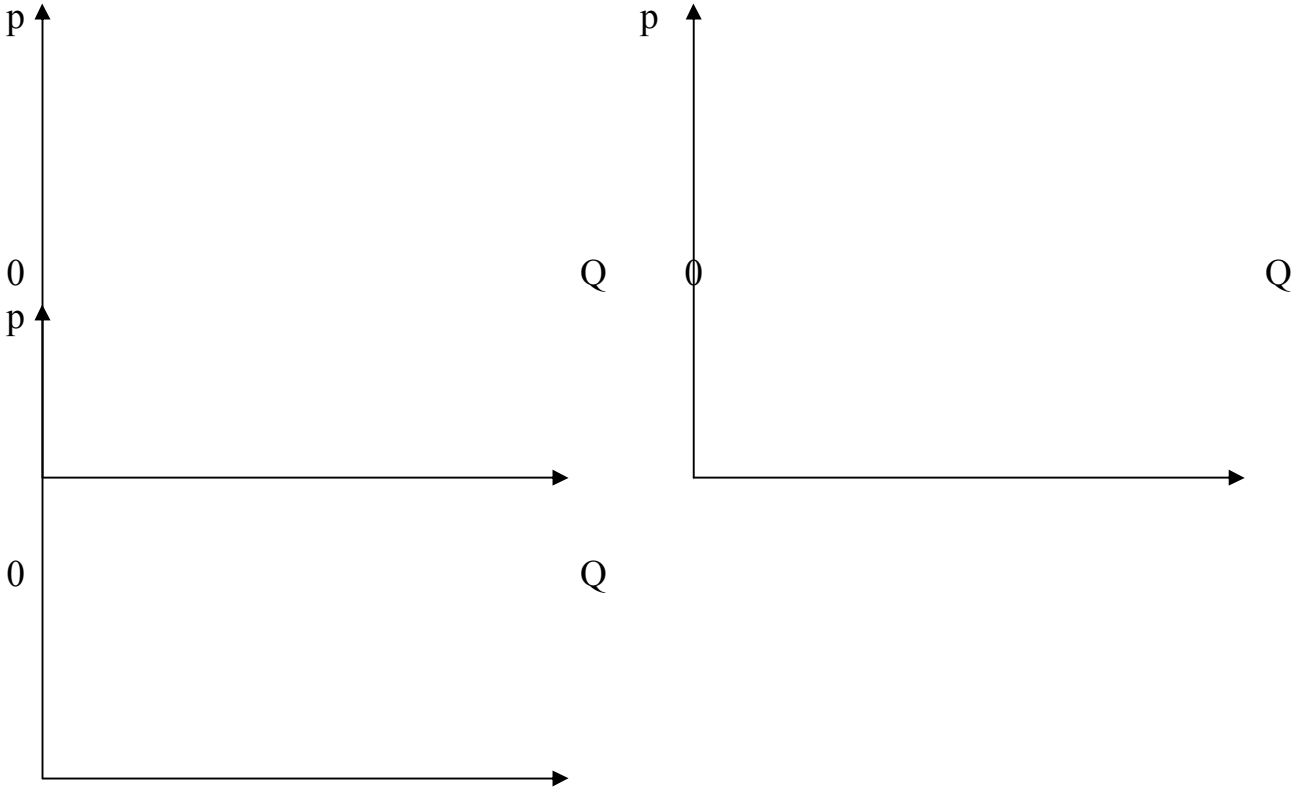
Задание №1: Как изменяется эластичность спроса?



Задание №2: Определите факторы, влияющие на эластичность спроса?



Задание №3: Начертите графики линейных функций эластичности предложения:



Тема 6 Теория потребительского выбора

6.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	Вводно-тематическая лекция – визуализация

План лекции	1. Полезность, предпочтение, спрос. Закон убывающей предельной полезности 2. Кривые безразличия и их свойства. 3. Бюджетная линия. Оптимум потребителей
Цель учебного занятия: раскрыть экономическое содержание теории поведения потребителей, закон убывающей предельной полезности и дать характеристику кривым безразличия.	
Задачи преподавателя: • раскрыть сущность теории потребительского выбора; • рассказать о кривых безразличия и их свойствах. Показать бюджетные ограничения.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • уметь правильно дать характеристику теории потребительского выбора; • уметь правильно дать характеристику кривым безразличия и их свойствам; • дать характеристику кривым Энгеля.
Методы и техники обучения	Лекция – визуализация, техники: блиц-опрос, фокусирующие вопросы, «думай – работай в паре – делись», техника «да - нет».
Средства обучения	Лазерный проектор, визуальные материалы, информационное обеспечение.
Формы обучения	Коллективная, фронтальная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы с ТСО.

Технологическая карта лекции

Этапы, время	**Деятельность**	
		студентов
1 этап. Введение (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1. Слушают
2 этап. Актуализация знаний (20 мин.)	2.1. С целью актуализировать знания студентов задает фокусирующие вопросы: 1. Что такое теория потребительского выбора? 2. На чем основана эта теория? 3. Что такое кривые безразличия? Для ответа на вопросы организует работу в парах. Про водит блиц-опрос. Делает обобщающий вывод. 2.2. Выводит на экран график «Карты безразличия и бюджетной линии», знакомим с содержанием графиков, кратко характеризуем их. Знакомим с рейтингом текущего, промежуточного и итогового контроля. Знакомит со списком основной литературы, требованиями к студентам.	2.1. Отвечают на вопросы. 2.2. Изучают со держание графика №1, высказыва ют суждения о роли и значении товаров. 2.3. Изучают содержание графика №2, записывают требования рейтинг-контроля.
3 этап. Информа-ционный (45 мин.)	3.1. Последовательно излагает материал лекции по вопросам плана, использует визуальные материалы и систему фокусирующих вопросов: По 1 вопросу. Что такое теория потребительского выбора? По 2 вопросу. Какие кривые безразличия? Акцентирует внимание на ключевых моментах темы, предлагает их записать.	3.1. Обсуждают содержание схем и таблиц, визуальные материалы, уточняют, задают вопросы. Записывают главное.

4 этап. Заключи-тельный (10 мин.)	4.1.Задает вопрос: «Дайте характеристику бюджетной линии?». Делает итоговое заключение. 4.2. Дает задание для самостоятельной работы: изучить рыночное равновесие на примере определенной группы товаров на потребительском рынке.	4.1. Отвечают на вопрос. 4.2. Слушают, записывают.

Визуальные материалы

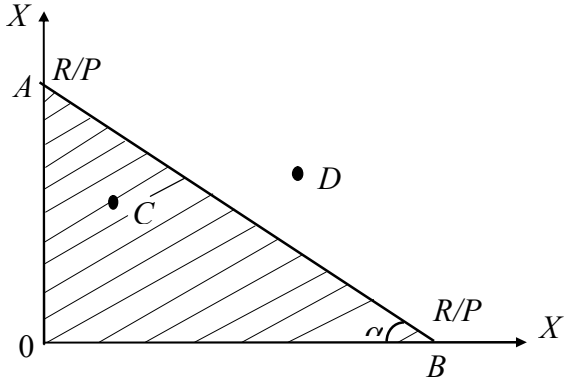


Рис.1. Бюджетная линия.

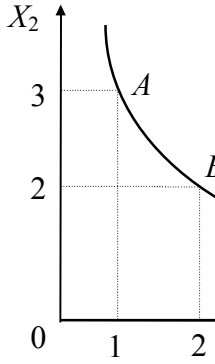


Рис. 2. Кривая безразличия

Вопросы:

1. Понятие бюджетной линии и её график?
2. Что означает движение кривой бюджетных ограничений параллельно вправо или влево?
3. В каких случаях бюджетная линия поменяет угол наклона относительно оси координат?
4. Что означает понятие предельная полезность потребителя?
5. Что означают предельные издержки?
6. Представьте графически ситуацию предельного выигрыша потребителя?
7. Опишите графически кривую безразличия?
8. Какими свойствами обладает кривая безразличия?
9. Что называется кривой «цена-потребление»?
10. Какие факторы влияют на выбор потребителя в условиях рынка?

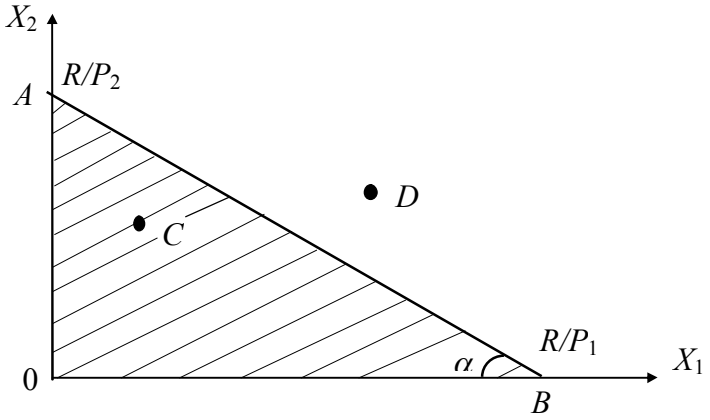
Опорный конспект

Полезность – основа выбора потребителя

Основными агентами на рынке готовой продукции являются домохозяйства и фирмы. Поведение домохозяйств определяет спрос на товары и услуги. Поведение фирм-производителей характеризует предложение товаров и услуг.

Эта проблема представляет не только теоретический, но и практический интерес. Как потребителю сориентироваться среди обилия товаров и услуг, как сделать выбор, при котором полезность была бы максимальной, а затраты – минимальными? Потребители чаще всего ищут ответы на эти вопросы интуитивно, на основе опыта, методом проб и ошибок. Предприниматели расходуют на изучение спроса немало средств, пытаясь понять особенности потребительского выбора и воздействовать на поведение домохозяйств. Что же лежит в основе поведения потребителя? Основными теоретическими подходами, объясняющими поведение потребителя, являются теория предельной полезности и анализ кривых безразличия/.

Представим, что всё многообразие товаров на рынке сведено к двум продуктам. Это не будет большим прегрешением против действительности, поскольку часто в быту вопрос стоит именно так: купить на обед продукты или купить одежду, автомобиль или заплатить за обучение сына.
Если весь доход будет потрачен исключительно на приобретение товара А, то на вертикальной оси мы получим точку, показывающую, сколько единиц этого товара можно будет потребить. Это количество товаров определяется, с одной стороны, доходом потребителя и, с другой стороны, ценой товара А. Если весь доход будет потрачен на приобретение товара В, количество единиц товара В (в зависимости от его цены) будет отображено соответствующей точкой на горизонтальной оси. Соединив эти две точки, мы получим бюджетную линию, или линию



бюджетного ограничения.
Рис.1. Бюджетная линия.

Бюджетная линия – есть совокупность точек, каждая из которых показывает некоторую комбинацию из двух товаров А и В, которых можно приобрести полностью израсходовав весь доход. Все точки слева от бюджетной линии характеризуют возможные выборы для потребителя. Однако, при этом его бюджет не будет использован целиком. Точки, находящиеся справа от бюджетной линии, находятся вне бюджетных возможностей данного потребителя. Соответствующие этим точкам рыночные решения не могут быть приняты.
Совокупность точек слева от бюджетной линии и всех точек, принадлежащих самой бюджетной линии, характеризует область допустимых значений потребительского выбора при данном уровне дохода и заданных ценах, или поле выбора. Поле выбора может менять свою форму и размеры в зависимости от размеров дохода, цены товара А и цены товара В. При изменении одного только дохода бюджетная линия будет перемещаться параллельно вправо, если доход растёт, и влево, если величина дохода падает.
Если же цена товара А растёт, а цена товара В неизменна и доход остался прежним, то бюджетная линия изменит угол своего наклона. При прежнем бюджете покупатель сможет купить меньше подорожавшего товара А. Следовательно, бюджетная кривая пересечёт горизонтальную ось в прежней точке (цена товара В не менялась), а вертикальную ось – на более низком уровне. Бюджетная линия несколько опустится вниз, а поле возможностей потребителя сократится.
В микроэкономике существует понятие предельной полезности выбора потребителя. *Предельная полезность* это есть полезность от потребления дополнительной единицы продукта или услуги (MU). Сумма предельный полезностей есть совокупная полезность данного количества одноимённого товара (TU).
Рациональный покупатель обязательно сопоставит свой выигрыш (предельную полезность) с предельными издержками.

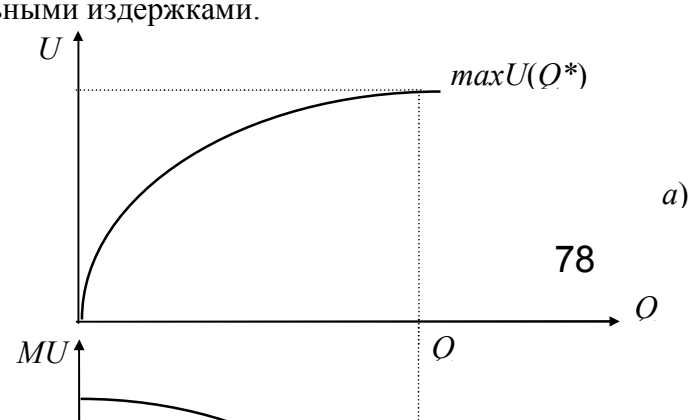


Рис. 2 . График изменения совокупной и предельной полезности

Предельными издержками потребителя будут затраты на приобретение дополнительной единицы товара. При совершенной конкуренции предельные издержки равны цене этого товара. Покупка и потребление очередной единицы одноимённого товара имеет смысл только в том случае, если предельная полезность будет больше, чем предельные издержки. Положительная разница между предельной полезностью и предельными издержками (ценой товара) составляет предельный выигрыш потребителя. Этот показатель означает, что потребитель оценивает данную единицу товара выше уровня рыночной цены.

Кривые безразличия и их свойства

Кривые безразличия – это геометрическое место точек, каждая из которых соответствует комбинации товаров X и Y, приносящих одну и тужу совокупную полезность потребителю. Другими Словами, потребитель безразличен по отношению к точкам A, B, C и т.д., лежащим на кривой, поскольку в результате потребления любой из соответствующих этим точкам комбинаций двух товаров он получит равнозначную полезность.

Потребители имеют возможность выбирать между комбинациями доступных им товаров и услуг. В данном случае потребитель имеет три возможности: предпочесть товар А товару В, или предпочесть товар В товару С. Если потребитель предпочитает благо А благу В, а благо В – благу С, то при выборе между А и С он всегда предпочтёт А.

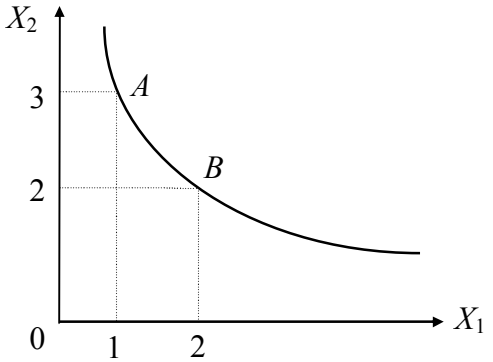


Рис. 3. Кривая безразличия

Кривые безразличия обладают следующими свойствами:

1. Кривых безразличия на каждой карте может быть бесконечно много;
2. Кривые, расположенные дальше от начала координат, соответствуют более высоким уровням совокупной полезности.
3. Кривые безразличия, принадлежащие одной карте предпочтений, никогда не пересекаются, так как каждая из них показывает только один уровень полезности, отличный от других;

4. Кривые выгнуты в сторону начала координат.

Кривые безразличия и иные кривые.

На основе кривых безразличия и бюджетных ограничений можно вывести обычную *кривую спроса.* На рис. 4 изображено, как поворачивается бюджетная линия, меняя свой наклон, в результате понижения цены товара X с $P_{.1}$ до $P_{.4}$. Каждая из соответствующих бюджетных линий (B_1, B_2, B_3, B_4) касается особенной кривой безразличия (I_1, I_2, I_3, I_4). В каждом случае рациональный выбор потребителя представлен иным набором товаров X и Y.

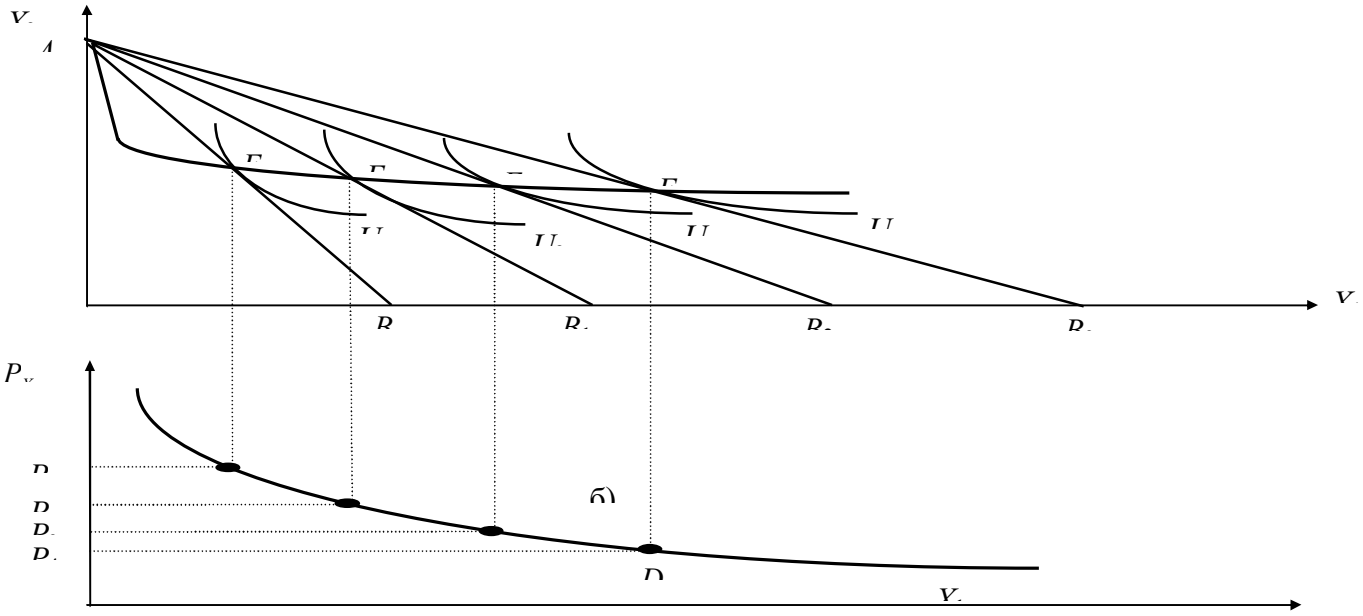


Рис.4. Кривая цена-потребление (а) и кривая спроса (б)

Пусть зафиксированные уровни цены товара X равны $P_{.1}$, $P_{.2}$, $P_{.3}$, $P_{.4}$. Кривая спроса представлена эластичной кривой спроса ДД. Отметим оптимальные количества потребления товара X для каждого из указанных уровней цены. Соотнеся эти объёмы спроса с ценами на товар X, получим четыре точки на нижнем графическом поле. Эти точки принадлежат кривой спроса на товар X.

Таким образом, оба указанных на рис. 4 графика взаимосвязаны и по-разному освещают изменение цен на товар и соответствующее изменение характера потребления.

Кривая «цена-потребление». Мы убедились, что при изменении цены одного из двух товаров меняется поведение потребителя. Этот процесс может быть проиллюстрирован при помощи так называемой кривой «цена-потребление».

На рис. 4 изображены кривые безразличия I_1, I_2, I_3, I_4. Также отмечены повороты бюджетной линии в соответствии с изменением цены товара X. Каждая бюджетная линия имеет свою собственную точку касания с определённой кривой безразличия I. Это точки A, B, C, Д. Каждая точка касания характеризует оптимальный выбор потребителя, наиболее рациональную комбинацию двух товаров, которая при данном уровне дохода и при данном уровне товарных цен максимизирует полезность потребителя. Соединив точки рационального выбора A, B, C, Д получим кривую, называемую кривой «цена-потребление».

1**.2. Технология обучения на семинаре**

Количество студентов: 10-15 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	**Семинар по углублению и расширению знаний**

Вопросы для обсуждения на семинаре	1. Полезность, предпочтение, спрос. Закон убывающей предельной полезности 2. Кривые безразличия и их свойства. 3. Бюджетная линия. Оптимум потребителей

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме

Задачи преподавателя: • создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • организовать процесс формирования и изложения своей позиции; • развить навыки коммуникации, работы в группах/парах.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • дать определение понятиям: полезность, предпочтение, спрос; • описать кривую безразличия и их свойства; • показать бюджетную линию; • показать оптимум потребителей.
Методы и техники обучения	Обучение сообща, дискуссия, техники:, презентация, блиц-опрос, экономическое эссе, «Круглый стол», структурно-логическая схема.
Средства обучения	Учебные пособия, доска, мел.
Формы обучения	Индивидуальная, работа в группах/парах.
Условия обучения	Аудитория, предназначенная для занятий в группах, с использованием ТСО

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов
1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Объявляет, что обучение будет проводиться с применением технологии совместной работы в группах. 1.2. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям темы. Предлагает дать определение понятиям: «теория потребительского выбора». Задает вопрос: «Что такое полезность?». Выслушивает 1-2 ответа и объявляет, что дальнейшее обсуждение темы будет проводиться после выполнения задания в группах, в процессе презентации результатов групповой работы. Задает вопрос: «Что такое оптимум потребителей?». Объясняет, что каждый получит индивидуальную оценку в соответствии с оценкой результатов работы всей группы, знакомит с правилами работы в группе. Сообщает, что результаты совместной деятельности в группах должны быть представлены на плакатных листах.	1.1. Слушают, записывают 1.2. Отвечают на вопрос.

2 этап. Работа в группах (20 мин.)	2.1. Разделяет обучаемых на 3 группы. Раздает учебное задание. Уточняет, какие учебные результаты должны быть получены. Комментирует показатели и критерии оценки. Разъясняет, какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Объявляет о начале работы в группах.	2.1. Знакомятся с учебными заданиями, показателями и критериями оценки. Выполняют задания.
3 этап. Презентация (45 мин.)	3.1.Организует взаимооценку результатов работы в группах. Комментирует, обобщает знания, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	3.1. Выступают с презентацией совместной работы. Дополняют, оценивают.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4. Подводит итоги работы.	4. Слушают, уточняют.

Тесты

1. Среди следующих утверждений одно является неправильным. Укажите на него:
А) каждая точка на кривой безразличия означает разную комбинацию двух товаров;
Б) каждая точка на бюджетной линии означает различную комбинацию двух товаров;
В) все точки на кривой безразличия означают одинаковый уровень удовлетворения потребностей;
Г) все точки на кривой безразличия означают одинаковый уровень денежного дохода.
2. Закон убывающей предельной полезности означает что:
А) отношение предельных полезностей к ценам на предметы роскоши меньше чем на товары первой необходимости;
Б) полезность, приносимая каждой последующей единицей товара, убывает по мере увеличения количества приобретаемых товаров;
В) отношение предельных полезностей к ценам одинаково для всех товаров;
Г) полезность приобретаемых товаров убывает по мере увеличения дохода потребителя.
3. Общая полезность растет, когда предельная полезность:
А) уменьшается;
Б) увеличивается;
В) увеличивается в медленном темпе;
Г) увеличивается или уменьшается, но является величиной положительной.
4. Потребительское равновесие на карте безразличия – это:
А) любое пересечение бюджетной линии и кривой безразличия;
Б) любая точка на самой высокой из кривых безразличия;
В) та точка, в которой наклон бюджетной линии равен наклону касательной к ней кривой безразличия;
Г) Любая точка, расположенная на бюджетной линии.
5.Теория потребительского поведения предполагает, что потребитель стремится максимизировать:
А) разницу между общей и предельной полезностью;
Б) общую полезность;
В) среднюю полезность;
Г) предельную полезность.

Задачи

1. Потребитель Иванов тратит 20 руб. в день на апельсины и яблоки. Предельная полезность яблок для него равна 20-3x, где x – количество яблок, шт. Предельная полезность апельсина равна 40-5y, где y – количество апельсинов, шт. Цена одного яблока составляет 1 руб., одного апельсина – 5 руб. Какое количество яблок и апельсинов купит рациональный потребитель?

2. Предельная полезность масла для Иванова зависит от его количества:
$MU_M = 40 - 5Q$, где Q_M – количество масла, кг; MU_M - предельная полезность хлеба. Предельная полезность хлеба равна: $MU_X = 20 - 3Q_X$, где Q_X – количество батонов хлеба; MU_X – предельная полезность хлеба.

Цена килограмма масла равна - 50 руб., цена батона хлеба равна – 10 руб. Общий доход Иванова составляет 2000 руб. в неделю.

Какое количество хлеба и масла потребляет Иванов?

3. Известна функция полезности потребителя Андреева: $U = Q_A Q_B$; его бюджет – 36 ден. ед. Из всего множества доступных Андрееву при сложившихся ценах наборов благ известны два: $Q_A = 6;\ Q_B = 2$ и $Q_A = 3;\ Q_B = 4$.

Как он должен использовать свой бюджет, чтобы получить максимум полезности?

Задания

Задание №1: Дайте характеристику закону убывающей предельной полезности?

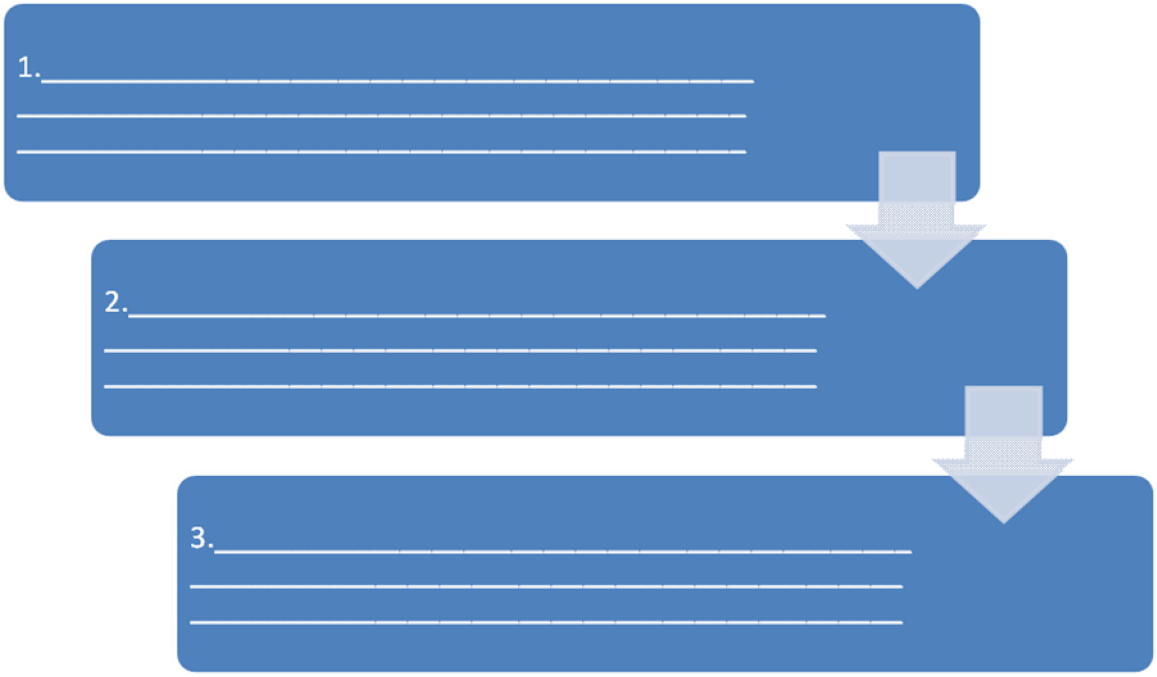
Закон убывающей предельной полезности гласит -

_____

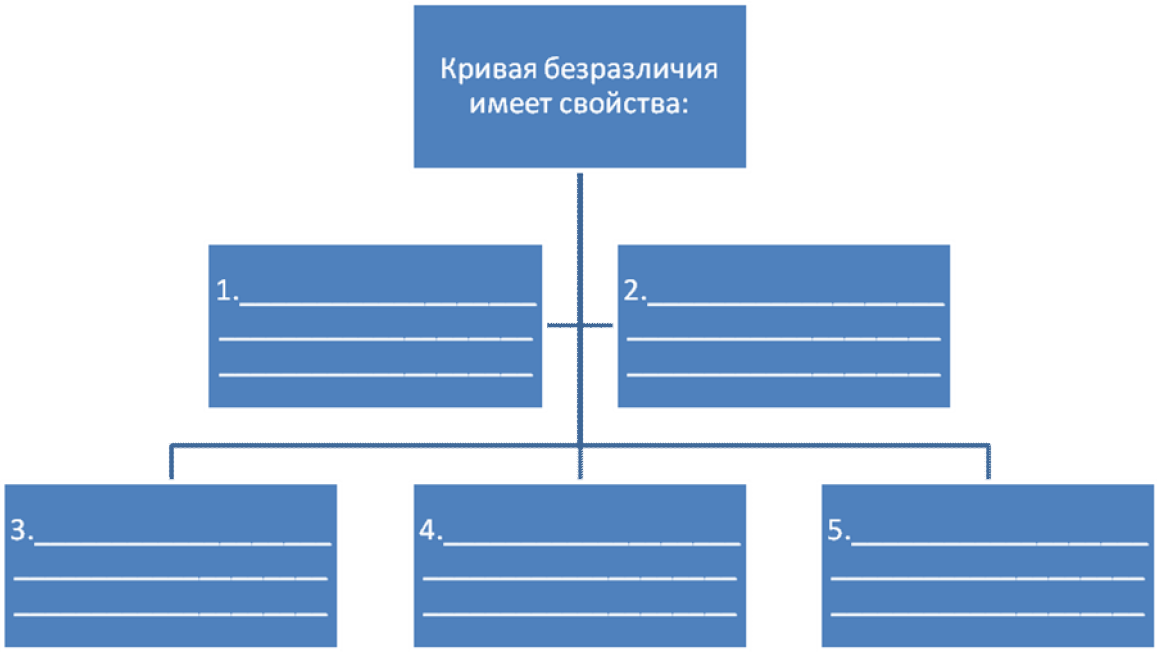
_____

_____

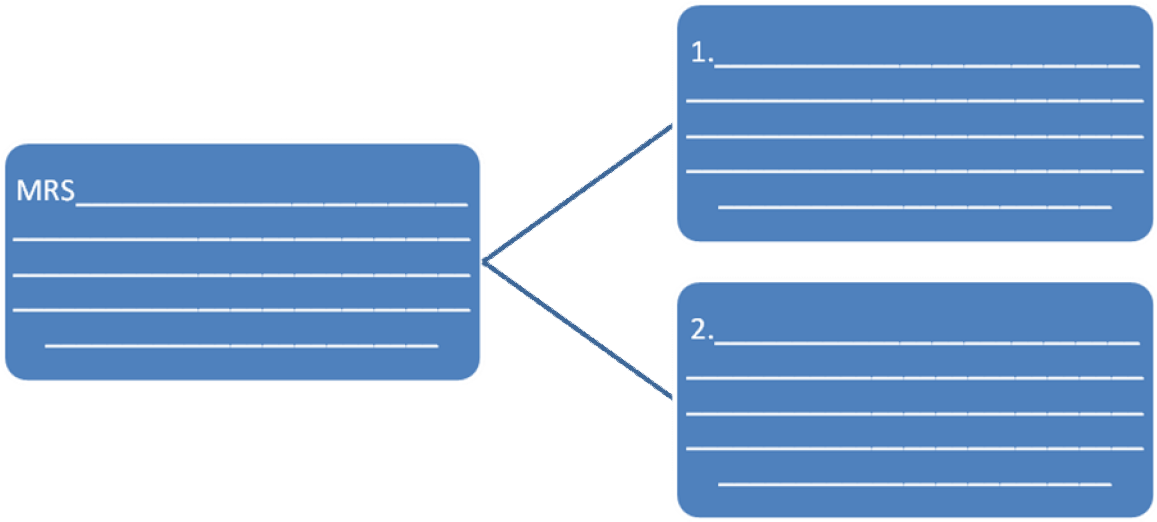
Его характеристика:



Задание №2: Дайте характеристику кривой безразличия?



Задание №3: Что показывает предельная норма замещения (MRS)?



Тема №7: Эффект дохода и эффект замещения

7.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	Вводно-тематическая лекция – визуализация
План лекции	1. Эффект дохода. 2. Эффект замещения.
Цель учебного занятия: раскрыть сущность эффекта дохода и эффекта замещения, выяснить эти категории по версиям Дж. Хиксу и Е.Е. Слуцкому.	
Задачи преподавателя: • раскрыть сущность поведения потребителя на изменение цены товара; • рассказать о Эффекте дохода и эффекта замещения.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • уметь правильно дать характеристику поведения потребителя на изменение цены товара; • уметь правильно дать характеристику эффекта дохода и эффекта замещения;
Методы и техники обучения	Активизация и интенсификация деятельности обучающихся, техники: блиц-опрос, фокусирующие вопросы, мозговой штурм.
Средства обучения	Лазерный проектор, визуальные материалы, информационное обеспечение.
Формы обучения	Коллективная, фронтальная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы с ТСО.

Технологическая карта лекции

Этапы, время	**Деятельность**	
		студентов
1 этап. Введение (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1. Слушают

2 этап. Актуализация знаний (20 мин.)	2.1. С целью актуализировать знания студентов задает фокусирующие вопросы: 1. Как меняется поведение потребителя при изменении цены товара? 2. На чем основан эффект дохода? 3. На чем основан эффект замещения? Для ответа на вопросы организует работу в парах. Проводит блиц-опрос. Делает обобщающий вывод. 2.2. Выводит на экран график «График эффекта дохода и эффекта замещения», знакомим с содержанием графиков, кратко характеризуем их. Знакомим с рейтингом текущего, промежуточного и итогового контроля. Знакомит со списком основной литературы, требованиями к студентам.	2.1. Отвечают на вопросы. 2.2. Изучают содержание графика №1, высказывают суждения о роли и значении товаров. 2.3. Изучают содержание графиков, записывают требования рейтинг-контроля.
3 этап. Информационный (45 мин.)	3.1. Последовательно излагает материал лекции по вопросам плана, использует визуальные материалы и систему фокусирующих вопросов: По 1 вопросу. Что такое эффект дохода? По 2 вопросу. Что такое эффект замещения? Акцентирует внимание на ключевых моментах темы, предлагает их записать.	3.1. Обсуждают содержание схем и таблиц, визуальные материалы, уточняют, задают вопросы. Записывают главное.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4.1.Задает вопрос: «Дайте характеристику поведения потребителей при изменении цен?». Делает итоговое заключение. 4.2. Дает задание для самостоятельной работы: изучить поведение потребителей при изменении цены на примере собственной семьи.	4.1. Отвечают на вопрос. 4.2. Слушают, записывают.

Вопросы:

1. Что такое эффект дохода?
2. Графическое описание эффекта дохода?
3. Что влияет на рост показателя эффект дохода?
4. Понятие эффекта замещения?
5. В каких экономических ситуациях проявляется эффект замещения?
6. Графическое описание эффекта замещения?
7. Какие товары являются товарами-субститутами?
8. Какие товары считаются комплементарными благами?
9. В чём состоит парадокс Гиффена?
10. Какой из эффектов проявляется больше, почему?

Опорный конспект

Эффект дохода при выборе потребителя

По мере продвижения вправо по оси X, т.е. по мере увеличения потребления одноимённого продукта в заданное время, мы всё меньше ценим данный продукт, а при его изобилии и доступности (например, вода) вообще не ценим, не бережём и не собираемся платить за приобретение ещё одной дополнительной единицы продукта. Поэтому кривая спроса будет всё больше склоняться к оси X.

Вместе с тем, если продукт является редким и в силу этого его потребление сильно ограничено (бриллиант, иномарки последнего поколения и т.п.), люди склонны, очень высоко оценивать

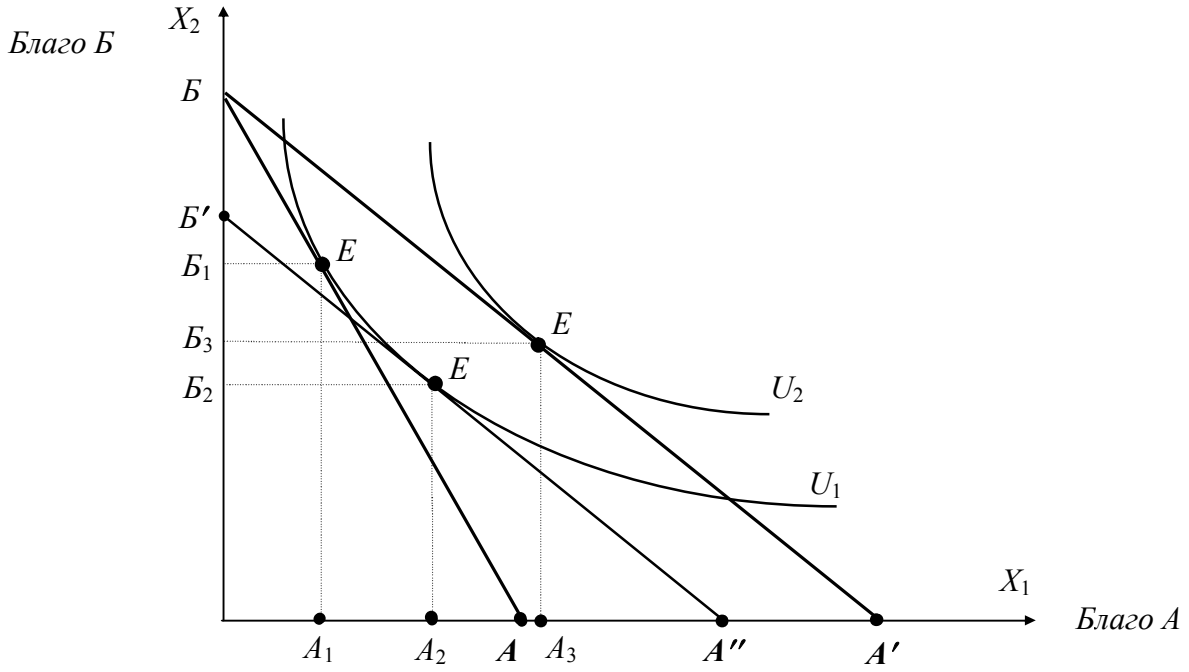
полезность такого продукта т готовы платить большие деньги за приобретение единицы этого товара.

В связи с этим рассмотрим эффект дохода и эффект замещения в потребительском поведении.

Изменения цен неоднозначно влияют на поведение домохозяйств как потребителей. Экономисты различают два следствия от ценовых изменений, известных как эффект дохода и эффект замещения.

Эффект дохода. При прочих равных условиях понижение цены товара X ведёт к росту благосостояния домохозяйств-потребителей. Понижение цены равнозначно увеличению дохода, который можно истратить на приобретение большего, чем ранее, количества товара X, равно как и любого другого товара или услуги. При этом произойдёт перемещение вниз по кривой спроса на товар X и параллельный сдвиг вправо кривой спроса на другие товары (например, на товар У).

Рис. 1. Эффект дохода для нормальных товаров.



Эффект дохода от понижения цены товара X состоит в увеличении потребления товара X в связи с ростом благосостояния. Это равнозначно повышению реального дохода, т.е. бюджетная линия передвигается параллельно вправо.

Теперь определим, каким *должен был бы быть денежный доход* потребителя, чтобы при изменившемся соотношении цен обеспечить ему прежний уровень удовлетворения. Для этого проведем вспомогательную бюджетную прямую $K'L'$, параллельную линии KL_1 (т.е. отражающую новое соотношение цен), так, чтобы она касалась кривой безразличия U_1U_1 (т.е. обеспечивала бы прежний уровень удовлетворения). Отметим точку касания E_3 и соответствующий объем потребления товара X_3-

Заметим, что при переходе от первоначального к дополнительному (расчетному) оптимуму (от E_1 к E_3) реальный доход потребителя не меняется, он остается на прежней кривой безразличия U_1U_1. Значит, сдвиг от E_1 к E_3 и характеризует *эффект замены* товара *Y* относительно подешевевшим товаром *X*. Он равен разности $X_3 \approx X_1$. Следовательно, *эффект дохода* составит $X_2 \approx X_3$- Заметим также, что в результате действия эффекта дохода потребление обоих товаров в точке E_2 выше, чем в точке E_3.

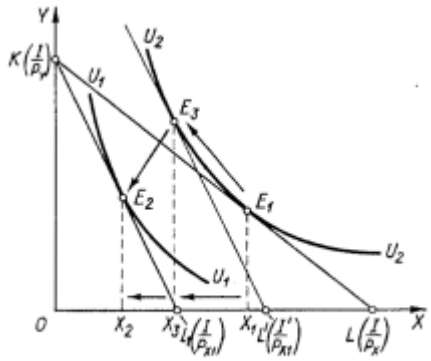


Рис. 3.17. Эффект замены и эффект дохода по Хиксу. Цена X повышается.

Такое же разложение общего эффекта может быть выполнено и для случая, когда цена товара X повышается (рис. 3.17). Здесь результатом повышения цены является перемещение оптимального положения потребителя на более низкую кривую безразличия U_1U_1. Общий эффект повышения цены товара X сводится к снижению его потребления с X_1 до X_2. При этом *эффект замены* составит $X_1 \approx X_3$, *эффект дохода* $\approx X_3 - X_2$. Заметим, что в обоих случаях эффект замены характеризуется движением вдоль одной и той же кривой безразличия, а эффект дохода ≈ переходом с одной кривой на другую.

Эффект замены всегда отрицательный. Снижение цены одного товара побуждает потребителя увеличивать его потребление, сокращая потребление другого товара (или группы товаров). Повышение цены побуждает его к замещению этого товара другими, относительно подешевевшими.

Эффект замещения

Эффект замещения. При падении цены товара Х он становится относительно дешевле прочих, а потому более привлекательным для потребителей. В результате может принципиально измениться структура потребления домохозяйства, а именно увеличиться потребление товара Х за счёт сокращения потребления других товаров, в первую очередь товаров-заменителей. Это явление получило название эффекта замещения. Графически его можно продемонстрировать в виде параллельного смещения кривой спроса на товар У влево. Например, если цена на сливочное масло понижается, люди отдадут предпочтение маслу и будут меньше покупать маргарина, независимо от его цены. При этом кривая спроса на маргарин переместится параллельно влево.

Парадокс Гиффена.. Эффект дохода и эффект замещения имеют место только в случае нормального товара. Но, если речь идёт о товаре низшего класса, то при повышении его цены люди всё равно будут потреблять данный товар, так как товар высшего порядка станет им не по карману.

Теоретически невозможно предсказать, какой из двух эффектов будет больше. Здравый смысл и экономическая жизнь подсказывают, что эффект замещения должен быть больше и в конечном итоге повышение цены товара вызовет сокращение его потребления.

1**.2. Технология обучения на семинаре**

Количество студентов: 10-15 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	**Семинар по углублению и расширению знаний**
Вопросы для обсуждения на семинаре	1. Эффект дохода. 2. Эффект замещения

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме

Задачи преподавателя: • создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • организовать процесс формирования и изложения своей позиции; • развить навыки коммуникации, работы в группах/парах.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • дать определение понятиям: полезность, предпочтение, спрос; • описать эффект дохода и эффект замещения;
Методы и техники обучения	Обучение сообща, дискуссия, техники:, презентация, блиц-опрос, экономическое эссе, «Круглый стол», структурно-логическая схема.
Средства обучения	Учебные пособия, доска, мел.
Формы обучения	Индивидуальная, работа в группах/парах.
Условия обучения	Аудитория, предназначенная для занятий в группах, с использованием ТСО

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов
1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Объявляет, что обучение будет проводиться с применением технологии совместной работы в группах. 1.2. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям темы. Предлагает дать определение понятиям: «теория потребительского выбора». Задает вопрос: «Что такое эффект дохода?». Выслушивает 1-2 ответа и объявляет, что дальнейшее обсуждение темы будет проводиться после выполнения задания в группах, в процессе презентации результатов групповой работы. Задает вопрос: «Что такое эффект замещения?». Объясняет, что каждый получит индивидуальную оценку в соответствии с оценкой результатов работы всей группы, знакомит с правилами работы в группе. Сообщает, что результаты совместной деятельности в группах должны быть представлены на плакатных листах.	1.1. Слушают, записывают 1.2. Отвечают на вопрос.
2 этап. Работа в группах (20 мин.)	2.1. Разделяет обучаемых на 3 группы. Раздает учебное задание. Уточняет, какие учебные результаты должны быть получены. Комментирует показатели и критерии оценки. Разъясняет, какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Объявляет о начале работы в группах.	2.1. Знакомятся с учебными заданиями, показателями и критериями оценки. Выполняют задания.

3 этап. Презентация (45 мин.)	3.1.Организует взаимооценку результатов работы в группах. Комментирует, обобщает знания, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	3.1. Дополняют, оценивают.
4 этап. Заключи-тельный (10 мин.)	4. Подводит итоги работы.	4. Слушают, уточняют.

Тесты

1. Оптимальное правило покупки состоит в следующим:
А) цена товара соответствует его общей полезности;
Б) предельная полезность товара соответствует его цене;
В) наивысшая цена должна быть меньше предельной полезности товара;
Г) такого не существует, каждый руководствуется собственными представлениями.
2. Когда цена товара увеличивается, эффект замещения означает:
А) снижение потребления донного товара, и увеличение потребления других товаров;
Б) повышение потребления данного товара и снижение потребления других товаров;
В) снижение потребление данного товара и других товаров;
Г) снижение потребления данного товара и никаких изменений в потреблении других товаров.
3. Какой из следующих товаров покажет наибольший эффект дохода:
А) алкогольные напитки;
Б) холодильники;
В) бензин;
Г) жильё.
4. Какой из следующих товаров покажет наименьший эффект дохода:
А) соль;
Б) мясо;
В) картофель;
Г) клубника.
5.Эффект дохода показывает что:
А) если доходы людей падают, они покупают меньше данного продукта;
Б) удешевление товара приводит к тому, что потребитель может купить его больше, не сокращая объема приобретения других товаров;
В) объем покупок некоторых товаров сокращается по мере увеличения доходов людей;
Г) по мере того как доходы людей растут они сберегают увеличивающуюся часть доходов.
6. Эффект замены – это рост спроса на товар, вызванный:
А) изменением общего уровня цен на все товары;

Б) изменением во вкусах потребителя, предпочитающего покупать товары – заменители;
В) изменением в реальном доходе, обусловленным снижением цен на приобретаемые товары;
Г) предложением новых заменителей товара.

Задачи

1. Функция полезности потребителя Петрова описывается формулой $U = XY/2$, где X – объем потребления бананов; Y – объем потребления пепси-колы. Цена 1 кг бананов 30 руб., 1 л пепси-колы – 20 руб. Летом потребитель тратил на эти товары 200 руб. в неделю. Зимой цена бананов поднялась до 50 руб. за 1 кг, цена пепси-колы не изменилась. Определите:

А) объем оптимального потребления бананов и пепси-колы летом;

Б) величину расходов, необходимую зимой для достижения того же уровня полезности, что и летом;

В) количественное значение эффекта дохода и эффекта замещения.

2. Функция полезности потребителя Сидорова $U = 2XY$, где X – количество покупаемых им видеокассет; Y – количество покупаемых аудиокассет. Его ежемесячные расходы на приобретение этих товаров составляют 500 руб. Цена видеокассеты – 150 руб., аудиокассет – 50 руб.

- Определите оптимальный объем ежемесячных закупок видео- и аудиокассет.
- Как изменится спрос на эти товары, если цена видеокассет возрастает до 200 руб.?
- Определите эффект дохода и эффект замещения.

3. Потребитель Кузнецов составил для себя таблицу полезности трех благ. Имея 234 руб., он купил 3 кг хлеба по цене 10 руб. за 1 кг, 4л молока по цене 16 руб. за 1 л и 2 кг сахара по цене 20 руб. за 1 кг.

Количество единиц блага	Предельная полезность благ, ютилы			
	Хлеб	Молоко	Сахар	…
1	15	12	10	…
2	10	11	8	…
3	8	10	6	…
4	7	8	3	…
5	5	6	1	…
…	…	…	…	…

- Докажите, что потребитель не достиг максимума полезности при своем бюджете.
- Какой набор благ обеспечивает Кузнецову максимум полезности при его бюджете?

Задания

Задание №1: Что показывает эффект дохода?

Задание №2: Что показывает эффект замещения?

Тема №8: Рынок и риск

8.1. Технология обучения на лекции

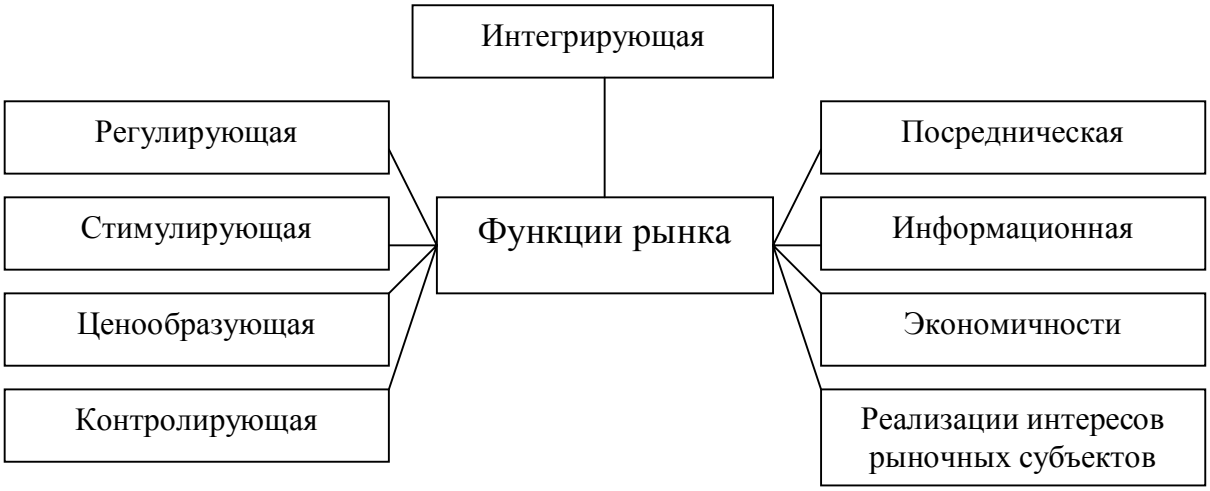
Количество студентов: 10-30 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	Вводно-тематическая лекция – визуализация
План лекции	1. Рынок её сущность и функции. 2. Неопределенность и риск.
Цель учебного занятия: раскрыть сущность рынка, её роли и функциям в условиях рыночной экономики, показать сущность неопределенности и риска.	
Задачи преподавателя: • раскрыть сущность рынка и её функций; • рассказать об неопределенности и риске; • показать методы измерения риска.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • уметь правильно дать характеристику рынка и её функций; • уметь правильно дать характеристику неопределенности и методам измерения риска.
Методы и техники обучения	Гуманизация и демократизация педагогических отношений, техники: блиц-опрос, фокусирующие вопросы, «думай – работай в паре – делись», техника «да - нет».
Средства обучения	Лазерный проектор, визуальные материалы, информационное обеспечение.
Формы обучения	Коллективная, фронтальная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы с ТСО.

Технологическая карта лекции

Этапы, время	**Деятельность**	
		студентов
1 этап. Введение (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1. Слушают
2 этап. Актуализация знаний (20 мин.)	2.1. С целью актуализировать знания студентов задает фокусирующие вопросы: 1. Что из себя представляет рынок? 2. Какие функции рынка вы знаете? 3. Чем отличается неопределенность от риска? Для ответа на вопросы организует работу в парах. Проводит опрос. Делает обобщающий вывод. 2.2. Выводит на экран схему «Функции рынка», знакомим с содержанием схемы, кратко характеризуем их. Знакомим с рейтингом текущего, промежуточного и итогового контроля. Знакомит со списком основной литературы, требованиями к студентам.	2.1. Отвечают на вопросы. 2.2. Изучают содержание графика №1, высказывают суждения о роли и значении товаров. 2.3. Изучают содержание схемы, записывают требования рейтинг-контроля.

3 этап. Информационный (45 мин.)	3.1. Последовательно излагает материал лекции по вопросам плана, использует визуальные материалы и систему фокусирующих вопросов: По 1 вопросу. Что такое рынок? По 2 вопросу. Что такое неопределенность и риск? Акцентирует внимание на ключевых моментах темы, предлагает их записать.	3.1. Обсуждают содержание схем и таблиц, визуальные материалы, уточняют, задают вопросы. Записывают главное.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4.1.Задает вопрос: «Дайте характеристику методам измерения риска?». Делает итоговое заключение. 4.2. Дает задание для самостоятельной работы: изучить поведение потребителей на рынке и выделения групп потребителей по риску на примере собственной группы.	4.1. Отвечают на вопрос. 4.2. Слушают, записывают.

Визуальные материалы:



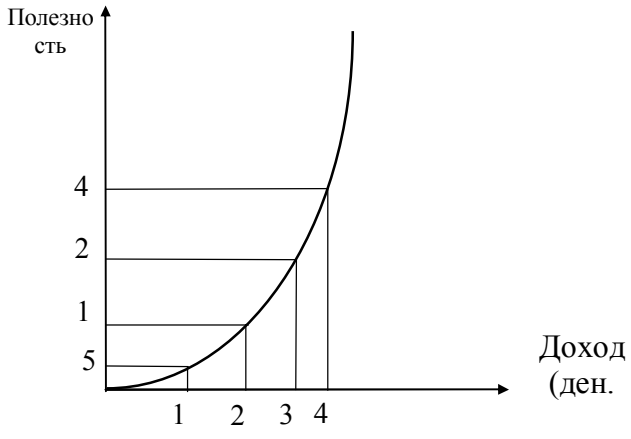


рис. 1. График ситуации любителей риска

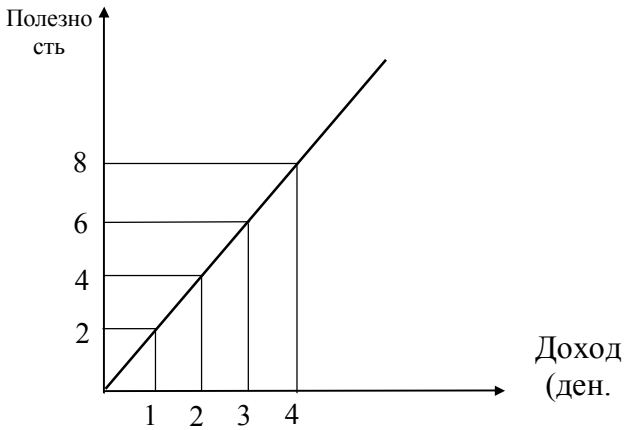


Рис.2. Нейтральная ситуация на риск

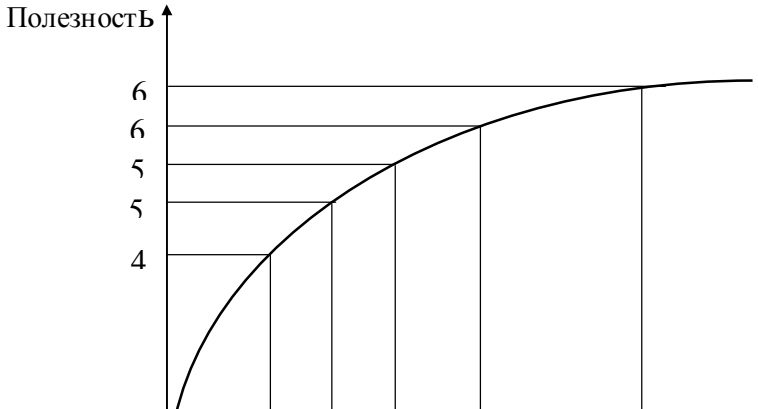


Рис. 3 . График противников риска

Вопросы:

1. В чём состоят объективные условия возникновения рынка?
2. Как вы понимаете термин «рынок»?
3. Изобразите схематично современную экономическую систему?
4. Охарактеризуйте функции рынка?
5. Какие из функций рынка вы бы назвали наиважнейшими?
6. Охарактеризуйте понятия «неопределённость» и «риск»?
7. К какой категории приверженцев риска вы себя относите?
8. Изобразите графически экономическую ситуацию убыточности фирм?
9. Что такое операционная прибыль?
10. В каких ситуациях целесообразно прекратить дальнейшую деятельность фирмы, с чем это связано?

Опорный конспект

Понятие рынка, условия возникновения и функции рынка

Рынок – одна из самых распространённых категорий в микроэкономике, одно из основных понятий хозяйственной практики и экономической теории. Наряду с этим, рынок – это обязательный компонент товарного хозяйства.

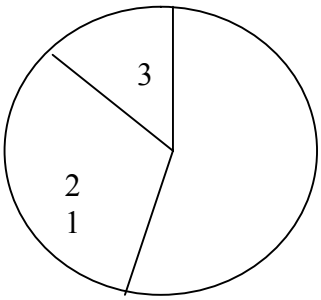
Объективная необходимость рынка обусловлена теми же причинами, которые вызывают необходимость существования товарного производства. Важнейшими историческими условиями возникновения рынка являются следующие.

Первое условие – *общественное разделение труда и специализация.* В любом многочисленном сообществе людей никто из участников хозяйства не может жить за счёт полного самообеспечения всеми производственными ресурсами, всеми экономическими благами. Отдельные группы людей занимаются самыми разнообразными видами хозяйственной деятельности, т.е. специализируются на производстве тех или иных товаров и услуг. Это положение объясняется принципами сравнительного преимущества, т.е. производством продукции при относительно меньших издержках упущенных возможностей.

Второе условие – *экономическая обособленность производителей*, полностью независимых, автономных в принятии хозяйственных решений (что производить, как производить, кому продавать произведённую продукцию). Эта обособленность исторически возникает на базе частной собственности и затем распространяется на коллективную собственность (акционерные предприятия, кооперативы, государственные предприятия). Если в обществе субъекты

хозяйственной деятельности не наделены правами собственности, то рынок существовать не может.

Современная экономическая система представляет собой совокупность различных подсистем в теснейшей взаимосвязи и взаимозависимости. Схематично экономическую систему смешанной экономики можно представить следующим образом:



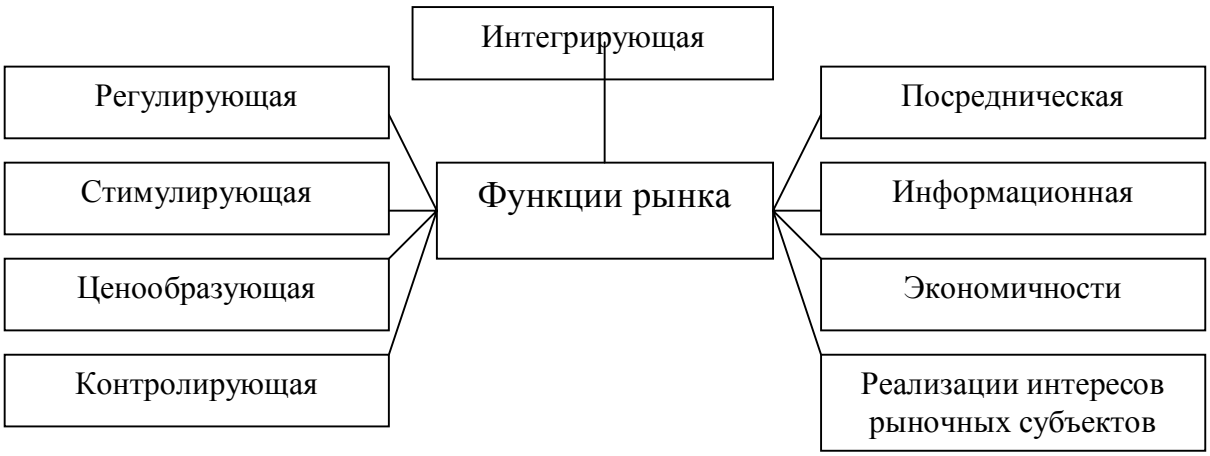
1- рынок (55%)
2- государство как подсистема хозяйствования (35%)
3- натуральное хозяйство (10%)

Как видим, в экономической системе в целом взаимодействуют три самостоятельные подсистемы, и, в зависимости от того, какая подсистема имеет наибольший удельный вес, характеризуется и вся экономическая система: если преобладает рынок, то система – рыночная, так возникает рыночная экономика; если преобладает государство, то система – административно-командная; если преобладает натуральное хозяйство, то такова и система в целом.

Итак, **рынок** – это есть совокупность конкретных экономических отношений, и связей между покупателями и продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег, отражающая экономические интересы субъектов рыночных отношений и обеспечивающая обмен продуктами труда.

Суть рыночных отношений сводится к возмещению затрат продавцов (товаропроизводителей и торговцев) и получению ими прибыли, а также удовлетворению платежеспособного спроса покупателей на основе свободного, взаимного соглашения, возмездности, эквивалентности и конкурентности.

Сущность рынка находит своё выражение в главных его экономических функциях, выражающих основное назначение данной категории.



Интегрирующая функция состоит в соединении сферы производства (производителей), сферы потребления (потребителей), а также торговцев-посредников в единый процесс активного обмена продуктами труда и услугами. Без рынка производство не может служить потреблению, а потребитель не сможет удовлетворить свои потребности.

Регулирующая функция предполагает воздействие рынка на все сферы экономики, обеспечивает согласование производства и потребления в ассортиментной структуре, сбалансированность спроса и предложения по цене, объёму и структуре, пропорциональность в производстве и обмене между регионами, сферами национальной экономики.

Рынок даёт ответы на вопросы: что производить? Для кого производить? Как производить?

Стимулирующая функция состоит в побуждении производителей к созданию новой продукции, необходимых товаров с наименьшими затратами и получением достаточной прибыли, стимулировании НТП и на его основе – интенсификации производства и эффективности функционирования всей экономики.

Ценообразующая (эквивалентная) функция – при этом рынок сопоставляет индивидуальные затраты труда на производство товаров с общественным эталоном, т.е. соизмеряет затраты и результаты.

Контролирующая функция – выполняет роль главного контролёра конечных результатов производства. На рынке выявляется, в какой мере нуждам покупателей соответствует не только количество, но и качество товаров и услуг.

Посредническая функция обеспечивает встрече экономически обособленных производителей и потребителей с целью обмена результатами труда.

Информационная функция даёт участникам рынка информацию о спросе и предложении товаров и услуг на рынке.

Функция экономичности предполагает сокращение издержек обращения в сфере потребления (затрат покупателей на покупку товаров).

Функция реализации интересов рыночных субъектов обеспечивает взаимосвязь этих интересов по принципу: «Дай мне то, что мне нужно, и ты получишь то, что тебе нужно…». Экономический интерес продавцов состоит в получении большего дохода, а покупателя – в удовлетворении потребности с наименьшими затратами. Соединение этих интересов предполагает обмен нужными друг другу полезностями и эквивалентность рыночной сделки.

Рынок и неопределённость

Целый ряд товаров принадлежит к категории товаров длительного пользования. Это автомобили, бытовая электротехника, мебель. Эти товары приносят пользу своим владельцам на протяжении многих лет. Однако, чем больше они служат, тем труднее бывает предвидеть и оценить все издержки, связанные с их эксплуатацией. Так, купленная мебель может разочаровать нас тем, что быстро теряет внешний вид и не столь удобна, как это казалось при покупке. Поэтому, приобретая товар длительного пользования, потребитель принимает рыночные решения в условиях некоторой неопределённости. Аналогично от действует и при покупке финансовых активов, например, акций: никогда нельзя предугадать точно заранее, будет ли курс расти или падать. Это своего рода азартная игра, при котором шансы на выигрыш или проигрыш не известны. Такая ситуация характеризуется как *неопределённость.*

В противоположность неопределённости ситуация, при которой вероятность совершения какого-либо события известна, называется *риском.*

Исследователи считают, что всех людей можно разделить на три группы в зависимости от их поведения в ситуации риска: любители риска, противники риска и нейтралы.

Любители риска продолжают игру даже при неблагоприятных шансах.

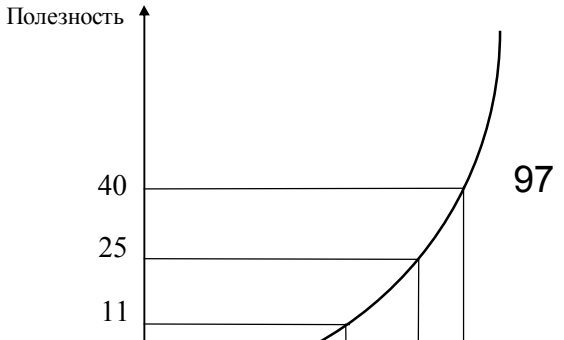


Рис. 1. График ситуации любителей риска

Нейтралы вступают в игру при благоприятных шансах и не вступают при неблагоприятных. Если шансы равные, нейтралы не высказывают предпочтения по принятию риска.

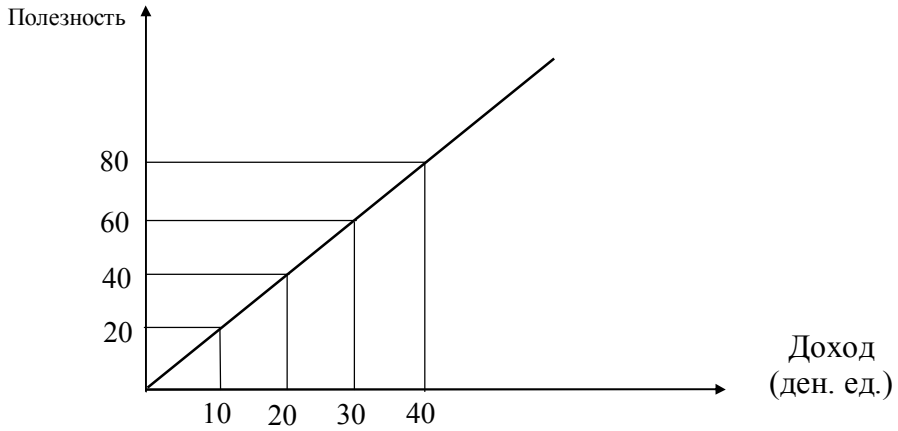


Рис.2. Нейтральная ситуация на риск

Противники риска, скорее всего, не будут рисковать вообще, даже если их шансы на выигрыш благоприятны.

Учёные утверждают, что большинство людей принадлежат к категории противников риска. Людям свойственно стремление избегать неизвестности, неопределённости, опасности и пр.

В общем случае, уклонение от риска во многих жизненных ситуациях, является рациональным поведением, максимизирующим совокупную полезность. В ряде случаев риск может быть снижен за счёт диверсификации, страхования или приобретения дополнительной информации.

Свидетельством расположения людей к риску в современных условиях является их предрасположенность к предпринимательской деятельности.

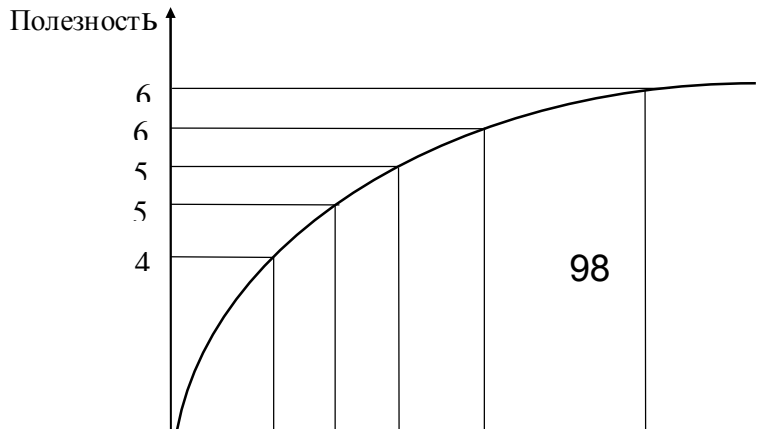


рис. 3 . График противников риска

Экономические потери и прибыль фирмы в условиях неопределённости

Известно, что хозяйствующее звено или фирма не всегда получает экономическую прибыль. Более того, далеко не всегда фирма может получить нормальную прибыль. Ситуация на рынке может оказаться неблагоприятной, а рыночная цена может опуститься настолько низко, что общие средние издержки не будут целиком компенсироваться, следовательно, не будет и нормальной прибыли. Данную ситуацию отобразим графически на рис.4.

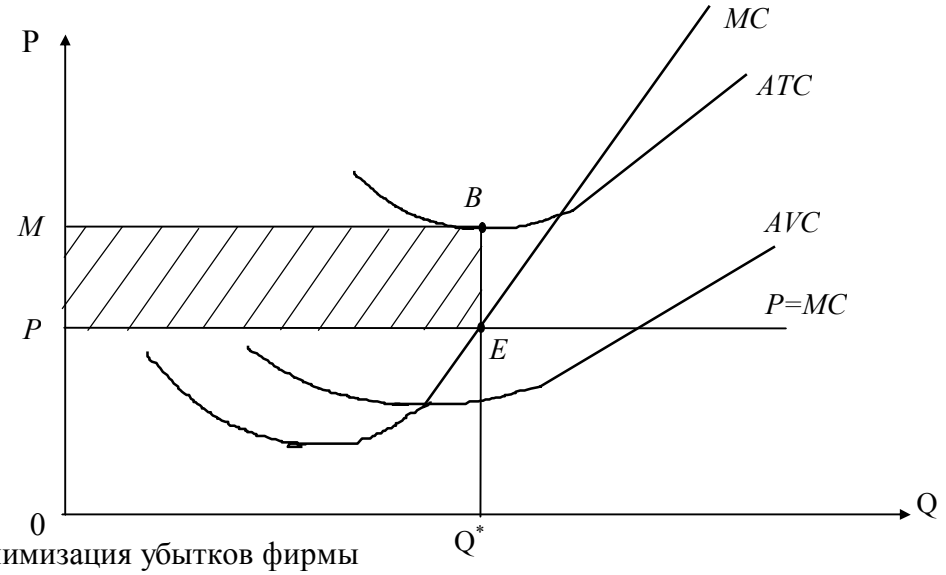


рис. 4. Минимизация убытков фирмы

Рыночная цена P. и соответствующая ей кривая спроса на продукцию фирмы расположена ниже всей кривой средних издержек. Поэтому в точке равновесия, равно как и при любом другом объёме производства, фирма будет нести экономические убытки. Величина убытков на единицу продукта составляет разность между средними издержками и рыночной ценой продукта. На рис. 4. это соответствует интервалу BE. Общая величина убытков равна площади прямоугольника MBEP или произведению средних убытков на объём выпуска продукта.

Если фирма в данный период решит прекратить производство, то данное решение не предзнаменует освобождение от потерь. Существуют постоянные издержки, которые не зависят от объёма выпускаемой продукции. Это платежи, которые необходимо осуществлять, даже если

фирма вообще ничего в данный момент не производит. Поэтому при закрытии фирма несёт убытки, равные постоянным издержкам.

Однако, помимо постоянных издержек, существуют ещё и переменные издержки. Если настоящая цена покрывает переменные издержки, то рациональным решением для фирмы будет продолжение производства, чтобы получить операционную прибыль и минимизировать издержки.
На рис. 4. линия спроса проходит ниже кривой средних издержек, но в точке равновесия – выше кривой средних переменных издержек. В силу этого данная цена позволяет фирме получить **операционную прибыль** (избыток цены над средними переменными издержками, умноженный на объём выпуска продукции).
Если же рыночная цена спускается настолько низко, что она не может покрыть не только средние издержки в целом, но даже и средние переменные издержки, то в данном случае производство становится нецелесообразным даже в краткосрочном периоде.
Отсюда, сделаем вывод, что не вся кривая предельных издержек олицетворяет собой кривую предложения фирмы, а только та её часть, которая лежит выше кривой нё средних переменных издержек.

1**.2. Технология обучения на семинаре**

Количество студентов: 10-15 чел.	**Время - 4 часа**
Форма учебного занятия	**Семинар по углублению и расширению знаний**
Вопросы для обсуждения на семинаре	1. Рынок её сущность и функции. 2. Неопределенность и риск.

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме

Задачи преподавателя:	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен:
• создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • организовать процесс формирования и изложения своей позиции; • развить навыки коммуникации, работы в группах/парах.	• дать определение понятиям: рынок, неопределенность и риск; • описать неопределенность и риск;

Методы и техники обучения	Активизация и интенсификация деятельности обучающихся, дискуссия, техники:, презентация, «Круглый стол», структурно-логическая схема.

Средства обучения Учебные пособия, доска, мел.

Формы обучения	Индивидуальная, работа в группах/парах.
Условия обучения	Аудитория, предназначенная для занятий в группах, с использованием ТСО

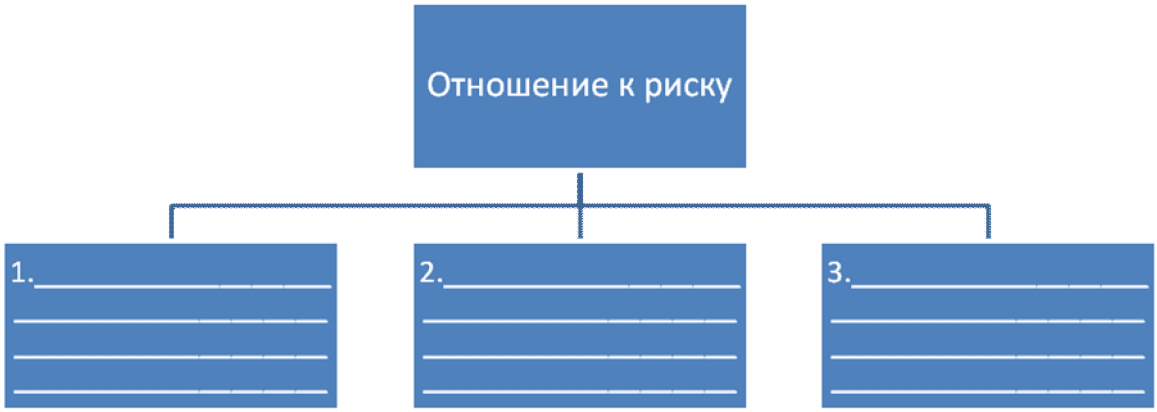
<u>Технологическая карта семинара</u>

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов

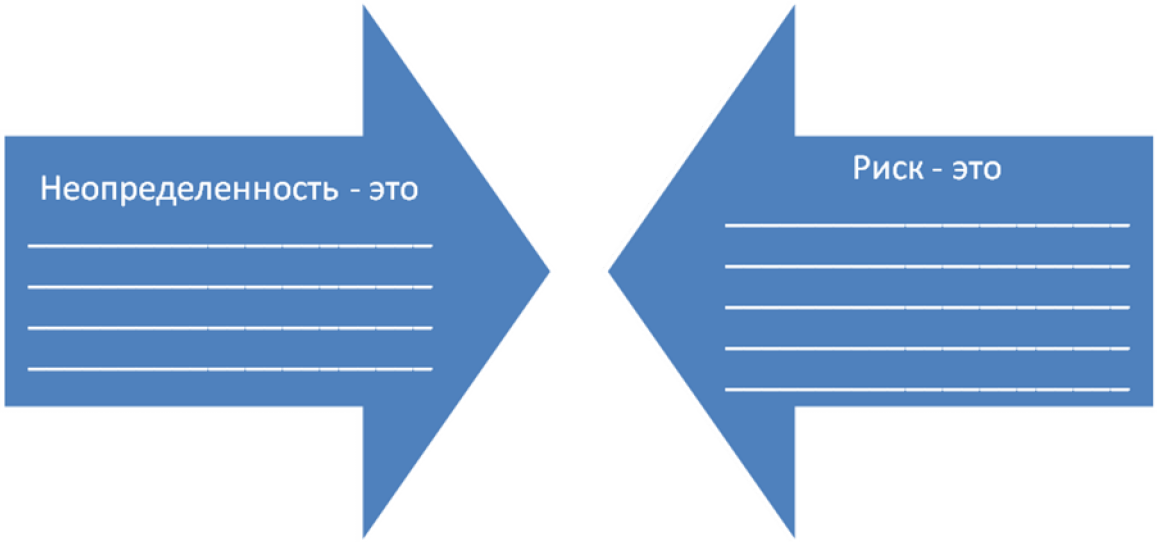
1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Объявляет, что обучение будет проводиться с применением технологии совместной работы в группах. 1.2. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям темы. Предлагает дать определение понятиям: «рынок, неопределенность и риск». Задает вопрос: «Что такое неопределенность?». Выслушивает 1-2 ответа и объявляет, что дальнейшее обсуждение темы будет проводиться после выполнения задания в группах, в процессе презентации результатов групповой работы. Задает вопрос: «Что такое риск и его методы измерения?». Объясняет, что каждый получит индивидуальную оценку в соответствии с оценкой результатов работы всей группы, знакомит с правилами работы в группе. Сообщает, что результаты совместной деятельности в группах должны быть представлены на плакатных листах.	1.1. Слушают, записывают 1.2. Отвечают на вопрос.
2 этап. Работа в группах (20 мин.)	2.1. Разделяет обучаемых на 3 группы. Раздает учебное задание. Уточняет, какие учебные результаты должны быть получены. Комментирует показатели и критерии оценки. Разъясняет, какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Объявляет о начале работы в группах.	2.1. Знакомятся с учебными заданиями, показателями и критериями оценки. Выполняют задания.
3 этап. Презентация (45 мин.)	3.1.Организует взаимооценку результатов работы в группах. Комментирует, обобщает знания, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	3.1. Дополняют, оценивают.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4. Подводит итоги работы.	4. Слушают, уточняют.

Задания

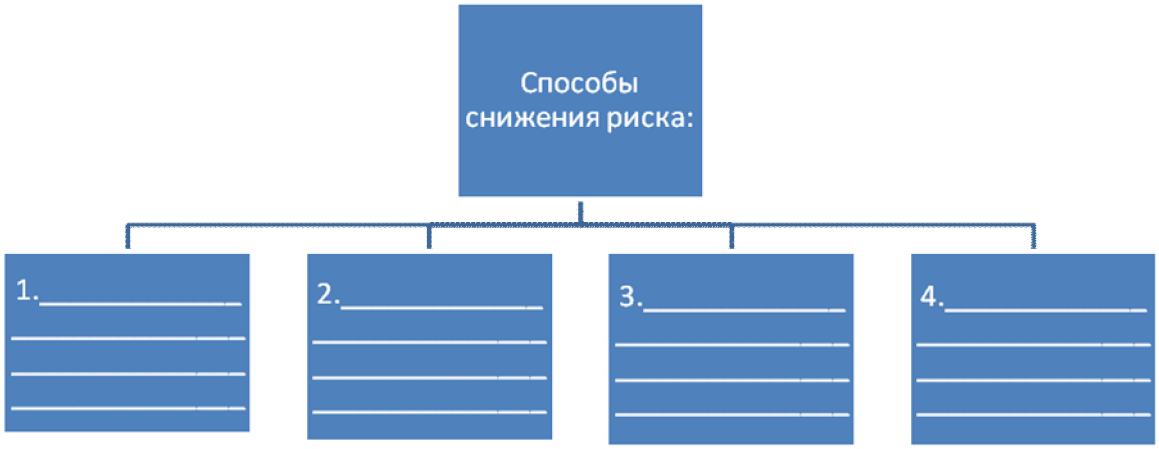
Задание №1: Как можно разделить людей по отношению к риску?



Задание №2: Покажите связь неопределенности и риска?



Задание №3: Выделите способы снижения риска:



Тема №9: Фирма и её организационно-экономические основы

9.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	**Время – 2 часа**
Форма учебного занятия	Вводно-тематическая лекция – визуализация
План лекции	1. Бизнес и предпринимательство. 2. Фирма и её организационно-экономические основы. Фирмы в Узбекистане.
Цель учебного занятия: раскрыть сущность бизнеса и предпринимательства, экономической категории фирма и показать её организационно-экономические основы.	
Задачи преподавателя: • раскрыть сущность бизнеса и предпринимательства; • рассказать об организационно-экономических основах фирмы; • показать виды фирм в Узбекистане	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • уметь правильно дать характеристику бизнеса и предпринимательства; • уметь правильно дать характеристику организационно-экономическим основам фирм.
Методы и техники обучения	Гуманизация и демократизация педагогических отношений, техники: блиц-опрос, фокусирующие вопросы, «думай – работай в паре – делись», техника «да - нет».
Средства обучения	Лазерный проектор, визуальные материалы, информационное обеспечение.
Формы обучения	Коллективная, фронтальная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы с ТСО.

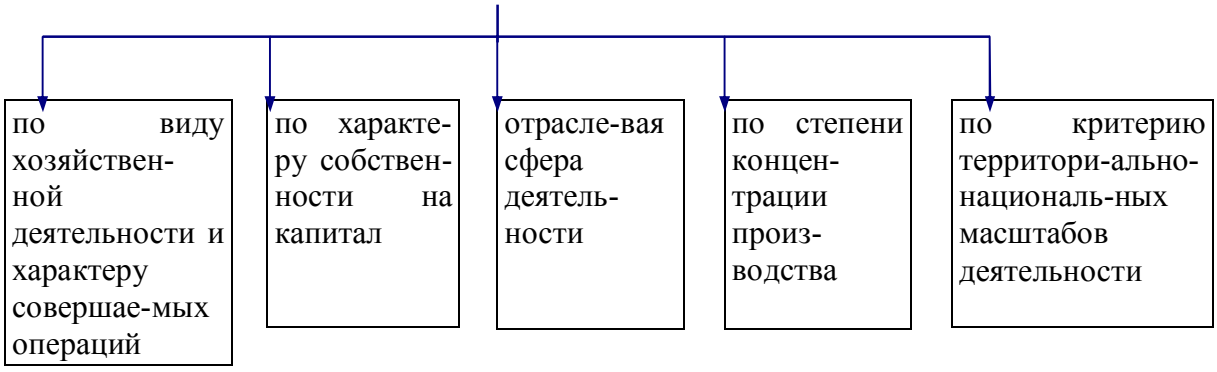
Технологическая карта лекции

Этапы, время	**Деятельность**	
		студентов
1 этап. Введение (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1. Слушают
2 этап. Актуализация знаний (20 мин.)	2.1. С целью актуализировать знания студентов задает фокусирующие вопросы: 1. Что из себя представляет бизнес? 2. Как предпринимательство входит в систему бизнеса? 3. Выделите основные виды фирм в Узбекистане? Для ответа на вопросы организует работу в парах. Про водит опрос. Делает обобщающий вывод. 2.2. Выводит на экран схему «Организационно-экономические формы фирм», знакомим с содержанием схемы, кратко характеризуем их. Знакомим с рейтингом текущего, промежуточного и итогового контроля. Знакомит со списком основной литературы, требованиями к студентам.	2.1. Отвечают на вопросы. 2.2. Изучают со держание графика №1, высказыва ют суждения о роли и значении товаров. 2.3. Изучают содержание схемы, записывают требования рейтинг-контроля.

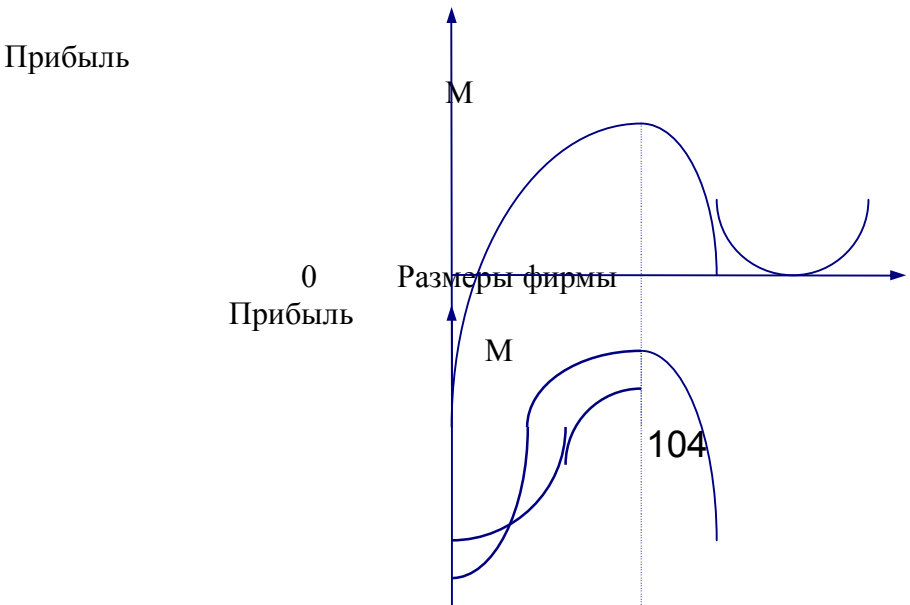
3 этап. Информа-ционный (45 мин.)	3.1. Последовательно излагает материал лекции по вопросам плана, использует визуальные материалы и систему фокусирующих вопросов: По 1 вопросу. Что такое фирма? По 2 вопросу. Что такое организационно-экономические основы фирмы? Акцентирует внимание на ключевых моментах темы, предлагает их записать.	3.1. Обсуждают содержание схем и таблиц, визу-альные материа-лы, уточняют, задают вопросы. Записывают главное.
4 этап. Заключи-тельный (10 мин.)	4.1.Задает вопрос: «Дайте характеристику основным формам фирм в Узбекистане?». Делает итоговое заключение. 4.2. Дает задание для самостоятельной работы: составить примерный план работы собственной фирмы, работающей в условиях рынка Узбекистана.	4.1. Отвечают на вопрос. 4.2. Слушают, записывают.

Визуальные материалы:

Организационно-экономические формы фирм



Ситуация падающей доходности фирмы -	пределы, за которыми укрупнение предприятия становится невыгодным. (графически на рис. 1.)



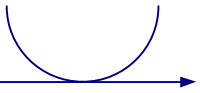


Рис.1.

Достоинства и недостатки основных форм частных фирм (мелкого бизнеса).

ФОРМЫ	*ДОСТОИНСТВА*	*НЕДОСТАТКИ*
1	2	3
1. Единоличные хозяйства	-полная самостоятельность; -свобода и оперативность; -максимум интереса в получении дохода; -конфиденциальность деятельности.	-трудности привлечения больших капиталов; -неопределённость сроков деятельности; -неограниченная ответственность за убытки; -необходимость совмещения всех управленческих специальностей.
2. Товарищества	-финансовая сила; -свобода и оперативность действий; -коллективное управление.	-неограниченная ответственность партнёров; -непостоянство и зависимость партнёров друг от друга.
3. Акционерные общества	-возможность широкого привлечения дополнительного капитала; -профессиональное управление -ограниченная ответственность акционеров;	-строгий контроль за деятельностью общества; -громоздкость управления и низкая оперативность действий; -склонность к монополизации деятельности;

Вопросы:

1. Чем отличаются термины «предпринимательство» и «бизнес»?
2. Дайте основные черты предпринимательской деятельности?
3. Назовите формы предпринимательства?
4. Дайте характеристику организационным формам бизнеса?
5. Какие барьеры препятствуют широкомасштабному развитию предпринимательства в Узбекистане?
6. Какие задачи возложены на класс предпринимательства и бизнеса?
7. Какие независимые структуры призваны содействовать деятельности предпринимателей?
8. Какие законы и постановления правительства регулируют и упорядочивают предпринимательскую деятельность в Узбекистане?

Опорный конспект

Сущность фирмы и ее типы

«Фирма» и «предприятие» кардинально различные категории экономической науки, хотя в литературе (зарубежной и отечественной) они отождествляются. Под предприятием следует понимать определенный производственно-технический комплекс, используемый для производства товаров или (и) услуг в любой отрасли национальной экономики. Предприятиями являются металлургический завод, автобусный парк, угольная шахта и т.д.

Фирма — это организационно-экономическая, общественная, предпринимательская форма производства. Фирма — основной агент рыночной системы любой современной страны. Как за рубежом, так и в Узбекистане имеет место значительное многообразие типов фирм.

Фирма — это имущественный комплекс, используемый собственниками этого имущества для осуществления предпринимательской деятельности. В состав фирмы входят все виды имущества, предназначенные для ее деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, нереализованную продукцию, права требований, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие ее деятельность (фирменное наименование, товарные знаки), и другие исключительные права.

При установлении размеров фирмы, масштабов ее деятельности учитывают, по крайней мере, следующее. С увеличением размеров фирмы, расширением поля деятельности значительно возрастает сложность ее деятельности, обусловленной как увеличением масштабов, так и расширением номенклатуры продукции. Возрастание сложности управления ведет к увеличению риска.

Каждая фирма (индивидуальная или коллективная) имеет свою внутреннюю структуру и статус, размеры и сферы деятельности, в которых она наиболее эффективна. Все формы предпринимательства имеют свои преимущества и недостатки.

Первоначально слово «фирма» (от ит. Firma — подпись) означало «торговое имя» коммерсанта. В настоящее время фирма-элемент любой рыночной экономики, субъект предпринимательской деятельности, обладающий экономической и юридической самостоятельностью.

В развитой рыночной экономике фирмы многообразны. Они занимаются производством товаров, их реализацией, оказанием самых различных услуг: финансовых, посреднических, информационных, консультативных, научно-исследовательских и др.

По сферам предпринимательской деятельности они могут быть промышленными, агропромышленными, сельскохозяйственными, строительными, транспортными, телекоммуникационными, торгово-посредническими, венчурными, рекламными, инжиниринговыми, юридическими и т.д.

В Узбекистане фирмы могут создаваться с правом юридического лица и преследовать извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности (коммерческие организации). Это могут быть микрофирмы и малые предприятия, совместные предприятия, общества с ограниченной ответственностью, государственные унитарные предприятия и т.п. Существует несколько подходов к объяснению возникновения и развития фирм.

Во-первых, фирма представляет собой организационно-экономическую систему, с помощью которой осуществляются производственные процессы для создания товаров и услуг.

Во-вторых, в социально-экономическом отношении фирмы - это общность людей, объединенных едиными мотивам действия.

В-третьих, фирма - совокупность взаимовыгодных контрактов. Последнее определение интересно потому, что фирма представляется не как объединение людей, машин и технологий, а как механизм реализации рыночных отношений, в основе которых лежат хозяйственные сделки - трансакции.

Можно выделить следующие виды транзакционных затрат: поиск информации о состоянии рынка - о потенциальных поставщиках и покупателях, ценах, характеристиках товаров и услуг; заключение сложных контрактов, включающих оговорки на случай непредвиденных обстоятельств; долгосрочные отношения по отдельным вопросам; периодически повторяющиеся сделки по продаже различных товаров; соблюдение условий контрактов; юридическое сопровождение выполнения контрактов.

Фирмы возникают и в связи с большими затратами на осуществление бесчисленного количества сделок.

Внутрифирменные экономические связи (внутрифирменные трансакции) охватывают многогранную деятельность фирмы по организации производства, рациональному использованию факторов производства.
Рыночные (внешние) и внутрифирменные трансакции тесным образом связаны между собой. Их соотношение детерминирует оптимальный размер фирмы, иначе можно было бы рассматривать национальную экономику как одну гигантскую фирму.

Организационно-экономические основы предпринимательства

Предпринимательство – это хозяйственная деятельность с использованием новизны, риска, изобретательства с целью получения доходов. Но в широком смысле это предприимчивость, инициативность, активность в сфере экономики.
Предпринимательство характеризуется следующими чертами:
1) экономическая самостоятельность в выборе хозяйственной деятельности и её методов;
2) новаторство;
3) полная и долевая ответственность за принимаемые решения и их последствия;
4) риск;
5) ориентация на достижение экономического успеха.

Предпринимательство выполняет особую функцию – обеспечивает развитие и совершенствование экономики, её постоянное обновление, создание инновационной среды, ломающей традиционные структуры и открывающей дорогу к новому.
Наиболее распространены следующие формы предпринимательских фирм:
А) индивидуальная;
Б) совместная;
В) инновационные фирмы – проводники НТП.
Появление предпринимательской деятельности связано с потребностью человека в свободном самовыражении личности в хозяйственной деятельности. В этом смысле оно существует с момента возникновения человеческого общества.
Предпринимательство – это одна из форм бизнеса. Бизнес, в свою очередь, представляет собой систему, охватывающую экономические действия всех хозяйственников в единое целое.
Классификация форм бизнеса осуществляется на основе самых разнообразных критериев. Выделяют потребительский (домашнее хозяйство) и трудовой (сделки наёмного труда и т.д.) бизнес. С учётом размеров бизнеса различают мелкий, мельчайший (микро), средний и крупный. По формам собственности можно выделить частный, государственный и коллективный бизнес. С учётом сферы приложения капитала можно говорить о бизнесе в промышленности, торговле, образовании, агробизнесе и т.д. По степени интернационализации капитала можно выделить национальный и международный бизнес (транснациональные корпорации) и др. На основе развития организационных форм бизнеса выделяется простая кооперация, мануфактура, фабрика, акционерное общество, монополии, международные концерны. По правовому (юридическому) положению можно выделить индивидуальные фирмы, полное товарищество, кооперативы, смешанное общество и т.д.

Фирма в условиях конкуренции

Условия, в которых протекает рыночная конкуренция, иными словами, рыночная структура, могут быть разными. Структура рынка определяется количеством и размерами фирм, характером продукции, легкостью входа на рынок и выхода из него, доступностью информации.
Чтобы понять состояние фирмы в условиях конкуренции, обратимся к рассмотрению четырех типов рыночных структур: совершенной конкуренции, чистой монополии, монополистической конкуренции и олигополии.
Совершенная конкуренция — это рыночная структура, характеризуемая большим количеством мелких фирм, однородностью продукции, свободой входа и выхода и равным доступом к информации.

Чистая монополия — рыночная структура, где одна фирма является единственным продавцом товара или услуги, не имеющим субститутов. Проникновение в отрасль дополнительных фирм заблокировано, так что фирма представляет собой всю отрасль.
Монополистическая конкуренция — рыночная структура, состоящая из множества фирм, выпускающих неоднородную продукции, характеризуется свободным входом и выходом.
Олигополия — рыночная структура, состоящая из небольшого числа фирм, причем по крайней мере некоторые из них имеют большие размеры относительно размеров рынка.

Характеристика структуры						
Модель рынка	Число фирм	Характер продукции	Условия вступления в отрасль	Контроль над ценой	Доступность информации	Отрасли
Совершенная конкуренция	Очень большое число фирм	Однородная	Очень легкие	Отсутствует	Равный	Сельское хозяйство
Монополистическая конкуренция	Много	Разнородная	Сравнительно легкие	Некоторый, но ограничений	Некоторые ограничения	Розничная торговля, производство одежды, обуви
Олигополия	Несколько	Однородная или разнородная	Возможные препятствия	Ограниченный взаимной зависимостью	⇒	Производство стали, автомобилей, сигарет
Монополия	Одна	Уникальная	Блокировано	Значительный	⇒	Местные предприятия общественного значения

Фирма, работающая в условиях совершенной конкуренции, сталкивается с целым рядом ограничений. Прежде всего это ограничения, связанные с издержками. Все фирмы имеют доступ к одной и той же технологии и знают, где им следует покупать необходимые виды ресурсов по одинаковым ценам. Резервы экономии, обусловленной увеличением масштабов производства, истощаются при достаточно малых объемах выпуска продукции по сравнению с тем же объемом спроса, который предъявляется рынком при сложившемся уровне цен. Поэтому рынок создает достаточное пространство для множества фирм.
Кроме того, существуют ограничения, связанные со спросом: фирма не может повлиять на цену и принимает сложившуюся рыночную цену, т.е. является "прайс-тей-кером", иными словами, цена, по которой фирма продает свою продукцию, определяется силами, неподвластными фирме. Речь идет об условиях спроса и предложения на рынке в целом. В связи с этим следует различать рыночный спрос и спрос на продукцию отдельной фирмы в условиях совершенной конкуренции. Для отрасли, т.е. для всех фирм, производящих определенный продукт, объем продаж может быть увеличен только путем установления более низкой цены на товар. Все фирмы вместе, а не отдельная, действуя независимо, одновременно могут повлиять и действительно влияют на общий объем предложения и, следовательно, на рыночную цену. Если один-единственный производитель увеличивает или уменьшает выпуск при неизменных объемах производства у всех других конкурирующих фирм, это не оказывает существенного влияния на общий объем предложения и рыночную цену.
Спрос на продукцию фирмы характеризует ее доход.
Известно, что в условиях совершенной конкуренции цена является постоянной, следовательно, каждая дополнительно проданная единица продукции добавляет к валовому доходу постоянную сумму, равную цене. Предельный доход постоянен в условиях совершенной конкуренции потому, что дополнительные единицы продукции могут быть проданы по постоянной цене.

Итак, имея исходные данные, мы можем рассмотреть, как фирма принимает решения об объемах производства в конкретных ситуациях. Они могут быть многообразны, но среди них можно выделить три основные: максимизация прибыли, минимизация убытков, прекращение производства.

В каждой из этих трех ситуаций к определению оптимального объема производства возможны два подхода: сопоставление валового дохода с валовыми издержками и предельного дохода с предельными издержками.

Оба подхода применимы не только к чисто конкурентной фирме, но и к фирмам, функционирующим в условиях любой из трех основных рыночных структур. Поскольку второй подход дает более точную и обоснованную характеристику поведения фирмы, мы остановимся на нем более подробно.

Подход к определению объема производства, максимизирующего прибыль, "валовой доход — валовые издержки" имеет следующую логику: вычитая полные издержки из совокупного дохода, получаем совокупную прибыль, которую имеет фирма при каждом конкретном уровне выпуска продукции.

Рассмотрим обстоятельства, в силу которых одна фирма может стать единственным поставщиком продукции на рынке. Случай закрытой монополии существует тогда, когда она защищена от конкуренции с помощью юридических ограничений, например патентная защита, институт авторских прав и т.п. Естественная монополия — это ситуация, в которой долгосрочные средние издержки достигают минимума только тогда, когда одна фирма обслуживает весь рынок, т.е. отрасль представлена одной фирмой. В данной ситуации разделение выпуска между двумя или большим количеством фирм приведет к тому, что масштабы каждой из них будут неэффективно малы. С естественными монополиями, в основе которых лежит экономия на масштабах производства, тесно связаны монополии, базирующиеся на владении уникальными природными ресурсами. Открытая монополия представляет собой ситуацию, когда одна фирма становится единственным поставщиком продукта, но не имеет специальной защиты от конкуренции. В такой ситуации часто оказываются фирмы, впервые вышедшие на рынок с новой продукцией.

Для монополии, так же как и для совершенной конкуренции, главным принципом является максимизация прибыли фирмы. Однако ограничения, с которыми сталкивается монополия, отличны от ограничений в условиях совершенной конкуренции и имеют свою специфику. Так как монополист функционирует на рынке один, количество продукции, которое может быть продано на рынке, увеличивается по мере того, как цена падает. Монополист может устанавливать и цену товара, и его количество, но при этом выбирает такую комбинацию "цена - количество", которая принесет максимальную прибыль. Поскольку он ищет наиболее "доходную" цену из всего набора цен, его можно назвать "искателем цены". Здесь речь идет о монопольной власти. Фирма обладает монопольной властью тогда, когда она может воздействовать на цену своего товара, изменяя его количество, которое она готова продать.

Монополия, продающая в каждый конкретный момент времени свою продукцию по одной и той же цене всем своим покупателям, называется *простой монополией*.

Рассмотрим процесс максимизации прибыли фирмой-монополистом. До тех. пор пока предельный доход превышает предельные издержки, увеличение выпуска на единицу увеличивает совокупный доход в большей степени, чем совокупные издержки, и тем самым увеличивает совокупную прибыль. Когда предельный доход становится меньше предельных издержек, поэтому любое дальнейшее увеличение выпуска продукции ведет к уменьшению совокупной прибыли.

Особенности деятельности фирм в условиях Узбекистана

Развитие деятельности фирм в условиях Узбекистана связано с рядом трудностей и противоречий:

во-первых, бизнес-деятельность в Узбекистане формируется в условиях определённых административных ограничений, лишающих фирмы некоторой части конечного результата деятельности;

во-вторых, свободе хозяйственной деятельности противостоит монопольная организация хозяйства, которую нельзя отменить только волевым решением, поскольку экономические структуры Узбекистана десятилетиями создавались как региональные монополии;

в-третьих, товарно-денежный обмен в Узбекистане затруднён несовершенством финансово-кредитных отношений (проблема обналичивания денег, кризис неплатежей, внебанковский оборот наличности и т.д.), а также высокими темпами инфляции.

В Узбекистане все необходимые условия развития предпринимательской деятельности имеются лишь частично, что накладывает отпечаток на формы и стиль бизнеса. Можно отметить характерные особенности хозяйственной деятельности в Узбекистане.

Процесс дележа собственности идёт негласно и представляет собой почву для различного рода злоупотреблений и создания криминальных структур.

Определённая часть хозяйственной деятельности фирм не нацелена на длительную перспективу, а служит исключительно средством накопления первоначального капитала, что усиливает нестабильность, неопределённость и недоверие в сфере бизнес-деятельности. Из организационных форм предпринимательской деятельности в современной экономике самым популярным и действенным оказался малый бизнес. Они явились фундаментом и своеобразным гарантом рыночной системы. Однако их число не проявляется их качеством. На сегодняшний день такого рода хозяйственная деятельность уже должна была способствовать решению такого рода экономических задач, как:

- поддерживание конкуренции во всех секторах национальной экономики, создавая тем самым альтернативу монопольным структурам;
- наполнить рынок товарами и услугами местного производства;
- создать рабочие места, смягчая проблему безработицы в стране;
- сформировать предпринимательский слой, предоставляя людям проявить и реализовать свои предпринимательские способности.

Второй по распространённости формой предпринимательской деятельности являются акционерные общества. В отличие от предприятий малого бизнеса акционерные общества обладают значительной устойчивостью и прочностью в неблагоприятные периоды, так как у них шире возможности накопления. Кроме того, такая форма хозяйственной деятельности широко применима практически в любой сфере экономики – промышленности, банковском деле, на транспорте, строительстве и т.д. В таких сферах, как торговля, закупки, сбыт, посредничество развит сектор малого бизнеса.

Специфической проблемой малого бизнеса в Узбекистане является финансовая проблема и проблема правовой неграмотности самих хозяйственников.

Эти и другие проблемы малого бизнеса на сегодняшний день решаются посредством государственной программы развития малого бизнеса и частного предпринимательства в форме экономической и юридической поддержки. Такая поддержка включает в себя льготное кредитование, льготное налогообложение, экспортную ориентацию производства и т.п.

1.2. Технология обучения на семинаре

Количество студентов: 10-15 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	**Семинар по углублению и расширению знаний**
Вопросы для обсуждения на семинаре	1. Бизнес и предпринимательство. 2. Фирма и её организационно-экономические основы. Фирмы в Узбекистане.

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме

Задачи преподавателя: • создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • организовать процесс формирования и изложения своей позиции; • развить навыки коммуникации, работы в группах/парах.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • дать определение понятиям: бизнес, предпринимательство; • описать организационные формы фирм вообще, в частности в Узбекистане;

Методы и техники обучения	Активизация и интенсификация деятельности обучаемых, дискуссия, техники:, презентация, «Круглый стол», структурно-логическая схема.

Средства обучения Учебные пособия, доска, мел.

Формы обучения	Индивидуальная, работа в группах/парах.
Условия обучения	Аудитория, предназначенная для занятий в группах, с использованием ТСО

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов
1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Объявляет, что обучение будет проводиться с применением технологии совместной работы в группах. 1.2. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям темы. Предлагает дать определение понятиям: «рынок, неопределенность и риск». Задает вопрос: «Что такое бизнес и предпринимательство?». Выслушивает 1-2 ответа и объявляет, что дальнейшее обсуждение темы будет проводиться после выполнения задания в группах, в процессе презентации результатов групповой работы. Задает вопрос: «Какие вы знаете организационные формы фирм?». Объясняет, что каждый получит индивидуальную оценку в соответствии с оценкой результатов работы всей группы, знакомит с правилами работы в группе. Сообщает, что результаты совместной деятельности в группах должны быть	1.1. Слушают, записывают 1.2. Отвечают на вопрос.
2 этап. Работа в группах (20 мин.)	2.1. Разделяет обучаемых на 3 группы. Раздает учебное задание. Уточняет, какие учебные результаты должны быть получены. Комментирует показатели и критерии оценки. Разъясняет, какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Объявляет о начале работы в группах.	2.1. Знакомятся с учебными заданиями, показателями и критериями оценки. Выполняют задания.

3 этап. Презентация (45 мин.)	3.1.Организует взаимооценку результатов работы в группах. Комментирует, обобщает знания, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	3.1. Дополняют, оценивают.
4 этап. Заключи-тельный (10 мин.)	4. Подводит итоги работы.	4. Слушают, уточняют.

Фирма (предприятие) -представляет собой хозяйственное звено, реализующее собственные интересы посредством изготовления и реализации товаров и услуг путём планомерного комбинирования факторов производства.

Фирма - предприятие *связь между ними:*

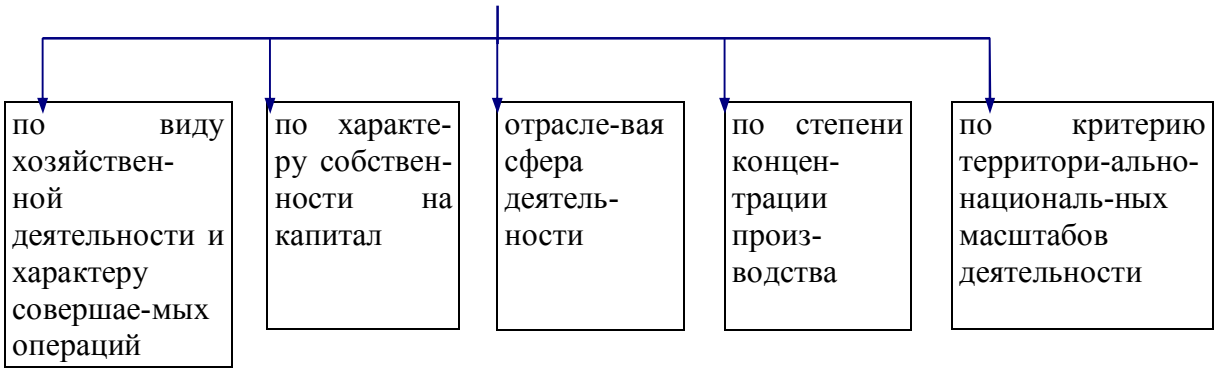
Фирма -обобщающее понятие, она может включать одно или несколько предприятий и производств.

Современные фирмы - это в основном многопрофильное производство.

Решающий признак фирмы -экономическая самостоятельность.

Особенность фирм - конечный продукт не предназначен для потребления в фирме, т.е. произведённые блага не обладают полезностью для самой фирмы.

Организационно-экономические формы фирм



По виду хозяйственной деятельности и характеру совершаемых операций - различают фирмы: промыш-ленные, торговые, транспорт-ные, страховые, банковские, финансово-инвестиционные, научно-исследовательские, инновационные.

С учётом отраслевой сферы деятельности различают - межотраслевые и диверсифици-рованные фирмы .

Два типа диверсифицированных фирм:

1 тип - при многообразии сфер деятельности сохранение профилирующих производств, пример ***концерн-*** группа предприятий (дочерних фирм), сосредоточены вокруг одного предприятия (материнской компании);

2 тип - отсутствие доминирующего отраслевого ядра, пример, ***объединение-*** сосредоточены различные виды хозяйственной деятельности, не имеющих между собой никаких производственных связей.

По критерию территориально-национальных масштабов деятельности - все фирмы делятся на национальные и транснациональные (ТНК).

По степени концентрации производства **-** фирмы распадаются на крупные, средние и мелкие. (последние относят к малому бизнесу).

Нормативы для отнесения фирм к той или иной категории в различных странах различны.

Обычно, ***мелкой*** считается фирма с численностью не менее 100 человек, а ***крупной*** **-**более 500 человек. Крупные фирмы имеют преимущества перед средними и мелкими предприятиями:

Крупные фирмы характеризуются:

а) устойчивостью;

б) могут наладить массовое производство, насытить рынок нужными товарами;

в) используют новейшую дорогую технику, осваивают новые отрасли, проводят НИОКР;

г) обеспечивают экономию труда, что ведёт к сокращению издержек производства и обращения.

Укрупнение предприятий осуществляется на основе концентрации и централизации капитала.

Концентрация капитала **-** увеличение капитала путём привлечения дополнительных инвестиций.

Централизация капитала- увеличение производства путём объединения мелких и средних предприятий в одну крупную фирму.

Ситуация падающей доходности фирмы - пределы, за которыми укрупнение предприятия становится невыгодным. (графически на рис. 1.)

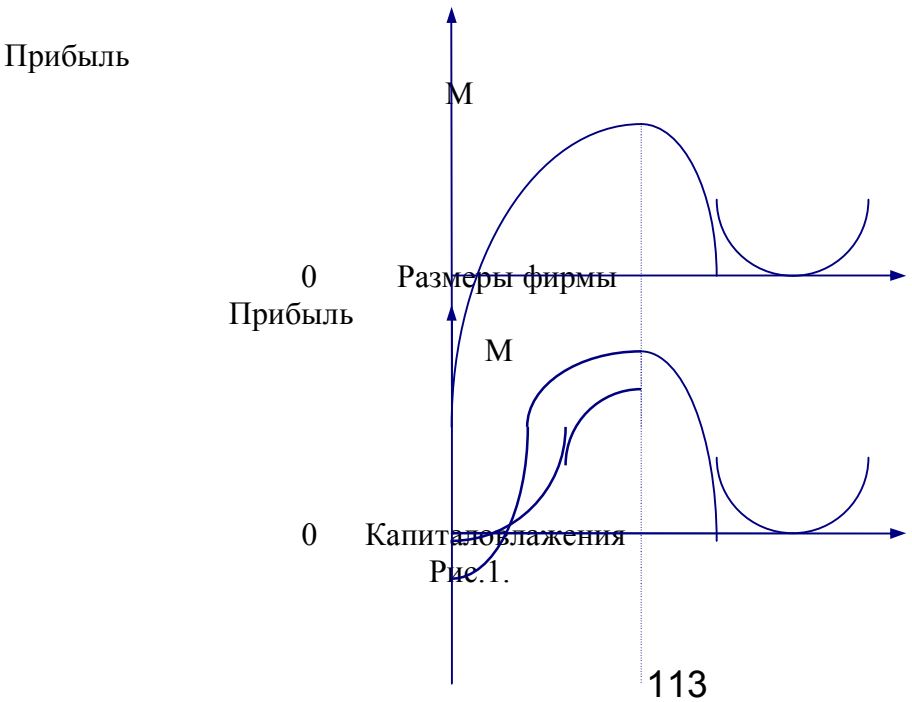


Рис.1.

Средние фирмы - в отличие от мелких в развитых странах немногочисленны (около 20% всей численности предприятий), характеризуются следующими чертами:

- не обладают такой гибкостью и многочисленностью, как мелкие фирмы, не имеют такой мощи, как крупные (занимают промежуточное положение).
- могут выжить лишь придерживаясь "нишевой" специализации, т.е. охватывая отдельные сегменты рынка, становятся мини-монополией.

Роль средних фирм в рыночной экономике неоднозначна:

- представляют значительную конкурентную силу для крупного бизнеса;
- средние фирмы имеют тенденцию к монополизации;
- постоянный источник дальнейшей концентрации капитала.

Мелкие фирмы - самые многочисленные в рыночной экономике. Причины их выживания:

а) включение мелкой фирмы в структуру крупного предприятия чаще оказывается менее выгодным, чем оказание ей помощи и деловое сотрудничество;

б) мелкие фирмы выбирают те сферы деятельности, где нет необходимости в массовом производстве, больших затратах;

в) особая привлекательность для человека: он более независим, может заниматься любимым делом;

г) необходим небольшой капитал и поддержка со стороны государства.

В зависимости от форм собственности на капитал фирмы разделяются на: ***государственные и частные.***

Государственные предприятия - организаторпроизводства и учредитель государство или муниципалитет.

Частные фирмы могут принимать формы:

- единоличные фирмы;
- товарищества или партнёрства на паях;
- акционерные общества (корпорации).

Достоинства и недостатки основных форм частных фирм (мелкого бизнеса).

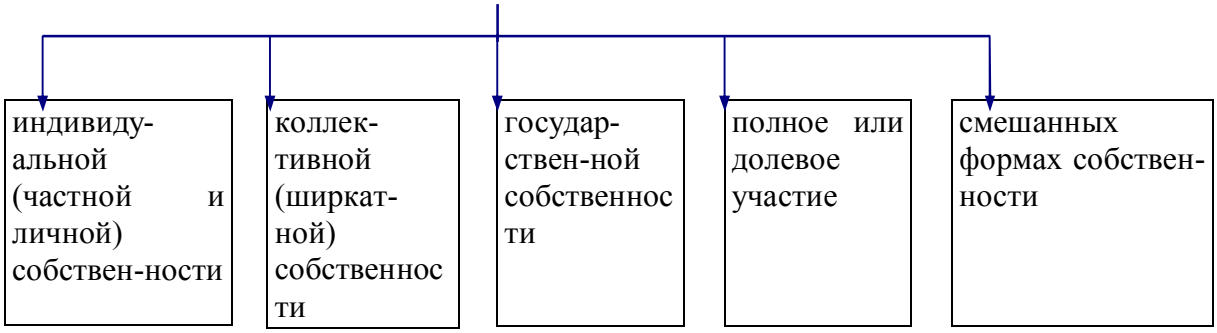
ФОРМЫ	***ДОСТОИНСТВА***	***НЕДОСТАТКИ***
1	2	3
1. Единоличные хозяйства	-полная самостоятельность; -свобода и оперативность; -максимум интереса в получении дохода; -конфиденциальность деятельности.	-трудности привлечения больших капиталов; -неопределённость сроков деятельности; -неограниченная ответственность за убытки; -необходимость совмещения всех управленческих специальностей.
2. Товарищества	-финансовая сила; -свобода и оперативность действий; -коллективное управление.	-неограниченная ответственность партнёров; -непостоянство и зависимость партнёров друг от друга.

3. Акционерные общества	-возможность широкого привлечения дополнительного капитала; -профессиональное управление -ограниченная ответственность акционеров;	-строгий контроль за деятельностью общества; -громоздкость управления и низкая оперативность действий; -склонность к монополизации деятельности;

В Узбекистане принят закон "О предприятиях в Республике Узбекистан" (15.02.91.) в соответствии с которым предприятие является самостоятельным хозяйственным субъектом с правами юридического лица.

В соответствии с формами собственности, установленными Законом Республики Узбекистан "О собственности в Республике Узбекистан" (31.10.90) могут действовать предприятия следующих видов:

<u>Предприятия основанные на:</u>



-коллек-тивные; -семейные; -махаллин-ские пред-приятия; -производ-ственные кооперати-вы; -акционер-ные общества; -товарище-ства; -предприя-тия обще-ственных организа-ций; -предприя-тия религи-озных ор-ганизаций.	-государст-венное; -республи-канское; -межобласт-ное; -межрайон-ное и другие виды предприятий.	-совместные предприятия, находящиеся в государст-венной соб-ственности, -иностранных юридических лиц, фирм и государств.

Предприятия на добровольных началах могут объединяться в хозяйственные ассоциации, союзы, концерны, консорциумы и другие объединения по отраслевому, территориальному или иным принципам.

Альтернативные теории фирмы: -традиционная теория фирмы: максимизация прибыли;
-менеджериальная теория фирмы: максимизация дохода от продаж;
-теория максимизации роста;
-поведенческие теории фирмы: теории множественности целей.

Традиционная теория фирмы объясняет поведение фирмы стремлением к максимизации прибыли. Теория обосновывает тезис о максимизации прибыли при равенстве предельных издержек и предельного дохода:

$$MC=MR.$$

Менеджериальная теория фирмы исходит из предпосылок, что:

- оперативное управление осуществляют не собственники, а профессиональные менеджеры;
- цель менеджеров состоит в максимизации объёма продаж и поступающих в результате дохода.

Теория максимизации роста полагает, что собственники и менеджеры имеют общую цель - максимизацию роста фирмы.

Норма удержания прибыли - это отношение нераспределённой части прибыли к распределённой прибыли.

I путь к росту характеризует внутренний рост фирмы.

II путь роста фирмы связан - с централизацией производства и капитала в результате слияний и поглощений.

Задачи:

1. Фирма платит 50 руб. в день работникам и 200 руб. за аренду оборудования. Фирма нанимает такое количество труда и капитала, что предельный продукт капитал равен 4, а предельный продукт труда равен 8. Фирма выпускает 500 единиц товара в день. Использует ли фирма оптимальное сочетание факторов производства? Если нет, что ей надо сделать, чтобы улучшить свое положение? (Если возможно, укажите необходимые количественные изменения). Почему на последний вопрос у вас может быть несколько вариантов ответа?

2. Фирма, производящая конфеты, выбирает одну из трех производственных технологий, каждая из которых отличается различным сочетанием используемых ресурсов (труда и капитала).

Объем производства	**Технологии**					
	А		**Б**		**В**	
	L	**K**	**L**	**K**	**L**	**K**
1	**9**	**2**	**6**	**4**	**4**	**6**
2	**19**	**3**	**10**	**8**	**8**	**10**
3	**29**	**4**	**14**	**12**	**12**	**14**

4	**41**	**5**	**18**	**16**	**16**	**19**
5	**59**	**6**	**24**	**22**	**20**	**25**
6	**85**	**7**	**33**	**29**	**24**	**32**
7	**120**	**8**	**45**	**38**	**29**	**40**

Цена единицы труда равна 200, цена единицы капитала - 400.
1).Какую производственную технологию выберет фирма.
2).Найдите общие издержки фирмы.
3).Цена единицы труда увеличилась до 300. Найдите новое распределение ресурсов фирмы между технологиями.

3. Для фирмы известны данные об общих издержках.

Объем производства, в тыс. шт.	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
Общие издержки, в тыс. руб.	**0**	**32**	**48**	**82**	**140**	**228**	**352**

1). Определите величину долгосрочных средних и предельных издержек.
2). Какой объем производства является оптимальным для фирмы в долгосрочном периоде?
3). Какой эффект масштаба характерен для данного производства?
4. При каких значениях параметров a и b производственной функции Кобба-Дугласа вида $Q = X^aY^b$ предельная норма технологического замещения равна единице? Больше единицы? Меньше единицы?
5. Компания «Все люди – братья» известна своими эффективными способами производства. Новый директор компании провел реорганизацию, в результате которой предельная норма технологической замены капитала трудом снизилась на 5%, хотя выпуск фирмы не изменился. Означает ли это, что капиталовооруженность труда и/или капиталоемкость продукции компании выросла? Снизилась? Осталась без изменения? Обоснуйте свой ответ расчетами. Можно ли на основе имеющейся информации сделать вывод о динамике производительности труда на фирме после реорганизации?
6. Нарисуйте карту изоквант и определите следующие параметры производства:

- **предельные и средние продукты каждого фактора;**
- **предельную норму технологического замещения капитала трудом;**
- **вид эффекта масштаба;**
- **значения эластичностей замещения ресурсов и выпуска по ресурсам**

для производственных функций:
$Q = K^{1/2}L^{1/2}$
$Q = \min\{5K; 2L\}$
$Q = K + 1/2L$
$Q = K^{1/2} + L$
7. Технология производства компьютеров характеризуется функцией Кобба-Дугласа. Известно, что предельный продукт капитала всегда в два раза ниже среднего продукта капитала, а средний продукт труда всегда в полтора раза превышает предельный продукт труда. Используя 8 часов труда и 8 единиц капитала можно произвести 32 компьютера в день. На сколько увеличится выпуск компьютеров, если объемы используемых ресурсов увеличить в 8 раз?
8. Могут ли параметры производственной функции Кобба-Дугласа быть отрицательными? Больше единицы? Каков мог бы быть экономический смысл подобных функций производства?

9. Спрос на товар описывается формулой Qd=150-P. В отрасли действуют конкурентные фирмы. Их функция предложения равна Qs=P-10. На рынок внедряется доминирующая фирма, совокупные издержки которой составляют TC=10Q. Найдите параметры равновесия на рынке: а).без участия доминирующей фирмы; б).после внедрения доминирующей фирмы. Сравните общественное благосостояние до и после внедрения доминирующей фирмы на рынок. Прокомментируйте полученные результаты.

10. В условиях дуополии известны технологии выпуска товара фирмами. Одна единица товара, выпускаемого фирмой 1, требует одну единицу труда и одну единицу капитала. Одна единица товара, выпускаемого фирмой 2, требует две единицы труда и одну единицу капитала. Цена капитала равна r. Цена труда равна w. Спрос составляет P=1-q1-q2. Найти параметры рыночного равновесия по Курно, Штакельбергу, Форхаймеру, Эджуорту (придумайте эффективные ограничения мощности!), Бертрану. Показать, что прибыли фирмы не зависят от цены труда.

11. На рынке автомобилей действуют две одинаковые фирмы. Если фирмы заключат картельное соглашение, прибыль каждой фирмы возрастет на 2 млрд. долл. Если одна из фирм будет придерживаться соглашения, а вторая его нарушит, то фирма-нарушитель получит дополнительную прибыль в размере 3 млрд. долл., а прибыль фирмы, придерживающеся соглашения, упадет на 2 млрд. долл. Если же обе фирмы нарушат соглашение, их прибыли упадут на 1 млрд. долл. Найти величину дисконт-фактора, обеспечивающего поддержку соглашения в долгосрочном периоде. Каким образом изменится склонность фирм к нарушению соглашения (стабильность картеля) в случаях, если:

- **число фирм в отрасли возрастет до 4;**
- **пересмотр цен в картеле осуществляется раз в пять лет;**
- **спрос в отрасли нестабилен и может изменяться от Dmax до Dmin;**
- **в отрасли действуют две фирмы с разными издержками?**

12. Покажите, какая связь существует между уровнем отраслевой прибыли и уровнем концентрации в отрасли, если фирмы взаимодействуют по Курно. Можно ли на основании этой закономерности утверждать, что более высокий уровень концентрации всегда сопровождается более высоким уровнем прибыльности? Можно ли сделать такой вывод: высокая прибыль фирм в отрасли всегда служит показателем высокого уровня концентрации в отрасли? Почему да или почему нет?

13. Фирма по производству сахарной пудры является доминирующей на рынке. Кроме нее на рынке действуют еще 10 фирм-аутсайдеров. Спрос на рынке описывается уравнением: $Q = 700 - 4p$. Предельные издержки доминирующей фирмы равны: $MC = Q/2$. Предельные издержки аутсайдеров равны: $MC = q_i + 10$. Чему равны равновесные цены, равновесные количества, выпуск доминирующей фирмы на рынке? Наблюдается ли на рынке "ценовой зонтик"?

14. Рыночный спрос описывается уравнением Q_d=1000−20P. В отрасли действуют 50 одинаковых фирм, 30 из которых объединяются в картель. Предельные издержки каждой фирмы в долгосрочном периоде описываются уравнением MC_i=10+q_i. Объединенные в картель фирмы приобретают роль ценового лидера на рынке. Определите оптимальный объем выпуска картеля и «некартелированных» фирм и цену, которая складывается на рынке. Эффективен ли картель (сделайте выводы об устойчивости картеля)?

Задания

Задание№1 Бизнес это - _____

_____

_____

1_____(дело)

2_____(любой вид деятельности, приносящий доход)
3_____(система ведения дел)

Бизнес имеет

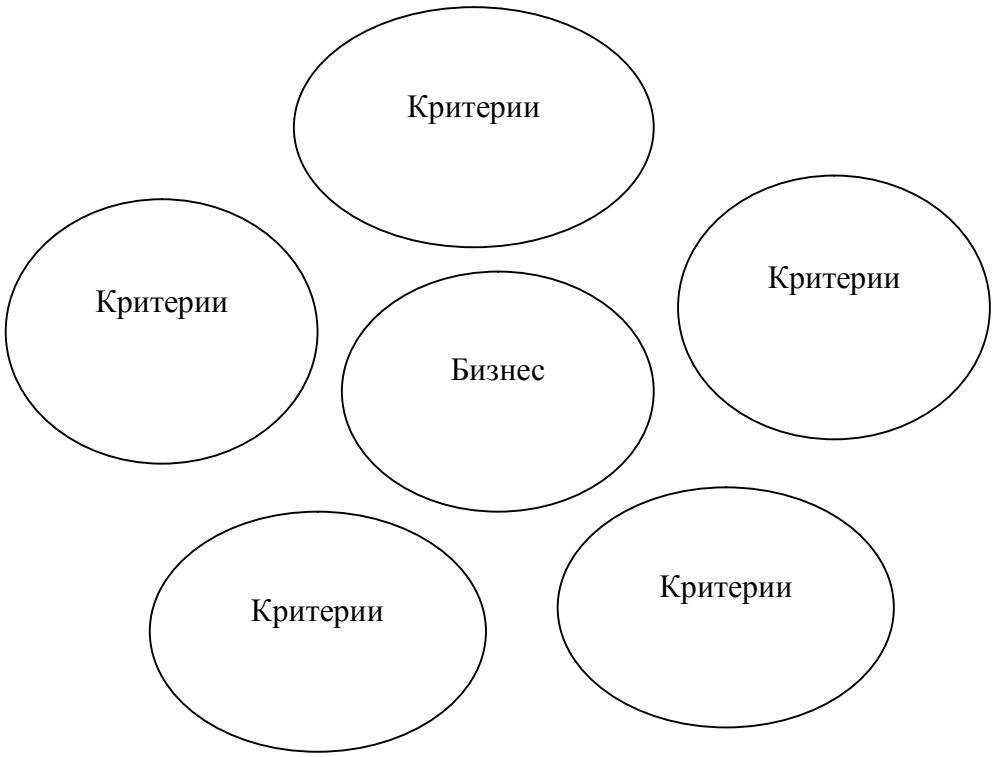
Стратегию

_____
_____
_____

Тактику

_____
_____
_____

Задание№2 Выделите формы бизнеса:



Впишите критерии бизнеса и их формы, в каждый лепесток своеобразного цветка «бизнес».
Задание№3. Предпринимательство это- _____
_____
_____
_____
_____

1. _____(новаторство)
2. _____(риск)
3. _____(ориентация на достижение успеха)
4. _____(обеспечение развития экономики и т.д.)
5. _____
6. _____

Задание№4 Совместите формы предпринимательства по достоинствам и недостаткам.

Частнопредпринимательская фирма	**Партнёрство**	**Корпорация**

Достоинства:		
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.
Недостатки:		
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.

Резюме:_____

_____

Тема №10: Теория производства

а. **Технология обучения на лекции**

Количество студентов: 10-30 чел.	**Время – 2 часа**
Форма учебного занятия	Вводно-тематическая лекция – визуализация
План лекции	1. Производственная функция, общий и предельный продукт. 2. Производство в краткосрочном периоде. 3. Производство в долгосрочном периоде.
Цель учебного занятия: раскрыть сущность экономической деятельности фирмы, производственные функции использования ресурсов фирмы в краткосрочно и долгосрочном периодах.	
Задачи преподавателя: • раскрыть сущность производственной функции, общего и предельного продукта; • рассказать о производстве в краткосрочном и долгосрочном периодах;	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • уметь правильно дать характеристику производства как производственной функции; • уметь правильно дать характеристику технологии производства и условий работы фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах.
Методы и техники обучения	Активизация и интенсификация деятельности обучаемых, техники: блиц-опрос, фокусирующие вопросы, «думай – работай в паре – делись», техника «да - нет».
Средства обучения	Лазерный проектор, визуальные материалы, информационное обеспечение.
Формы обучения	Коллективная, фронтальная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы с ТСО.

Технологическая карта лекции

Этапы, время	**Деятельность**	
		студентов
1 этап. Введение (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1. Слушают

2 этап. Актуализация знаний (20 мин.)	2.1. С целью актуализировать знания студентов задает фокусирующие вопросы: 1. Что из себя представляет производственная функция? 2. Что такое общий, средний и предельный продукт? 3. Определите условия работы фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах? Для ответа на вопросы организует работу в парах. Проводит опрос. Делает обобщающий вывод. 2.2. Выводит на экран формулу: «Производственной функции», знакомим с содержанием формулы, кратко характеризуем её. Знакомим с рейтингом текущего, промежуточного и итогового контроля. Знакомит со списком основной литературы, требованиями к студентам.	2.1. Отвечают на вопросы. 2.2. Изучают содержание графика №1, высказывают суждения о роли и значении товаров. 2.3. Изучают содержание формулы, записывают требования рейтинг-контроля.
3 этап. Информационный (45 мин.)	3.1. Последовательно излагает материал лекции по вопросам плана, использует визуальные материалы и систему фокусирующих вопросов: По 1 вопросу. Что такое производственная функция? По 2 вопросу. Что такое технология производства? Акцентирует внимание на ключевых моментах темы, предлагает их записать.	3.1. Обсуждают содержание схем и таблиц, визуальные материалы, уточняют, задают вопросы. Записывают главное.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4.1.Задает вопрос: «Дайте характеристику деятельности фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах?». Делает итоговое заключение. 4.2. Дает задание для самостоятельной работы: разработать технологию производства своей фирмы, занимающейся производственной деятельностью	4.1. Отвечают на вопрос. 4.2. Слушают, записывают.

Вопросы:

1. Дайте понятие краткосрочного и долгосрочного периодов производства?
2. Что гласит закон убывающей отдачи?
3. Охарактеризуйте средний и предельный продукты труда?
4. Метод расчёта среднего продукта предприятия?
5. Понятие переменных и постоянных факторов производства?
6. Приведите формулу минимизации издержек производства?
7. Графическое расположение изоквант?
8. Графическое описание изокост?

Опорный конспект

Производство в краткосрочном периоде

Краткосрочным называется период, в течение которого, по крайней мере, один фактор производства сохраняет прежние размеры (т.е. является фиксированным, постоянным), а фирмы не могут ни покинуть отрасль, ни войти в неё.

Долгосрочным, напротив, называется период, достаточно продолжительный для того, чтобы все факторы имели возможность изменить свои размеры, т.е. стать переменными, а фирмы могли покинуть отрасль или войти в неё.

Наиболее важная особенность производства в краткосрочном периоде состоит в том, что производительность ресурсов подвержена убывающей отдаче.

Закон убывающей отдачи гласит, что если к фиксированным по размеру факторам добавлять дополнительные единицы переменного фактора, то настанет момент, когда получаемый в

результате добавочный продукт начнёт неуклонно снижаться. Другими словами, предельный (добавочный) продукт, полученный от единицы переменного фактора, имеет тенденцию к понижению в краткосрочном периоде. Эта тенденция продемонстрирована при помощи табл. 1 и рис. 1.Таблица 1

Труд (рабочие)	Совокупный продукт, шт.	Предельный продукт труда	Средний продукт труда
L	TP	MP	AP
1	10	10	10,0
2	25	15	12,5
3	35	10	11,7
4	40	5	10,0
5	42	2	8,4
6	42	0	7,0

Этот закон объясним следующим образом. Например, из тактических соображений предприниматель решил быстро выбросить на рынок дополнительную партию товара. Естественно, что он не может моментально построить новый цех или оснастить его дополнительным оборудованием. Размеры капитала в краткосрочном периоде остаются прежними. Но, предприниматель может нанять дополнительных рабочих, которые, предположим, будут работать в ночную смену на уже имеющихся станках, или нанять рабочих, которые будут помогать основным рабочим, т.е. подносить заготовки, убирать отходы, складировать готовые изделия и т.п. В результате наём каждого дополнительного работника может увеличить объём производства. Однако, с каждым новым работником это будет сделать всё труднее и труднее. Прирост продукции с каждым разом будет всё меньше. Наконец, может настать тот момент, когда множество людей буду просто путаться друг у друга под ногами, мешать друг другу и снижать отдачу. Это означает, что предельный продукт (т.е. прирост продукции) станет равен нулю, следовательно, в такой ситуации, надо прекратить наём работников. Дальнейшее наращивание производства возможно только при большем его масштабе, т.е. при одновременном увеличении размеров, как труда, так и капитала.

Средний продукт труда характеризует количество изделий, выпущенных в среднем одним работником:

$AP = TP / P. (= Q / L)$

Производство в долгосрочном периоде

В долгосрочном периоде все факторы становятся переменными в том смысле, что у предпринимателя есть достаточно времени, чтобы изменить их размер (например, построить новый завод, установить новую партию станков).

Факторы производства могут быть использованы не только совместно, но и в определённой степени они могут заменять друг друга. Поэтому предпринимателю надлежит выбрать такую технологию, которая позволит минимизировать издержки производства.

Формула минимизации издержек выглядит следующим образом:

$MP_L / P_L = MP_K / P_K$

Данная формула означает, что отдача от каждого вложенного сума издержек должна быть одинаковой для каждого ресурса. Если на вложенный сум предельный продукт труда будет больше, чем предельный продукт капитала, предприниматель будет нанимать больше работников и сократит количество используемого капитала. И наоборот.

К такому же выводу можно подойти, сделав анализ изоквант и изокост в долгосрочном периоде.

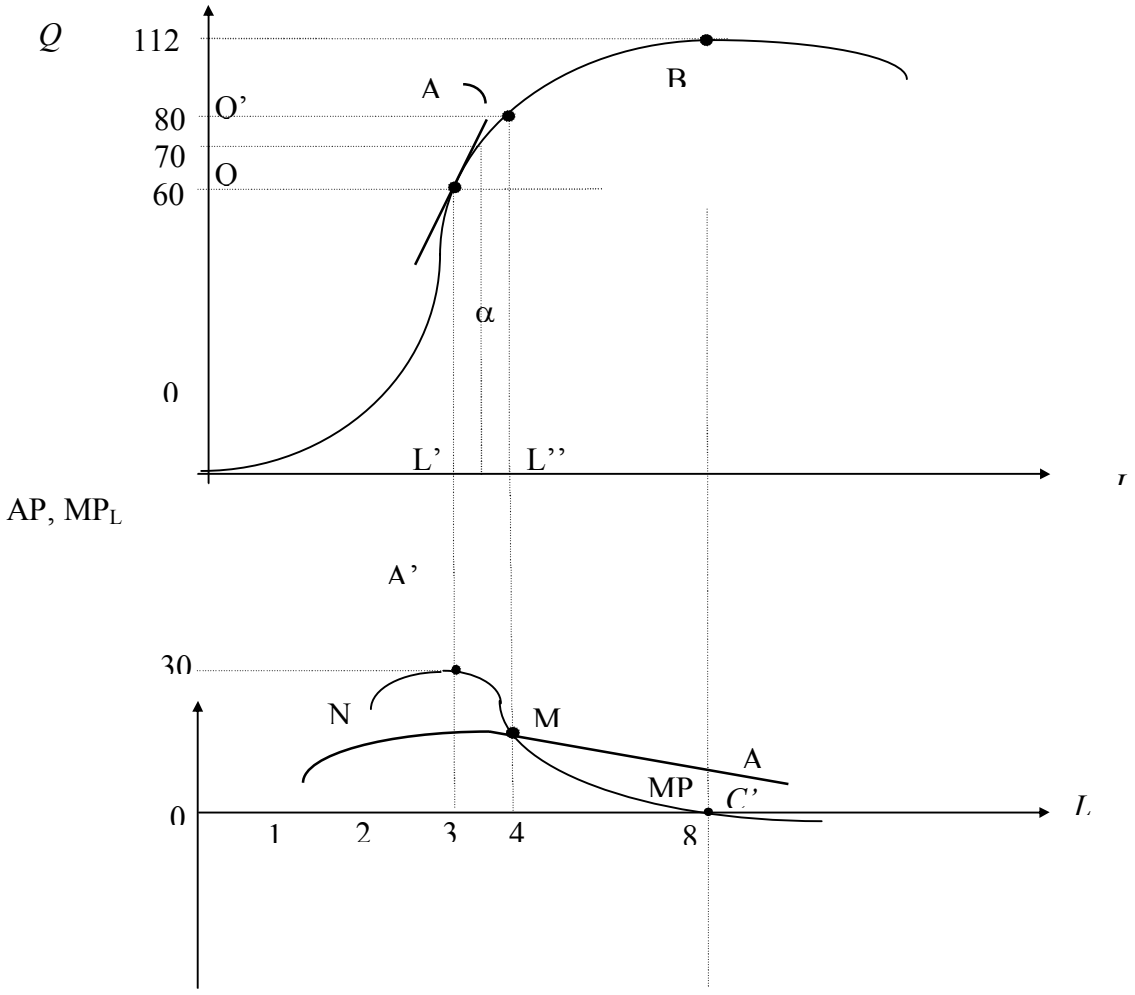


рис.1. Производственный график на основе изменения одного из факторов производства (труда)

Изоквантой называется геометрическое место точек, соответствующих всем комбинациям двух ресурсов, способным произвести заданный объём продукта. По существу и графически изокванты напоминают кривые безразличия. Действительно, предпринимателю безразлично, какую комбинацию ресурсов применить: A, B или C, поскольку в любом случае будет произведено одно и тоже количество товара (рис. 2).

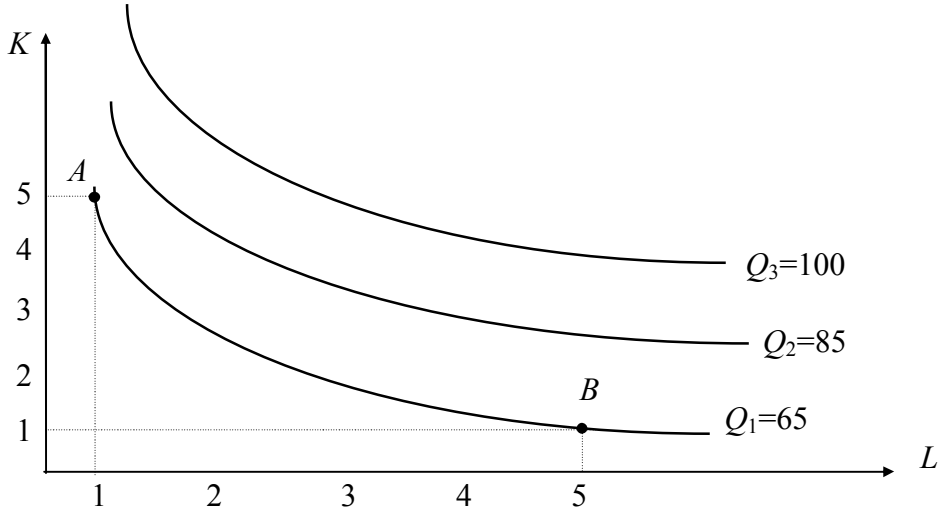


Рис. 2 Изокванты.

Изокванты обладают теми же свойствами, что и кривые безразличия. Их число на одной карте выбора фирмы бесконечно. Они никогда не пересекаются. Чем выше расположена изокванта, тем большему объёму выпуска она соответствует.

Изокоста есть геометрическое место точек, соответствующих всем комбинациям двух ресурсов, которые имеют одинаковую стоимость. Изокоста аналогична бюджетной линии потребителя.

Изобразим на одном рисунке несколько изокост, характеризующих разные уровни издержек производства, и изокванту, показывающую заданный объём производства.

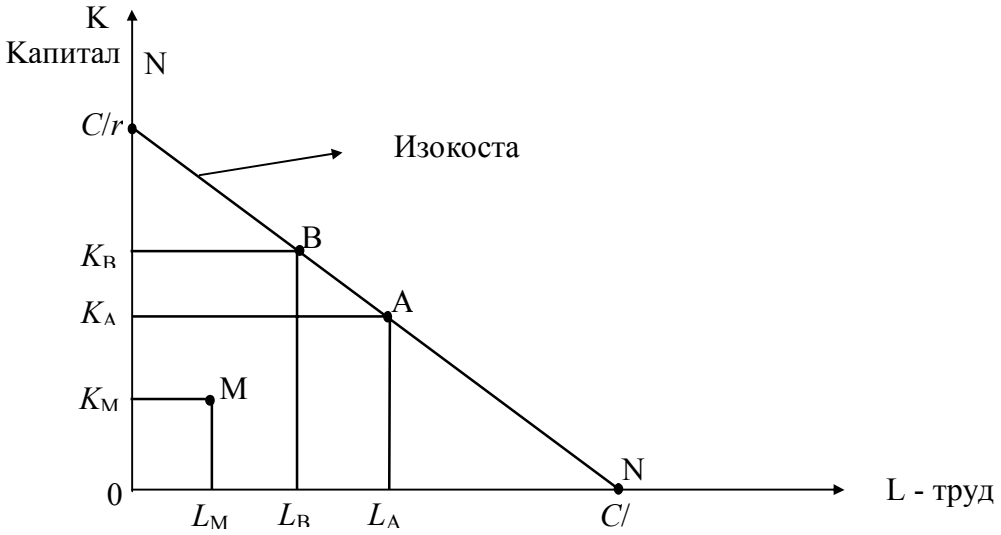


Рис.3. Изокоста.

Там, где изокванта коснётся одной из изокост лишь одной своей точкой (это будет изокоста, расположенная по возможности наиболее близко к началу координат), заданный объём производства будет произведён при наименьших издержках (рис. 3).

1**.2. Технология обучения на семинаре**

Количество студентов: 10-15 чел.	**Время - 4 часа**
Форма учебного занятия	**Семинар по углублению и расширению знаний**
Вопросы для обсуждения на семинаре	1. Производственная функция, общий и предельный продукт. 2. Производство в краткосрочном периоде. 3. Производство в долгосрочном периоде.

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме

Задачи преподавателя:	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен:
• создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • организовать процесс формирования и изложения своей позиции; • развить навыки коммуникации, работы в группах/парах.	• дать определение понятиям: производственная функция, технология производства; • описать эффект масштаба на производстве.

Методы и техники обучения	Активизация и интенсификация деятельности обучаемых, дискуссия, техники:, презентация, «Круглый стол», структурно-логическая схема.
Средства обучения	Учебные пособия, доска, мел.
Формы обучения	Индивидуальная, работа в группах/парах.
Условия обучения	Аудитория, предназначенная для занятий в группах, с использованием ТСО

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов
1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Объявляет, что обучение будет проводиться с применением технологии со вместной работы в группах. 1.2. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям те мы. Предлагает дать определение понятиям: «рынок, неопределенность и риск». Задает вопрос: «Что такое производственная функция?». Выслушивает 1-2 ответа и объявляет, что дальнейшее обсуждение темы будет проводиться после выполнения задания в группах, в процессе презентации результатов групповой работы. Задает вопрос: «Как должна вести себя фирма в условиях краткосрочного и долгосрочного периодов?». Объясняет, что каждый получит индивидуальную оценку в соответствии с оценкой результатов работы всей группы, знакомит с правилами работы в группе. Сообщает, что результаты совместной деятельности в группах должны быть представлены на плакатных листах.	1.1. Слушают, записывают 1.2. Отвечают на вопрос.
2 этап. Работа в группах (20 мин.)	2.1. Разделяет обучаемых на 3 группы. Раздает учебное задание. Уточняет, какие учебные результаты должны быть получены. Комментирует показатели и критерии оценки. Разъясняет, какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Объявляет о начале работы в группах.	2.1. Знакомятся с учебными заданиями, показателями и критериями оценки. Выполняют задания.
3 этап. Презентация (45 мин.)	3.1.Организует взаимооценку результатов работы в группах. Комментирует, обобщает знания, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	3.1. Дополняют, оценивают.
4 этап. Заключи-тельный (10 мин.)	4. Подводит итоги работы.	4. Слушают, уточняют.

Задачи

1. Фирма, производящая конфеты, выберет одну из 3-х производственных технологий, каждая из которых отличается различным сочетанием используемых ресурсов (труда и капитала). Данные о применяемых технологиях производятся в таблице.

Таблица 1.

ОБЪЁМ ПРОИЗВОД-СТВА	**ТЕХНОЛОГИИ**					
	А		**Б**		**В**	
	L	**K**	**L**	**K**	**L**	**K**
1	9	2	6	4	4	6
2	19	3	10	8	8	10
3	29	4	14	12	12	14
4	41	5	18	16	16	19
5	59	6	24	22	20	25
6	85	7	33	29	24	32
7	120	8	45	38	29	40

(L-труд, К - капитал; все показатели измеряются в единицах за неделю). Предположим, что цена единицы труда составляет 200 долл., а цена единицы капитала - 400 долл.,

А) Установите, какую производственную технологию выберет фирма при каждом уровне выпуска продукции.

Б) Определите общие издержки при каждом уровне выпуска продукции.

В) Предположим, что цена единицы труда увеличилась до 300 долл., а цена капитала осталось прежней. Повлияет ли это изменение в цене на выбор технологии фирмой?

Г) Установите, какая технология будет выбрана для каждого объема производства при новом уровне издержек на оплату труда.

2. В таблице 2. приведены данные об общих издержках фирмы в долгосрочном периоде.

Таблица 2.

Объём производства (шт. неделю)	Издержки (дол.)		
	общие	средние	Предельные
0	0	—	—
1	32	—	—
2	48	—	—
3	82	—	—
4	140	—	—
5	28	—	—
6	352	—	—

А) Определите величину долгосрочных средних издержек и долгосрочных предельных издержек.

Б) Постройте кривые долгосрочных средних издержек и долгосрочных предельных.

В) При каком объеме производства долгосрочные средние издержки окажутся минимальными?
Г) При каком объеме производства долгосрочные предельные издержки будут равны долгосрочным средним издержкам?

3. На основании кривых, которые вы построили, выполнив упражнение 2, ответьте на следующие вопросы:
а) При каких объемах выпуска продукции фирма испытывает положительный эффект увеличения масштаба производства? Отрицательный эффект?
б) Каким окажется минимальный эффективный масштаб производства в данной фирме?
в) Предположим, что вы могли бы измерять отдачу от масштаба производства в отдельной точке на кривой LAC. Какой объём производства показывает точка, в которой LAC оказываются минимальными?

4. Фирма несет постоянные издержки в размере 45 долл. Данные о средних переменных издержках в краткосрочном периоде (SAVC) приводит в таб. 3.

Таблица 3.

Объём производства (шт/неделю)	SAVC
1	17
2	15
3	14
4	15
5	19
6	29

а) Определите средние постоянные, средние общие и предельные издержки в краткосрочном периоде.
б) Начертите кривые SAVC, SATC и SMC; проверьте, проходит ли кривая SMC через минимальные точки других двух кривых.
в) Объём производства в фирме увеличился с 5 до 6 штук в неделю, краткосрочные предельные издержки должны возрасти. Объясните, почему это произойдет. Укажите, какую роль при этом играет предельный продукт труда.

5. В краткосрочном периоде фирма может варьировать использование трудовых ресурсов, может повлиять на величину используемого капитала. Таблица 4 показывает, как изменяется выпуск продукции вследствие изменения объемов применяемого труда.

Таблица 4

Затраты труда (чел/ нед)	Объём продукта (ед./нед.)	MP_L	AP_L
0	0	—	—
1	35	—	—
2	80	—	—
3	122	—	—
4	156	—	—
5	177	—	—
6	180	—	—

а) Определите предельный продукт труда (MP_L) и средний продукт труда(AP_L).
б) Постройте кривые MP_L и AP_L
в) Определите, при каком примерно уровне использования труда кривая MP_L пересечет кривую AP_L .
г) Повлияет ли изменение в затратах капитала на положение кривой MP_L?

6. Каждая из четырех кривых краткосрочных средних общих издержек, указанных на рис 19. представляет различный масштаб деятельности фирмы.
а) Определите, какой объём выпуска продукции является для фирмы оптимальным?
б) Если фирма увеличит масштаб деятельности за пределы оптимального, то каким окажется характер отдачи от масштаба?

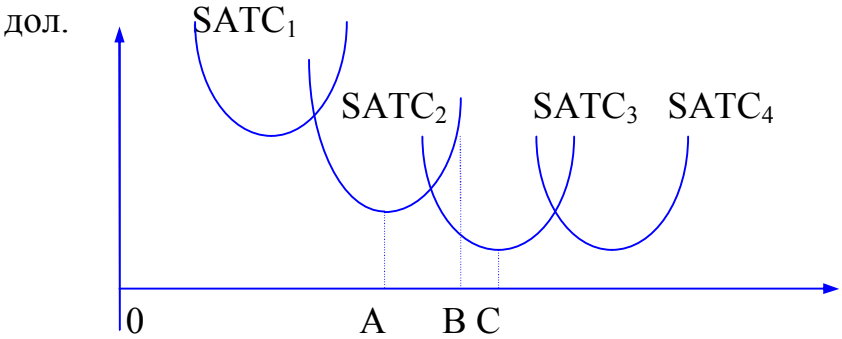


Рис.19.

в) Какой из четырех масштабов производства был бы выбран, если бы фирма выпускала продукцию в объеме 0A?
г) Если фирма расширит объём производства до 0B, то как изменится масштаб деятельности фирмы в краткосрочном и долгосрочном периодах?
д) Начертите кривую долгосрочных средних издержек фирмы.

ТЕСТЫ:

1. При каких условиях действует закон убывающей производительности фактора производства?
1) Другие факторы производства остаются постоянными.
2) Уровень технологии не изменяется.
3) Все единицы переменного фактора являются однородными.
Выберите один из следующих вариантов ответа:
а) 1,2 и 3 правильные
б) Только 1 и 2 правильный
в) Только 2 и 3 правильный
г) Только 1 правильный
д) Только 3 правильный

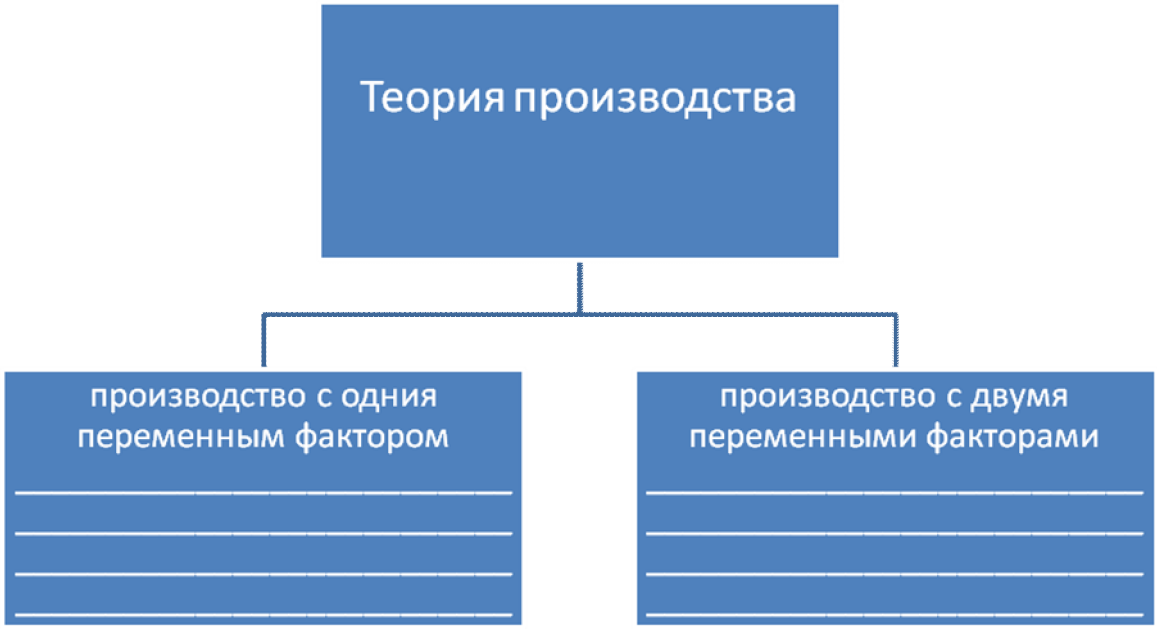
2. Какой из следующих утверждений относящихся к кривой краткосрочных предельных издержек, является неверным?
а) Предельные издержки равны средним издержкам, когда средние издержки принимают минимальное значение.
б) Когда средние издержки сокращаются, предельные издержки оказываются меньше средних издержек.
в) Предельные издержки больше средних издержек в том случае, когда объём выпускаемой продукции больше оптимального.
г) На величину предельных издержек не влияет изменение цен на факторы производства.
д) Предельные издержки не зависят от постоянных издержек.
3. В краткосрочным периоде фирма, максимизирующая прибыль, прекратит производство, если окажется, что:
а) цена меньше минимальных средних общих издержек;
б) нормальная прибыль ниже среднеотраслевой;
в) общий доход меньше общих издержек;
г) общий доход меньше общих переменных издержек;
д) средние переменные издержки меньше, чем цена.

4. Любая точка, находящаяся либо на изокванте, либо на изокосте, означает:
а) количество производимого продукта;
б) объём продукта в денежном выражении;
в) комбинацию физических объемов ресурсов;
г) сумму издержек;
д) сумму переменных издержек.

5. Изокванта иллюстрирует:
а) кривую общего объема продукта;
б) производственную функцию;
в) различные объемы продукта, которые можно произвести при заданных количествах ресурсов;
г) кривую среднего продукта;
д) кривую предельного продукта.

6. Средние общие издержки производства продукции достигают минимальной величины при том объеме продукции, когда:
а) AVC = TFC;
б) прибыль будет максимальный;
в) MC = AVC
г) MC = ATC;
д) ни один из ответов не является верным;

Задания
Задание №1: Как рассматривается в микроэкономике теория производства?



Задание №2: Что имеется в виду при определении производства как производственной функции?

Задание №3: Карта изоквант – это _____

_____

изобразите графически:

Задание №4: Изокванта – это _____

_____

_____

дайте ей характеристику:

_____

_____

_____

Тема №11: Издержки производства

11.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	Время - 2 часа.
Форма учебного занятия	Информационная лекция – визуализация с решением практических задач
План лекции	1. Издержки производства и их виды. 2. Издержки производства в краткосрочном и долго срочном периодах. 3. Денежная выручка и прибыль предприятия. Масса и норма прибыли. Факторы, влияющие на норму прибыли.
Цель учебного занятия: сформировать целостное представление об экономической сущности издержек и прибыли предприятия, об их видах и особенностях, ознакомить с понятиями убыточности и банкротства.	
Задачи преподавателя: • разъясняет сущность издержек и различные подходы к их определению и классификации; • описывает виды издержек производства, их особенности в краткосрочном и долгосрочном периодах; • дает понятие денежной выручки и прибыли предприятия; • дает определение массы и нормы прибыли, называет факторы, влияющие на норму прибыли.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • дать определение понятий издержки производства, постоянные и переменные издержки, внутренние и внешние издержки, средние и общие издержки, предельные издержки, коммерческие издержки денежная выручка и прибыль предприятия (фирмы), нормальная прибыль, экономическая прибыль, масса и норма прибыли; • объясняет закон убывающей нормы прибыли; • описывает понятие убыточности, процесс банкротства и санации предприятий; • называет факторы, влияющие на норму прибыли и направления ее распределения.
Методы и техники обучения	Активизация и интенсификация деятельности обучаемых, обучение сообща, техники: инсерт, «думай-работай в паре-делись», презентация, блиц-опрос.
Средства обучения	Лазерный проектор, информационное обеспечение, листы для презентации А32, маркеры, скотч, опорный конспект.
Формы обучения	Фронтальная, коллективная работа, работа в группах.
Условия обучения	Аудитория, имеющая условия для использования ТСО/ информационных технологий

Технологическая карта лекции

Этапы, время	Деятельность	
	преподаватель	студенты
1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Раздает опорный конспект и Лист заданий для закрепления знаний (*приложение 2*, 6). 1.2. Напоминает о задании самостоятельного прочтения темы методом Инсерт и предлагает на-	Слушают, записывают, отвечают.

	звать ключевые понятия темы. Проводит блиц-опрос. 1.3. Объявляет, что на занятии будет использован метод обучения сообща, напоминает правила работы в группах, знакомит с показателями и критериями оценки (*приложение 4*, 5).	
2 этап. Актуализация знаний (5 мин.)	2.1. С целью актуализации знаний студентов да ет задание разбиться на пары, обдумать и ответить на проблемный вопрос: владелец пекарни распола гает собственными (принадлежащими ему) помеще нием и денежным капиталом, да еще сам организует свой бизнес. Как вы считаете, в данном случае ис пользование этих ресурсов (производственных пло щадей, инвестиций в оборудование, менеджерских услуг) является доходами или издержками пекаря, учитывая, что это не требует от него прямых денеж ных затрат? 2.2. Проводит блиц-опрос.	Обсуждают в парах, отвечают на вопросы.
3 этап. Информаци-онный (65 мин.)	3.1. Читает лекцию (20 мин), используя визу альные материалы, вопросы для актуализации и опорный конспект (*приложение 1, 2, 3*) 3.2. Объявляет, что для закрепления знаний по теме будет проведено тестирование и решение прак тических задач. 3.3. Разделяет студентов на 7 групп и распре деляет задания для выполнения в каждой группе (*приложение 6*) 3.4. Организует процесс обсуждения и решения заданий в группах до 10 минут, консультирует, сти мулирует самостоятельное нахождение решения. 3.5. Организует презентацию результатов рабо ты групп (до 5 минут). Комментирует, корректирует ответы, оценивает презентацию.	3.1. Слушают, записывают отдельные положения, уточняют, задают вопросы. 3.2. Самостоятельно выполняют задание, выступают с презентацией результатов своей работы. 3.3. Активно обсуждают, дополняют, задают вопросы, высказывают собственное мнение.
4 этап. Заключи-тельный (5 мин.)	4.1. Подводит итоги, обобщает результаты, поощ ряет активных участников. 4.2. Дает задание для самостоятельной работы: решить тесты (*приложение 7*). Раздает студентам материалы кейса на предыдущем занятии для ознакомления.	4.1. Слушают, уточ-няют. 4.2.Знакомятся с со-держанием кейса.

Приложение 3 (11.1) Вопросы для актуализации знаний

I. Назовите виды издержек производства предприятия.
2.Какие критерии можно выделить при классификации издержек по их содержанию, составу и видам?
3. Что такое коммерческие издержки, каковы источники их покрытия и виды?
4. Чем различаются издержки производства в долгосрочном и краткосрочном периодах?
5. В чем отличие экономических и бухгалтерских издержек.
6. Что значит внешние и внутренние издержки фирмы?
7. Как вы понимаете: общие, средние и предельные издержки?
8. Чем отличаются понятия денежная выручка и прибыль предприятия?
9. В чем отличие бухгалтерской, экономической и нормальной прибыли?
10. Назовите пути максимизации прибыли предприятия(фирмы)?
II. Что значит, по вашему, масса и норма прибыл?
12. Что может повлиять на норму прибыли?В чем суть закона убывающей нормы прибыли?
13. По каким направлениям использования вы распределили бы прибыль фирмы?

14. Дайте понятие убыточности предприятия, назовите причины.
15. Что такое санация?

Издержки	**Определение**	**Пример**
Постоянные **РС (Р|хес1 соз(5)**	Издержки, которые не зависят от объема производства	1000 д.е.
Переменные **УС (УапаЫе соз(5)**	Издержки, меняющиеся в зависимости от объема выпуска	1400 д.е. (5 изделий)
Общие **ТС (То1а1 соз(5)**	Сумма постоянных и переменных издержек производства	1000 + 1400 = 2400 д.е.
Средние **АТС(Ауегаде То1а1 соз(5)**	Издержки производства в расчете на единицу продукции	2400:5 = 480 д.е.

Закон убывания прибыли заключается в том, что при расширении использования в производстве какого-либо одного переменного ресурса (при условии постоянства остальных) отдача от него сначала растет, а потом замедляется. В итоге предельный продукт на определенном этапе начнет сокращаться, а предельные издержки – возрастать

Банкротство — устойчивая финансовая несостоятельность фирмы, неспособность внести обязательные платежи в бюджет и расплатиться с кредиторами

Причина банкротства — убыточность — превышение затрат над доходами

Причина убыточности — неумелое хозяйствование, незнание законов рынка

Санация

— оздоровление деятельности хозяйствующего субъекта путем оказания ему финансовой помощи. При этом финансовую поддержку может осуществлять любая заинтересованная сторона

Цель санации — сохранить предприятие как хозяйствующую единицу при условии выполнения требований кредиторов.

Продолжительность санации не должна превышать 1.5 года. Если ее цель достигнута, дело о банкротстве прекращается.

В Узбекистане подход к решению банкротства отличается большой взвешенностью

Правительственная комиссия по рассмотрению хозяйственно-финансовой деятельности убыточных предприятий тщательно анализирует состояние дел на каждом подобном предприятии

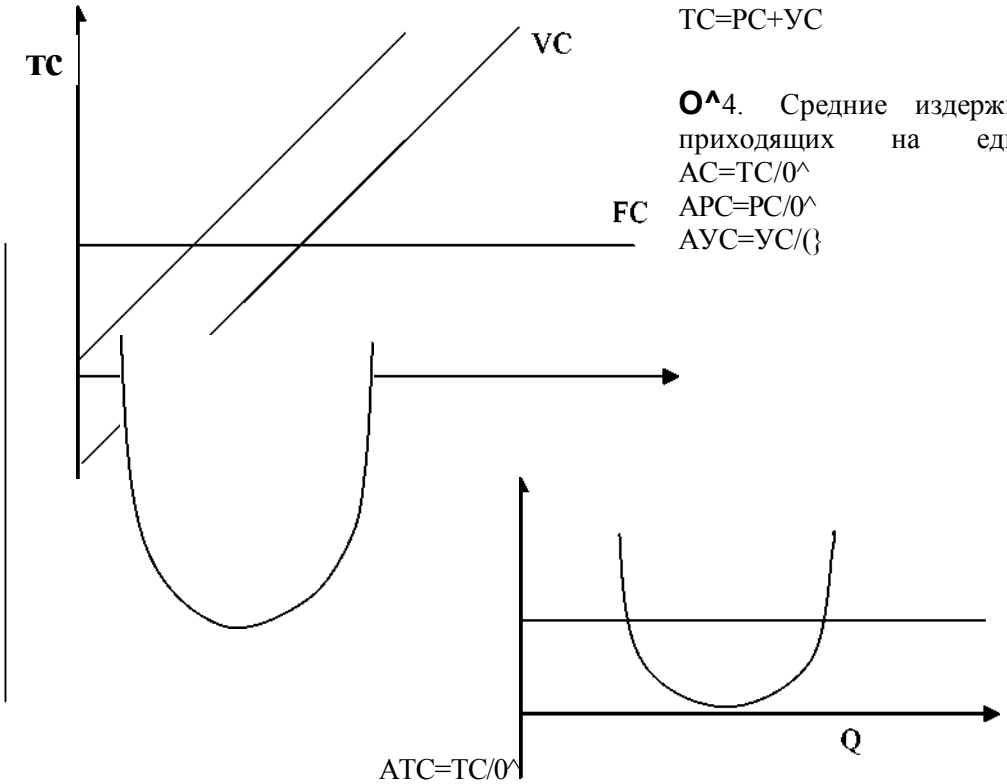
После этого вносит предложение в **Высший хозяйственный суд Узбекистана,** выполняющий арбитражные функции о принятии **решения о банкротстве** или предоставляет возможность погасить задолженность, поправить свое финансовое положение

Приложение 2 (11.1) Опорный конспект

Издержки - это главный фактор, влияющий на объем предложения, поэтому прежде чем принять решение о том, сколько товаров произвести, фирма должна посчитать производственные издержки. *Издержки* - это оплата денежных факторов производства. Современные западные экономисты выделяют:

1. Постоянные издержки - это издержки, которые не изменяют своей величины в процессе производственной деятельности (здания, некоторые виды налогов) (РС).
2. Переменные издержки - величина изменяется с изменением объема производства (сырье, материалы) (УС).
3. Общие издержки (ТС).

О



TC=PC+УС

О^4. Средние издержки - количество издержек приходящих на единицу продукции. АС.
AC=TC/0^
АРС=РС/0^
АУС=УС/(}

Р
Р'

О

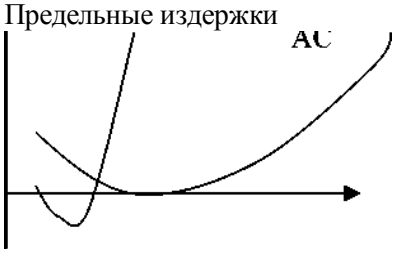
Банкрот Р<АС

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

Издержки производства и условия максимизации производителя.

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

Предельные издержки



Это дополнительные издержки на производство, каждой дополнительной единицы продукта.

мс= тс/ о

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

1. Фирма должна прекратить производство, если ТК от продажи любого объема ее продукции не превосходит УС производства данного количества товаров и услуг.

Иными словами, чтобы Р < АУС.

2. Чтобы добиться максимальной прибыли, фирма должна производить такой объем продукции, при котором МК = МС.

На рынке совершенной конкуренции ни одна из фирм не влияет на цену своей продукции, а Р = МК, поэтому максимизация общей прибыли (Рг = МК-МС) достигается тогда, когда Р = МС. При этом, если Р > МС, то производство можно расширить. Если Р < МС, то производство нужно сокращать (схема 1).На *рынке несовершенной конкуренции,* чтобы получить максимальную прибыль объемы производства и реализации следует увеличивать до тех пор, пока МК > МС, если МК < МС, производство следует сокращать, если МК = МС, фирма получает максимальную прибыль.

Приложение 5 (11.1)

Показатели и критерии оценки работы в баллах

Группа	Решение (полнота, правильность)	Объяснение (ясность, логика)	Активность группы (дополнения, вопросы, ответы)	Сумма баллов	Оценка 2-3 - отл. 1-2 - хор. 0,5-1 - уд.
	(1,2)	(1,2)	(0,6)	(3,0)	
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					

Задания для закрепления знаний

Приложение 6 (11.1)Задание 1 группы Выберете единственное решение, обоснуйте выбор.

1. Под издержками производства понимают:

а) затраты материальных ресурсов и денежных средств, которые несет производитель при про изводстве продукции;

б) затраты материальных ресурсов и денежных средств, которые несет общество на производ ство продукции;

в) денежные расходы, которые несет фирма при закупке сырья, материалов, топлива, рабочей силы и др.

г) издержки на собственный и самостоятельно используемый ресурс.

2. Внутренние издержки представляют собой:

а) затраты материальных ресурсов и денежных средств, которые несет производитель при про изводстве продукции;

б) затраты материальных ресурсов и денежных средств, которые несет общество на производ ство продукции;в) денежные расходы, которые несет фирма по закупке сырья, материалов, топлива, рабочей си
лы и др.

г) издержки на собственный и самостоятельно используемый ресурс.

3. Чтобы удержать предпринимателя в рамках данного предприятия, необходимо:

а) снизить налоги на предпринимательскую деятельность;

б) обеспечить ему «нормальную прибыль»;

в) обеспечить ему возмещение издержек производства;

г) обеспечить предпринимателю независимые от государства условия хозяйствования.

4. Расходы на рекламу продукции по телевидению возмещаются:

а) из прибыли производителя;

б) из прибыли торгового предприятия;

в) за счет увеличения стоимости товара;

г) за счет торговой надбавки к цене товара.

5. Постоянные издержки фирмы - это:

а) затраты на ресурсы по ценам, действовавшим в момент их приобретения;

б) минимальные издержки производства любого объема продукции при наиболее благоприятных условиях производства;
в) издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукция не производится;
г) неявные издержки;
д) ни один из ответов не является правильным.

6. Взаимосвязь между всем возможными вариантами сочетаний факторов производства и объём выпускаемой продукции выражается при помощи:

а) кривой производственных возможностей;
б) кривой общего объема выпуска продукта;
в) производственной функции;
г) эластичности предложения;
д) кривой общих затрат;

7. Какие из следующих видов издержек не принимаются во внимание при выработке решений об оптимальном объеме производства фирмы?
а) Средние переменные издержки.
б) Бухгалтерские издержки.
в) Средние постоянные издержки.
г) Предельные издержки.
д) Неявные издержки.

8. Какая из следующих кривых никогда не принимает $\cup$ - образной формы?
а) AVC.
б) MC.
в) AFC.
г) ATC.
д) LATC.

9. Если AVC сокращаются по мере роста объема производства, то:
а) MC также должны сокращаться;
б) TFC также должны сокращаться;
в) TC также должны сокращаться;
г) ATC должны быть ниже, чем AVC
д) MC должны быть ниже, чем AVC.

10. Какое из следующих утверждений является правильным?
а) Бухгалтерские издержки + экономические издержки = нормальная прибыль.
б) Экономическая прибыль — бухгалтерская прибыль = явные издержки.
в) Бухгалтерская прибыль — неявные издержки = экономическая прибыль.
г) Экономическая прибыль — неявные издержки = бухгалтерская прибыль.
д) Явные издержки + неявные издержки = бухгалтерские издержки.

11. В долгосрочном периоде:
а) все издержки являются переменными;
б) все издержки являются постоянными;
в) переменные издержки растут быстрее, чем постоянные;
г) постоянные издержки растут быстрее, чем переменные;
д) все издержки выступают как неявные.

12. Какой из следующих утверждений, характеризующих связь между TP, AP и MP, является неверным?
а) AP продолжает расти до тех пор, пока увеличивается MP.
б) AP достигает максимального уровня до того, как TP становится максимальным.
в) TP достигает максимального уровня, когда MP = 0.
г) MP = AP при максимальном уровне AP.
д) TP снижается, если MP < 0.

Следующие данные относится к тестам 15-17. Единственным переменными ресурсом является труд, остальные факторы - фиксированные.

Число рабочих (чел)	0	1	2	3	4	5	6
Выпуск продукции (шт)	0	40	90	126	150	165	180

13. Предельный продукт начнет сокращаться при найме:
а) 6-го рабочего;

б) 4-го рабочего;
в) 3-го рабочего;
г) 2-го рабочего;
д) 1-го рабочего.
14. Предельный продукт 6-го рабочего:
а) составит 180 штук;
б) составит 30 штук;
в) составит 15 штук;
г) является отрицательной величиной;
д) невозможно определить на основе имеющих данных.
15. Средний продукт достигает максимальной величины, когда занято:
а) 6 рабочих;
б) 5 рабочих;
в) 4 рабочих;
г) 3 рабочих;
д) 2 рабочих.
16. Какое из следующих выражений представляет собой предельные издержки?
а) ▲TVC : Q.
б) ▲TVC : ▲Q.
в) TFC : Q.
г) (P * Q) : ▲Q.
д) ▲TFC : ▲Q.
17. Какое из следующих выражений представляет собой общие издержки?
а) ▲MC.
б) TVC — TFC.
в) TFC + TVC.
г) TFC + TVC + MC.
д) (TFC + TVC) : Q.
18. В краткосрочном периоде фирма производит 500 единиц продукции. Средние переменные издержки составляет 2 долл., средние постоянные издержки-0,5 дол. Общие издержки составляет:
а) 2,5 долл.;
б) 1250 долл.;
в) 750 долл.;
г) 1100 долл.;
д) невозможно определить на основе имеющихся данных.
19. Если фирма увеличивает затраты на ресурсы на 10%, а объём производства возрастает при этом на 15%, то в этом случае:
а) наблюдается отрицательный эффект масштаба;
б) наблюдается положительный эффект масштаба;
в) действует закон убывающей производительности;
г) кривая LATC сдвигается вверх;
д) фирма получает максимальную прибыль.

Задание 2 группы Объясните при каких условиях в долгосрочном периоде возможна ситуация:

А) постоянные издержки становятся переменными; Б) переменные издержки начинают увеличиваться; В) постоянные издержки равны нулю; Г) постоянные издержки больше переменных; Д) валовые издержки являются неявными.

Задание 3 группы

Общество при производстве продукции понесло следующие затраты:

№ п/п	Состав затрат	Сумма (млд.руб.)
1	сырье и основные материалы	500
2	вспомогательные материалы	60
3	оздоровительные мероприятия	2
4	топливо и энергия	80
5	подготовка кадров	6
6	амортизация	50

7	зарплата, отчисления на социальное страхование	120

8 прочие затраты 40

Определите себестоимость и стоимость произведенной продукции.

Задание 4 группы

Предприниматель осуществляет промышленное производство на конкурентном рынке в районе, где достигнута полная занятость. При этом имеются следующие данные:

Число работающих станков	1	2	3	4	5	6	7	8
Выпуск продукции в тыс. шт.	6	15	23	30	36	42	46	48

При какой степени загрузки станочного парка будет достигнут оптимальный, с точки зрения предпринимателя объем производства? Будет ли он таким же с точки зрения общества?

Задание 5 группы

У вас имеются следующие данные о деятельности фирмы, чьи средние переменные издержки достигли минимального уровня:

P	Q	TR	TC	FC	VC	AC	AVC	MC
3, 0				6000	8000	3, 50		

Заполните таблицу, внося недостающие цифры, и определите какую цель должна преследовать данная фирма на рынке.

Задание 6 группы

В условиях монополии с ростом выпуска продукции цена на нее падает. Найдите объем выпус-ка, максимизирующий прибыль.

Объем выпуска, шт.	1	2	3	4	5
Цена, тыс. д. е.	4	3	2, 5	2	1, 5
Общие затраты, тыс. д. е.	1, 5	2, 5	3	5	8, 5

Задание 7 группы

Желая открыть новое дело, бизнесмен вложил в него собственный капитал - 500 тыс. д. е. Если бы он взял эту сумму в банке, он должен был бы заплатить из расчета 12% годовых.

Когда после года деятельности бизнесмен будет подсчитывать свой доход, он вычтет из общей выручки неявные затраты. Каковы они?

Приложение 7 (11.1) Тесты

1. Выберите правильный ответ

Монополия максимизирует прибыль, если:

1) производит такое количество продукции, при котором предельный доход равен предельным издержкам
2) производит такое количество продукции, при которой предельн. доход ниже предельн. издержек.
3) производит таксе количество продукции, при которой предельн. доход выше предельн. издержек
4) производят такое количество продукции, при которой предельн. доход равен цене

2. Выбрать правильный ответ

В условиях несовершенной конкуренции

1) МК<Р
2) МК>Р
3) МК=Р

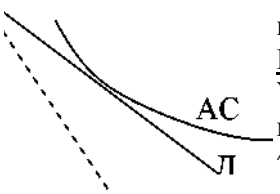
где МК - предельный доход Р - цена.

3. Выбрать правильный ответ

На графике изображены кривые спроса (Д), средних издержек (АС) предельного дохода (МК) для монополистической конкуренции. Для определения объема продаж (О^) и цен {Р), принося щих фирме экономическую прибыль, на график надо нанести:

1) кривую средних постоянных издержек (АРС)
2) кривую средних переменных издержек (АУС)
3) кривую предельных издержек (МС)

Р |



---------- *^

4. Выбрать правильный ответ

Условием равновесия фирмы при несовершенной конкуренции для чистой монополии в короткий период является.

1) МС=МК= АС=Р
2) МС=МК< АС< Р
3) МС<МК<АС<Р

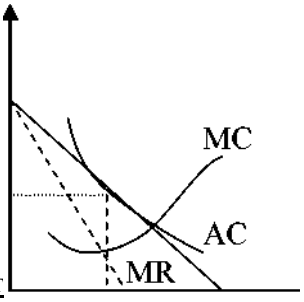
4) MC=МК>АОР,

где: МС - предельные издержки; МК - предельный доход; АС - средние издержки; Р - цена.

5. Выбрать правильный ответ

В состоянии долгосрочного равновесия фирмы получают:

1) экономическую прибыль
2) убыток
3) нормальную прибыль



6. Выбрать правильный ответ

P

4) убыток

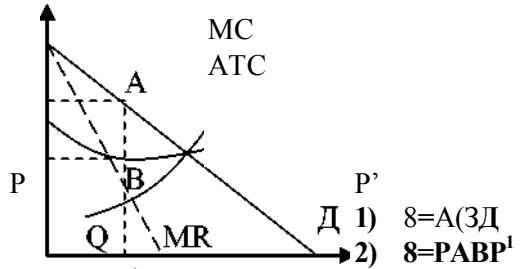
Q

На графике с системой координат цена (Р) и объем (Q) приведены кривые спроса (Д), предельного дохода (MR), средних издержек (АС) и предельных издержек (МС). Ситуация на графике характеризует, что фирма "чистый" монополист в коротком периоде получает при объеме Q^m:

1) экономическую прибыль
2) нормальную прибыль
3) монопольную сверхприбыль

7. Выберите правильный ответ

Величине монопольной прибыли монополии соответствует площадь фигуры:



1) 8=А(ЗД
2) 8=РАВР^1
3) 8=ОР^{1}В0
4) 8=ОРА0

11.2.Технология обучения на семинаре

Количество студентов: 10-15 чел.

Время - 2 часа

Форма учебного занятия: активизация и интенсификация обучаемыхПлан семинара

1. Введение
2. Индивидуальная работа
3. Работа в группах.
4. Презентация.
5. Заключение

Цель учебного занятия: систематизировать закрепить и углубить знания по теме, сформировать навыки проблемного анализа и принятия управленческих решений.

Задачи преподавателя:

- систематизировать закрепить и углубить знания по теме;
- ознакомить со схемами анализа практических ситуаций;
- отработать навыки индивидуального и группового анализа проблем и принятия решений;
- выработать навык самостоятельной работы, систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа;
- формировать коммуникативные навыки, умение работать в команде.

Результаты учебной деятельности: Студент должен:

- проанализировать представленную ситуацию;

- рассчитать оптимальный объем производства и максимальный объем прибыли;
- подготовить информацию для принятия решения;

сделать итоговое заключение на основе произведенных	дискуссия, презентация, техники: блиц-опрос, презентация.
Средства обучения	учебные пособия, учебные тетради, листы для презентации А32.
Формы обучения	Индивидуальная, коллективная, работа в группах
Условия обучения	Аудитория, имеющая условия для работы в группах

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность преподавателя	Деятельность студентов
1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1.Слушают
2 этап. Актуализация знаний (10 мин.)	2.1. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям темы с целью актуализировать знания студентов. (*приложение 2*). 2.2. Знакомит с порядком работы на семинаре и критериями оценки (*приложение 4*, 5).	2.1.Отвечают на вопросы 2.2. Обсуждают, задают вопросы.
3 этап. Индивидуальная работа (20 мин.)	3.1. Организует обсуждение материалов, содержащихся в кейсе, обращает внимание на правила работы, на схему анализа ситуации, формулировку проблемы. Использует вопросы для обсуждения (*приложение 3*). 3.2. Дает задание провести анализ ситуации, сформулировать проблему и наметить ход решения, а затем решить.	3.1. Обсуждают материалы кейса, уточняют, задают вопросы. 3.2. Самостоятельно заполняют лист анализа ситуации, намечают алгоритм решения, решают проблему.
4 этап. Работа в малых группах (20 мин.)	4.1. Делит учащихся на группы. 4.2. Дает задание совместно обсудить и проанализировать ситуацию, заполнить лист анализа ситуации для группы, выработать алгоритм решения и решить задачу, подготовиться к презентации решения группы.	4.1. Выполняют действия по решению кейса и оформлению листа презентации.
5 этап. Презентация (20 мин.)	5.1.Организует презентацию и оценку выступлений по результатам работы в группах. 5.2.Комментирует, корректирует ответы, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе анализа ситуации и решения задачи.	5.1. Представители групп выступают с презентацией решений, обосновывают свою точку зрения. 5.2.Остальные участники оценивают выступление групп, задают вопросы.

6 этап. Заключительный (5 мин.)	6.1. Подводит итоги, сообщает результаты взаимооценки. 6.2.Дает задание прочитать текст лекции по теме 12 с использованием метода Инсерт.	6.1. Слушают, уточняют, записывают.

Приложение 1 (11.2) КЕЙС – СТАДИ «Принятие деловых решений» Введение

Целью данного кейс-стади является анализ конкретной рыночной конъюнктуры и прогнозирование реальной величины прибыли для принятия обоснованного решения об объеме производства с точки зрения президента компании.

Кейс-стади «Принятие деловых решений» направлен на закрепление знаний по разделу курса экономической теории «Теория рыночной экономики», углубление знаний по теме «Издержки и прибыль предприятия(фирмы», а также формирование умений и навыков анализа и решения проблемных ситуаций для принятия научно обоснованного управленческого решения.

Данный кейс соответствует типу «Учебные ситуации с формированием проблемы». Вам необходимо разработать ход решения задачи, решить ее, представить вывод и предложение по решению управленческой проблемы.

1 часть. Организационное обеспечение

1.1. Описание ситуации

Вы – президент новой компании по выпуску товара «Набор скорой помощи», то есть аптечки и набора инструментов первой необходимости, которые помещаются в перчаточном отделении автомобиля. Ваша компания только начала работать и может произвести 500 таких наборов в неделю. Менеджер по продаже рекомендует производить все 500 наборов, аргументируя: «чем больше произведем, тем больше продадим и получим прибыли». Финансовый менеджер выступает против поспешных решений и говорит, что через месяц он прогнозирует повышение производительности в 2 раза и тогда можно пересмотреть решение о расширении объемов производства. Президент дает указание предоставить ему подробное обоснование для объема производства на сегодняшний момент и через месяц для принятия окончательного решения.

1.2. Проблема. Каков оптимальный объем производства?

1.3. Задача. Сколько наборов нужно производить сейчас и через месяц?

1.4. Алгоритм решения.

1. Проанализируйте представленную ситуацию и составьте ход решения задачи.
2. На основе исходных данных и составленного алгоритма для решения задачи, заполните вспомогательные таблицы и подготовьте информацию для принятия решения.
3. Сделайте итоговое заключение на основе произведенных расчетов для принятия управленческого решения.

1.5. Сов

ты и рекомендации к анализу ситуации.

Лист анализа ситуации 1. Прочитайте всю имеющуюся информацию.

2. Постарайтесь охарактеризовать ситуацию. Затем письменно зафиксируйте выводы – основную проблему и проблемы, ей подчиненные.
3. Зафиксируйте все факты, касающиеся этой проблемы .
4. Сформулируйте критерий для проверки правильности предложенного решения.
5. Попробуйте найти альтернативные варианты решения, если такие существуют. Какие из них наиболее соответствуют критерию?
6. Разработайте перечень мер по реализации вашего решения.
7. Заполните лист анализа ситуации.

Название этапа анализа	Содержание этапа анализа	Результат анализа	Критерии оценки
1. Анализ ситуации	1. Обзор заданной конкретной ситуации и определение существенной для решения задачи информации. 2. Характеристика ситуации: Что происходит? С чьим участием и почему? Каков результат развития событий?		Краткость
2. Формулировка проблемы	Предложение, отражающее суть проблемы		Краткость: до 9 - 10 слов.
3. Определение участников событий	а) указание роли и статуса всех участников событий б) характеристика организации, в ко-		Максимальная краткость

	торой разворачиваются события: ее природа, характер (бизнеса), специфические особенности		
4. Установление хронологии событий	Указание фактов и событий без оценки и в обратном хронологическом порядке: что случилось? Что происходит сейчас? Что ожидается?		Ясность и точность
5. Выяснение альтернатив решения и выбор лучшей альтернативы	Формулировка альтернатив решения: перечисление возможных направлений действий. Аргументация и оценка каждой альтернативы. Указание положительных и отрицательных сторон. Выбор лучшей из альтернатив решения задачи.		Ясность и точность изложения, аргументированность выбора
6. Разработка решений	Разработка во всех деталях решения и его обоснование		Ясность и точность

2 часть. Информационное обеспечение 2.1. Основные материалы: *исходная информация.*

Данные о состоянии компании по выпуску товара «Набор скорой помощи»

Цена за единицу (долл.)	**Произведено и продано (долл.)**	**Совокупные постоянные издержки (долл.)**	**Совокупные переменные издержки (долл.)**	**Совокупные издержки (долл.)**	**Объем продаж (долл.)**	**Чистая прибыль (долл.)**
10	25	50	75	125	250	125
8	35	50	100	150		
7	50	50	160	210		
6	70	50	210	260		
5	90	50	250	300		
4	100	50	300	350		

2.2. Дополнительные материалы: *теоретические аспекты*

Рациональным поведением для коммерческой фирмы считается такое, которое обеспечивает максимально возможную прибыль.

Выбор модели поведения определяется двумя главными обстоятельствами:

• временным фактором (короткий или длительный период);

• видом конкуренции (совершенная или несовершенная). В КОРОТКИЙ ПЕРИОД, если требуется увеличить объем производства, фирма может достичь

этого, увеличивая лишь переменные факторы (труд, материалы, сырье и т.п.). Постоянные факторы (размеры сооружений, количество машин) изменить фирма не успевает.

В ДЛИТЕЛЬНОМ ПЕРИОДЕ поведение фирмы иное; в ответ на постоянно изменяющийся уровень производства она имеет возможность изменить все факторы производства. Поэтому все они становятся переменными. В этот период фирма стремится минимизировать затраты, комбинируя факторы, замещая труд капиталом и наоборот.

Влияние типа конкуренции на поведение фирмы более сложно.

Рассмотрим рациональное поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции. Будем помнить, что цель фирмы — максимизировать разрыв между ценами и издержками.

На рынке совершенной конкуренции ни одна из фирм не влияет на цену своей продукции. Что же может сделать предприниматель, чтобы получить максимальную прибыль? Он может только изменить объемы производства. Тогда встает следующий вопрос: какое количество продукции фирма должна производить и продавать, чтобы получить максимальную прибыль? Чтобы найти ответ на этот вопрос, необходимо сравнить рыночную цену на продукт и предельные издержки фирмы.

Если фирма будет увеличивать на одну, две, три и т.д. единицы свою продукцию, то каждая следующая единица (скажем, каждый новый телевизор) будет что-то добавлять как к общему доходу, так и к общим издержкам. Это «что-то» — предельный доход и предельные издержки.

Если предельный доход больше предельных издержек, то каждый произведенный новый телевизор добавляет к общему доходу величину больше той, что он прибавляет к общим издержкам. Значит, разность между предельным доходом (MR) и предельными издержками (MC), т.е. прибыль (P),

— увеличивается: Р = МК - МС. Обратное происходит, когда предельные издержки выше предельного дохода.

Вывод: Максимум общей прибыли достигается тогда, когда наступает равенство между ценой и предельными издержками: Р = МС.

Если Р > МС, то производство необходимо расширять. Если Р < МС, то производство надо сокращать. Точка равновесия фирмы и максимальной прибыли достигается в случае равенства предельного дохода и предельных издержек.

Приложение 2 (11.2) Вопросы для блиц-опроса

1. Назовите виды издержек производства предприятия.
2. Какие критерии можно выделить при классификации издержек по их содержанию, составу и видам?
3. Что такое коммерческие издержки, каковы источники их покрытия и виды?
4. Чем различаются издержки производства в долгосрочном и краткосрочном периодах?
5. В чем отличие экономических и бухгалтерских издержек?
6. Что значит внешние и внутренние издержки фирмы?
7. Как вы понимаете: общие, средние и предельные издержки?
8. Чем отличаются понятия денежная выручка и прибыль предприятия?
9. В чем отличие бухгалтерской, экономической и нормальной прибыли?
10. Назовите пути максимизации прибыли предприятия(фирмы)?

Приложение 3 (11.2) Вопросы для коллективного обсуждения при решении кейса

1. При каком уровне производства чистая прибыль вашей компании максимальна?
2. Почему вы не станете увеличивать производство после того, как достигните уровня максимальной прибыли?
3. При каких условиях вы будете производить больше?
4. Как увеличение производительности в 2 раза отразится на данных таблицы?

Приложение 4 (11.2)

Норма времени

1. Индивидуальнее решение -20 мин.
2. Коллективное обсуждение и оформление презентации – 20 мин.
3. Презентация – до 5 мин.

Приложение 5 (11.2)

Лист оценки работы на семинаре

Показатели и критерии оценки (в баллах) максимально – 3,0 балла	Группы		
	1	2	3
1. *Решение кейса (0 -2,1):*			
- лист анализа ситуации (0 - 0,5);			
- ход решения (0 - 0,5)			
- 1 таблица (при данной производительности) (0-0,3);			
- 2 таблица (при новой производительности) (0 - 0,3);			
- четкая формулировка выводов (0 - 0,5)			
2. *Презентация (0,7)*			
- последовательность, логика и ясность изложения (0-0,4);			
- активность при обсуждении (0 - 0,3);			
3. *Соблюдение регламента (0 - 0,2)*			
Итого:			

Задания

Задание№1. Дайте характеристику издержек производства. Издержки производства - это_____

_____

_____

_____

_____

_____;

1._____
_____
2._____
_____
3._____
_____
4._____
_____

2. **Издержки производства бывают:**

Явные	Неявные (вменённые)
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Задание №2. Издержки производства в краткосрочном периоде представлены:

Фиксированные издержки: (TFC)_____
_____
_____
_____
_____

Переменные издержки (TVC):_____
_____
_____
_____
_____

Совокупные общие издержки (TC):_____
_____
_____

Задание№3.

Средние издержки это:	**Предельные издержки это:**	**Коммерческие издержки это:**
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.

Тема №12: Максимизация прибыли фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции

12.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	Вводно-тематическая лекция – визуализация
План лекции	1. Способы определения максимума прибыли в краткосрочном периоде (2 способа). 2. Предельные издержки и кривая краткосрочного предложения.
Цель учебного занятия: раскрыть возможность получения максимума прибыли фирмы в краткосрочном периоде при совершенной конкуренции.	
Задачи преподавателя: • раскрыть сущность способов получения максимума прибыли фирмы в краткосрочном периоде;	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • уметь правильно дать характеристику деятельности фирмы в краткосрочном периоде; • уметь правильно дать характеристику способов измерения максимума прибыли в краткосрочном периоде. • уметь правильно раскрывать сущность предельных издержек и кривой краткосрочного предложения
Методы и техники обучения	Активизация и интенсификация деятельности обучаемых, техники: блиц-опрос, фокусирующие вопросы, «думай – работай в паре – делись», техника «да - нет».
Средства обучения	Лазерный проектор, визуальные материалы, информационное обеспечение.
Формы обучения	Коллективная, фронтальная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы с ТСО.

Технологическая карта лекции

Этапы, время	**Деятельность**	
		студентов
1 этап. Введение (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1. Слушают
2 этап. Актуализация знаний (20 мин.)	2.1. С целью актуализировать знания студентов задает фокусирующие вопросы: 1. Что из себя представляет фирма в краткосрочном периоде при совершенной конкуренции? 2. Какие 2 способа получения максимума прибыли фирмы в краткосрочном периоде? Для ответа на вопросы организует работу в парах. Про водит опрос. Делает обобщающий вывод. 2.2. Выводит на экран схему (рис. 1,2), показывающие деятельность фирмы в краткосрочном периоде, знакомим с содержанием схемы, кратко характеризуем их. Знакомим с рейтингом текущего, промежуточного и итогового контроля. Знакомит со списком основной литературы, требованиями к студентам.	2.1. Отвечают на вопросы. 2.2. Изучают со держание графика №1, высказыва ют суждения о роли и значении товаров. 2.3. Изучают содержание схемы, записывают требования рейтинг-контроля.

3 этап. Информационный (45 мин.)	3.1. Последовательно излагает материал лекции по вопросам плана, использует визуальные материалы и систему фокусирующих вопросов: По 1 вопросу. Как достигнуть максимум прибыли в краткосрочном периоде? По 2 вопросу. Какая связь предельных издержек и кривой краткосрочного предложения? Акцентирует внимание на ключевых моментах темы, предлагает их записать.	3.1. Обсуждают содержание схем и таблиц, визуальные материалы, уточняют, задают вопросы. Записывают главное.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4.1.Задает вопрос: «Дайте характеристику методам измерения риска?». Делает итоговое заключение. 4.2. Дает задание для самостоятельной работы: изучить поведение потребителей на рынке и выделения групп потребителей по риску на примере собственной группы.	4.1. Отвечают на вопрос. 4.2. Слушают, записывают.

Вопросы:

1. Что подразумевается под рыночной и нерыночной (индивидуальной) ценой продукта?
2. Дайте понятие среднему и предельному доходу фирмы?
3. Как посчитать совокупный доход фирмы?
4. Изобразите графики среднего, предельного и совокупного доходов?
5. Дайте понятие предельных издержек фирмы?
6. Опишите графически равновесие фирмы в краткосрочном периоде?
7. Как вы понимаете метод совокупных показателей, каким путём он р.?
8. Назовите формулу расчёта величины средней прибыли предприятия?

Опорный конспект

Спрос на продукцию фирмы и её предложение в краткосрочном периоде

В экономической теории совершенной конкуренцией называют такую форму организации рынка, при которой *исключены все виды соперничества* как между продавцами, так и между покупателями. Совершенная конкуренция совершенна в том смысле, что при такой организации рынка каждое предприятие сможет продать по данной рыночной цене столько продукции, сколько оно пожелает, а на уровень рыночной цены не сможет повлиять ни отдельный продавец, ни отдельный покупатель.

Спрос на продукцию фирмы в краткосрочном периоде.
Краткосрочным периодом называется такой период, в течение которого производственные *мощности* каждого предприятия (размеры и число заводов, фабрик, других производственных единиц) *фиксированы*, но выпуск может быть увеличен или снижен за счет изменения объема использования переменных факторов. Общее число предприятий в отрасли остается *неизменным*.
Длительным периодом называют такой период, в течение которого производственные мощности могут быть приспособлены к условиям спроса и затрат. В предельном случае (если условия деятельности совершенно неблагоприятны) предприятие может полностью прекратить деятельность (уйти из отрасли или с рынка). С другой стороны, новые предприятия могут войти в отрасль (на рынок) в случае благоприятных рыночных условий. Таким образом, *число предприятий* в однородной отрасли в длительном периоде *может варьировать*.

В коротком периоде количество предприятий в отрасли и их мощность постоянны, в длительном не только объем применяемых ресурсов и затраты, но и число предприятий и их мощности переменны.

Так как фирма в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции является ценополучателем, она может продать по рыночной цене любое количество продукции. В любом случае её поставки на рынок не изменят принципиально общий объём отраслевого предложения. Продавать дешевле нет смысла, если можно всё продать по данной рыночной цене. Однако, продавать дороже фирма не сможет: в этом случае спрос на её продукцию сразу же упадёт, ведь потребители с лёгкостью могут купить такие же товары у других производителей по рыночной цене. Таким образом, рынок примет продукцию фирмы только по рыночной цене. В связи с этим кривая спроса на продукцию фирмы будет представлять собой горизонтальную прямую, отстоящую от горизонтальной оси на высоту, равную рыночной цене продукта (рис. 1).

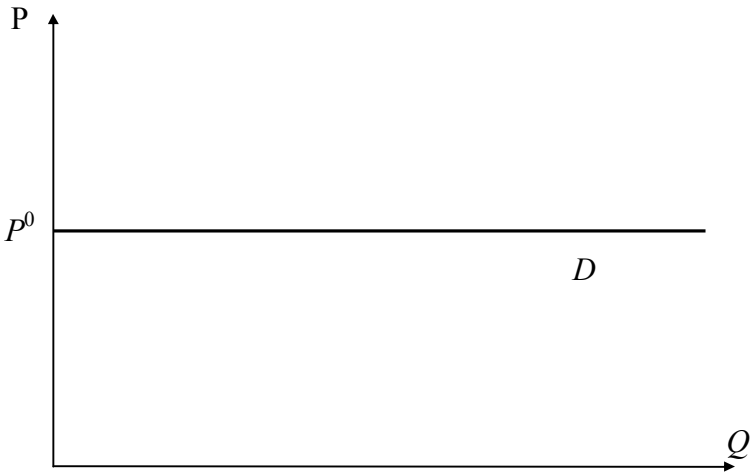


Рис. 1. Кривая спроса на продукцию фирмы.

Следует отметить, что эта же прямая будет одновременно и графиком среднего и предельного доходов фирмы. С каждой новой единицей проданного продукта доход фирмы будет возрастать на величину, равную цене этого продукта. Средний доход, приходящийся на единицу продукта, также будет равен его цене. Таким образом, D = MR = AR.

Что же касается совокупного дохода фирмы, то его легко можно подсчитать по формуле: PxQ. Графически величину совокупного дохода можно либо проиллюстрировать на примере прямоугольника OP_1 TQ_1, либо изобразить как особую кривую. В условиях совершенной конкуренции кривая совокупного дохода есть прямая линия, проходящая через начало координат.

Предложение фирмы. В краткосрочном периоде кривая предложения фирмы определяется её кривой предельных издержек. Поскольку предельные издержки растут по мере увеличения объёма производства, нужна более высокая цена на продукт, чтобы побудить производителя наращивать производство. Поэтому кривая предложения будет иметь восходящий вид.

Равновесие фирмы в краткосрочном периоде. Пересечение кривых спроса и предложения покажет равновесие фирмы.

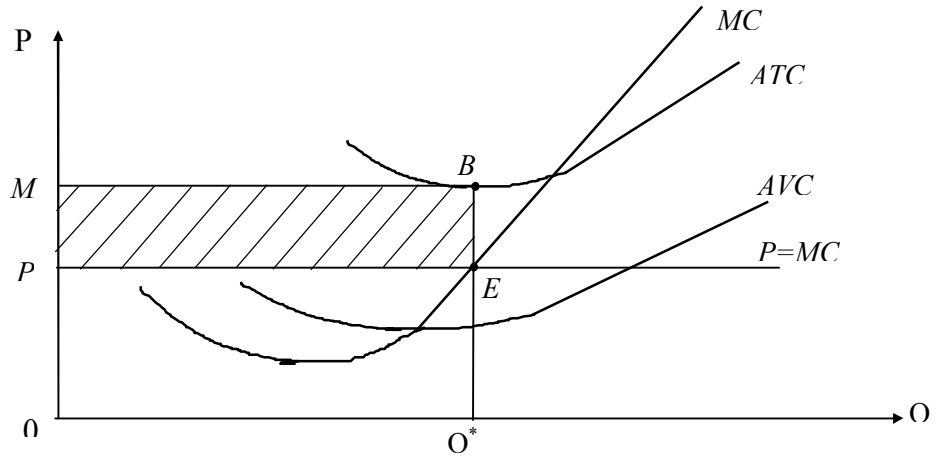


Рис. 2. Равновесие фирмы в краткосрочном периоде

По графику 2 можно заключить, что производитель будет наращивать объём производства до тех пор, пока его предельный доход не сравняется с предельными издержками. В случае, когда MR = MC, производитель уже не может ничего более прибавить к своей прибыли и размер последней достигает своего максимума. Если продолжить производство далее, то предельный доход окажется меньше предельных издержек и прибыль начнёт падать.

Следовательно, MR = MC является условием максимизации прибыли, а точка пересечения кривых MR и MC является точкой равновесия фирмы. В свою очередь, равновесие фирмы характеризуется равновесной ценой PE и равновесным объёмом производства QE, при которых прибыль фирмы достигает максимума.

Условия максимизации прибыли фирмы

Доминирующая концепция поведения фирмы исходит из предпосылки, что основной целью фирмы является прибыль. Стремление максимизировать прибыль пронизывает все помыслы и действия предпринимателя. В каких же условиях при совершенной конкуренции эта цель может быть реализована?

Существуют два подхода к изучению проблемы. Первый основан на совокупных показателях, второй – на предельных и средних.

Метод совокупных показателей.. Совокупная прибыль фирмы представляет собой разницу между совокупным доходом (выручкой) и совокупными издержками

ТП = TR – TC.

Очевидно, что прибыль будет максимальной в том случае, когда разность между совокупной выручкой и совокупными издержками достигает наибольшей величины. Графически это проиллюстрировано на рис. 3, где интервал AB – наибольшее вертикальное расхождение между кривыми TR и TC – означает величину прибыли.

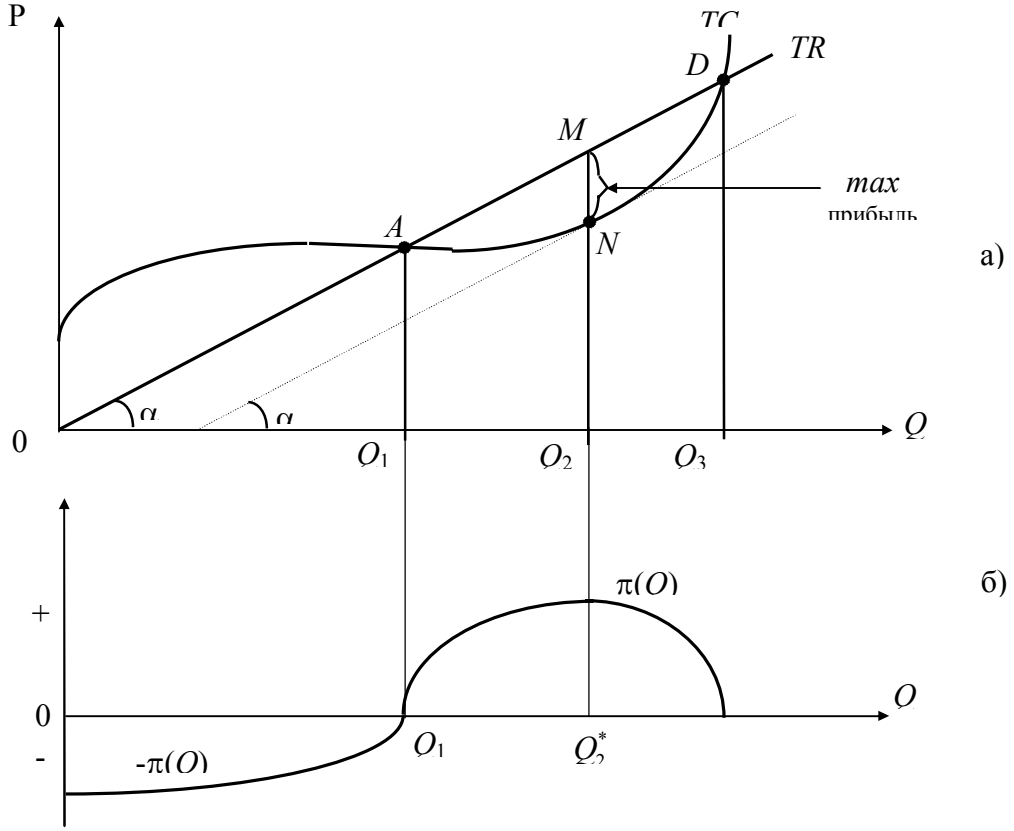


Рис. 3. Совокупная выручка, издержки и прибыль фирмы

Метод средних и предельных издержек. Для применения данного метода необходимо найти величину средней прибыли, получаемой на единицу продукции:

АП = AR – AC.

В условиях совершенной конкуренции средняя прибыль равна разности между ценой и средними издержками: АП = P - AC. В таком случае совокупная прибыль определяется умножением средней прибыли на количество выпущенной продукции:

ТП = АП x Q.

1**.2. Технология обучения на семинаре**

Количество студентов: 10-15 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	**Семинар по углублению и расширению знаний**
Вопросы для обсуждения на семинаре	1. Способы определения максимума прибыли в краткосрочном периоде (2 способа). 2. Предельные издержки и кривая краткосрочного предложения.

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме

Задачи преподавателя: • создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • организовать процесс формирования и изложения своей позиции; • развить навыки коммуникации, работы в группах/парах.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • дать определение понятиям: совершенная конкуренция, условия (способы) максимизации прибыли в краткосрочном периоде; • описать предельные издержки и кривую краткосрочного предложения;

Методы и техники обучения	Обучение сообща, дискуссия, техники:, презентация, экономическое эссе, «Круглый стол», структурно-логическая схема.

Средства обучения Учебные пособия, доска, мел.

Формы обучения	Индивидуальная, работа в группах/парах.
Условия обучения	Аудитория, предназначенная для занятий в группах, с использованием ТСО

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов
1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Объявляет, что обучение будет проводиться с применением технологии совместной работы в группах. 1.2. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям темы. Предлагает дать определение понятиям: «рынок, совершенная конкуренция». Задает вопрос: «Что такое совершенная конкуренция?». Выслушивает 1-2 ответа и объявляет, что дальнейшее обсуждение темы будет проводиться после выполнения задания в группах, в процессе презентации результатов групповой работы. Задает вопрос: «Как получить максимум прибыли в краткосрочном периоде?». Объясняет, что каждый получит индивидуальную оценку в соответствии с оценкой результатов работы всей группы, знакомит с правилами работы в группе. Сообщает, что результаты совместной деятельности в группах должны быть	1.1. Слушают, записывают 1.2. Отвечают на вопрос.
2 этап. Работа в группах (20 мин.)	2.1. Разделяет обучаемых на 3 группы. Раздает учебное задание. Уточняет, какие учебные результаты должны быть получены. Комментирует показатели и критерии оценки. Разъясняет, какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Объявляет о начале работы в группах.	2.1. Знакомятся с учебными заданиями, показателями и критериями оценки. Выполняют задания.

3 этап. Презентация (45 мин.)	3.1.Организует взаимооценку результатов работы в группах. Комментирует, обобщает знания, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	3.1. Дополняют, оценивают.
4 этап. Заключи-тельный (10 мин.)	4. Подводит итоги работы.	4. Слушают, уточняют.

ТЕСТЫ:

1. Какое из следующих утверждений означает, что условия совершенной конкуренции не выполняются:
а) Фирма находится в равновесии, когда - её предельный доход равен предельным издержкам.
б) Кривая предельных издержек пересекает кривую средних издержек в точке, соответствующий минимальному значению АТС.
в) Кривая спроса на продукт фирмы имеет отрицательный наклон.
г) Кривые средних и предельных издержек имеют ∪ - образную фирму.
д) Кривая спроса на продукт фирмы - горизонтальная линия.

2. В краткосрочном периоде конкурентная фирма, максимизирующая прибыль или минимизирующая убытки, не будет продолжать производство, если:
а) Цена продукта ниже минимальных средних издержек.
б) Средние постоянные издержки выше цены продукта.
в) Цена продукта ниже минимума средних переменных издержек.
г) Цена продукта ниже предельных издержек.
д) Общий доход не покрывает общих издержек фирмы.

3. Если предельные издержки превышают средние издержки при объеме производства, максимизирующем прибыль, то фирма:
а) Получает положительную прибыль.
б) Выберет объём производства соответствующий точке, расположенной правее минимума кривой средних издержек.
в) Не прекратит производство.
г) Все предыдущие ответы верны.
д) Все предыдущие ответы неверны.

4. Кривая предложения конкурентной фирмы на краткосрочных временных интервалах - это:
а) Кривая предельных издержек.
б) Линия цены товара.
в) Снижающаяся часть кривой средних издержек.
г) Возрастающая часть кривой средних издержек.

д) Часть кривой предельных издержек, расположенная выше кривой средних переменных издержек.

5. Какой из следующих рынков больше всего соответствует условиям совершенной конкуренции?
а) Стали.
б) Услуг парикмахерских.
в) Автомобилей.
г) Акций и облигаций фирм.
д) Бензина.

6. Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы:
а) Имеет отрицательный наклон.
б) Горизонтальная линия при данном уровне цены.
в) Вертикальная линия при данном объеме предложения.
г) Имеет наклон 1 / п, где п - число фирм в отрасли.
д) Имеет положительный наклон.

7. Рост экономической прибыли на конкурентном рынке не способствует:
а) Расширению производства в действующих фирмах.
б) Притоку в отраслях новых фирм.
в) Повышению рыночной цены продукта.
г) Повышению цен на используемые ресурсы.
д) Возникновению сил, которые постепенно сведут эту прибыль к нулю.

8. Если цена продукта недостаточна, чтобы покрыть средние затраты на его производство, то фирма должна:
а) Остановить производство как можно скорее.
б) Продолжать производство товаров на уровне, где P = MC, если P > AVC.
в) Выбрать новую технологию.
г) Сократить накладные расходы.
д) Продолжать производство до тех пор, пока цена покрывает все постоянные издержки.

9. Экономическая прибыль:
а) Не может иметь место на конкурентном рынке в долгосрочном периоде.
б) Эквивалентна нормальной бухгалтерской прибыли.
в) Имеет место всякий раз, когда общие издержки превышают общий доход фирмы.
г) Существует всегда, когда предельный доход превышают предельные издержки.
д) Все предыдущие ответы неверны.

10. В отрасли функционируют 1000 фирм. У каждый фирмы предельные затраты при производстве 5 единиц продукта в месяц составляют $ 2, 6 единиц - $ 3, 7 единиц -$ 5. Если рыночная цена единицы продукта равна $ 3, то отраслевой выпуск в месяц составит:

а) Не более 5000 единиц.
б) 5000 единиц.
в) 6000 единиц.
г) 7000 единиц.
д) Более 7000 единиц.
11. Если рыночная цена в предыдущем поднимается до 6, то отраслевой выпуск в месяц составит:
а) Не более 5000 единиц.
б) 5000 единиц.
в) 6000 единиц.
г) 7000 единиц.
д) Не менее 7000 единиц.

Задачи

1) На рис. 1 показаны кривые издержек фирмы, действующей в конкурентной отрасли.
OP - текущая рыночная цена.
а) Покажите на графике уровень выпуска, при котором прибыль фирмы максимальна.

б) Отметьте на графике площадь, представляющую объём прибыли фирмы данных уровнях цены и выпуска.
в) Допустим, эта отрасль находится в равновесии. Подумайте, какое это может быть равновесие: в краткосрочном или долгосрочном периоде. Обоснуйте свой ответ.
г) Как может повлиять на данную фирму уменьшение рыночного спроса на товары, производимые отраслью.

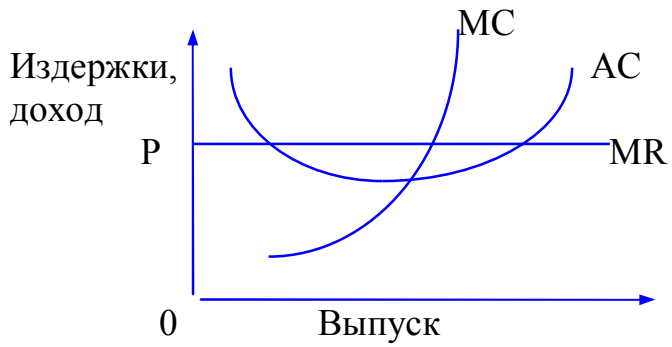


Рис. 1. Кривые издержек конкурентной фирмы.

2. На рис.2. показаны кривые издержек фирмы, работающие в условиях совершенной конкуренции:
а) При какой цене товара фирма готова прекратить производство?

б) При какой цене товара фирма получала бы только нормальную прибыль?
в) Отметьте на графике площадь представляющую общие постоянные издержки при цене товара, обеспечивающей фирме нормальную прибыль.
г) В каком диапазоне цен фирма будет продолжать производство с убытками в краткосрочном периоде?
д) Покажите на графике кривую предложения для фирмы.
е) При каких ценах товара могла бы получать экономическую прибыль в краткосрочном периоде?

3. Фирма планирует выпустить учебник "Economics". Средние издержки на производство книги составляют $ 4 + $ 4000 / Q, где Q-количество учебников, выпущенных за год. Планируемая цена книги $ 80. Каков должен быть годовой тираж учебника, соответствующий точке безубыточности?

а) 500; б) 750; в) 100; г) 2000; д) 3000

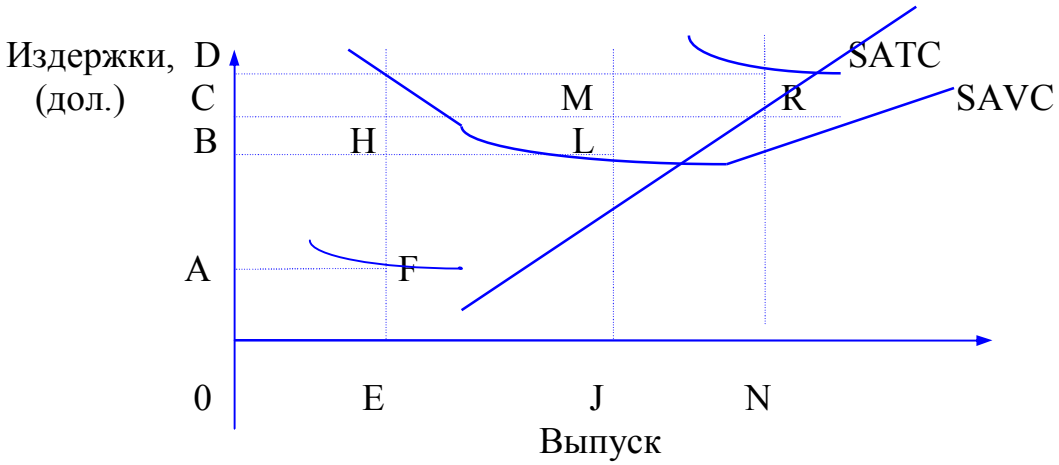


Рис.2. Кривые издержек конкурентной фирмы в краткосрочном периоде.

4. На рис. 3 показаны кривые общих издержек и общего дохода гипотетической фирмы. Внимательно изучите график и ответьте на вопросы.
а) Какому типу рынка соответствует этот график? Почему?
б) Какой временной период отражает график: краткосрочный или долгосрочный? Почему?
в) Какова цена товара, выпускаемого фирмой?
г) Какова величина постоянных издержек фирмы?
д) При каких объемах выпуска фирма получает нулевую экономическую прибыль?
е) При каком объеме выпуска фирма получает максимальную прибыль?

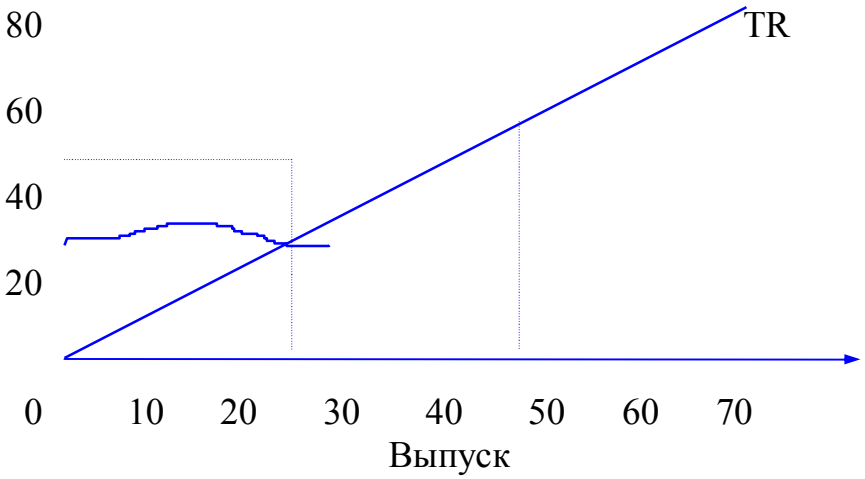


Рис. 3. Кривые TC и TR

5. Определите валовой и предельный доход фирмы при цене единицы продукции 100 тыс. руб. и выпуске продукции от 1 до 8 единиц. Начертите график валового, среднего и предельного дохода фирмы.

6. У вас имеются следующие данные деятельности фирмы, чьи средние переменные издержки достигли минимального уровня.

P	*Q*	*TR*	*TC*	*TFC*	*TVC*	*AC*	*AVC*	*MC*
3,00				*6000*	*8000*		*3,50*	

Заполните таблицу, внося недостающие цифры, и определите, должна ли фирма:

А) увеличить выпуск продукции;

Б) уменьшить выпуск продукции;

В) закрыться;

Г) ничего не менять.

7. Сто фирм в условиях совершенной конкуренции занимаются производством электрических лампочек. Зависимость общих издержек каждой из них от объема выпуска показана в таблице.

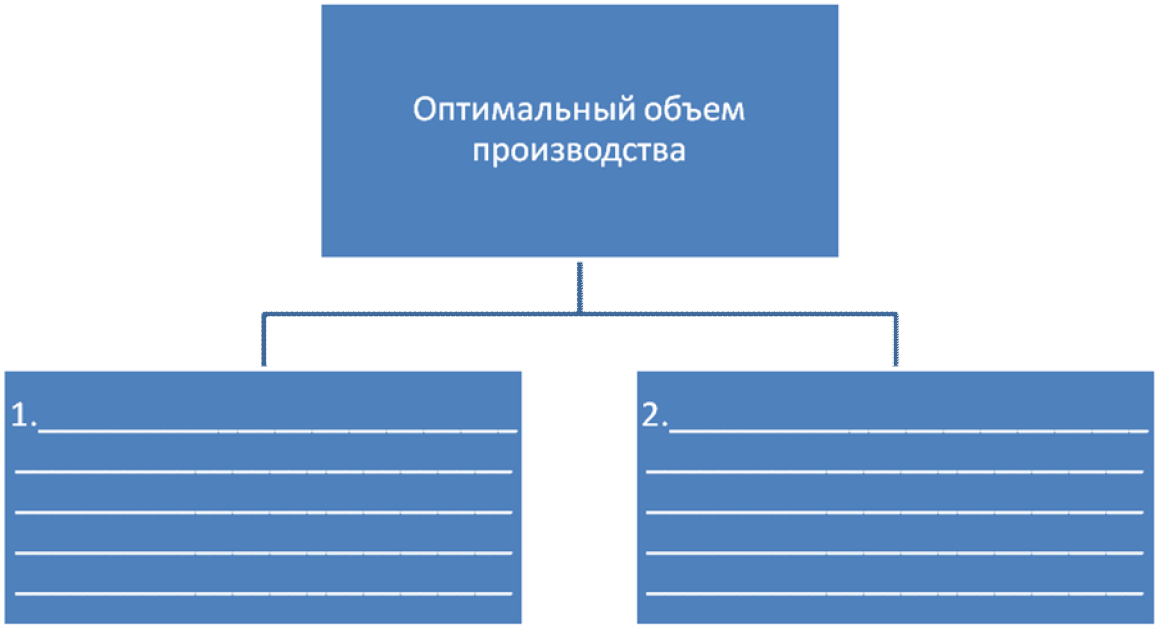
Объем выпуска, шт.	40	50	60	70	80	90	100
Общие издержки, ден. ед.	177	210	252	306	375	462	570
Рыночный спрос: Цена, ден. ед.	12,5	10,8	8,7	6,9	5,4	4,2	3,3
Величина спроса, шт.	3000	4000	5000	6000	7000	8000	9000

1) На каком уровне установится цена одной лампочки?

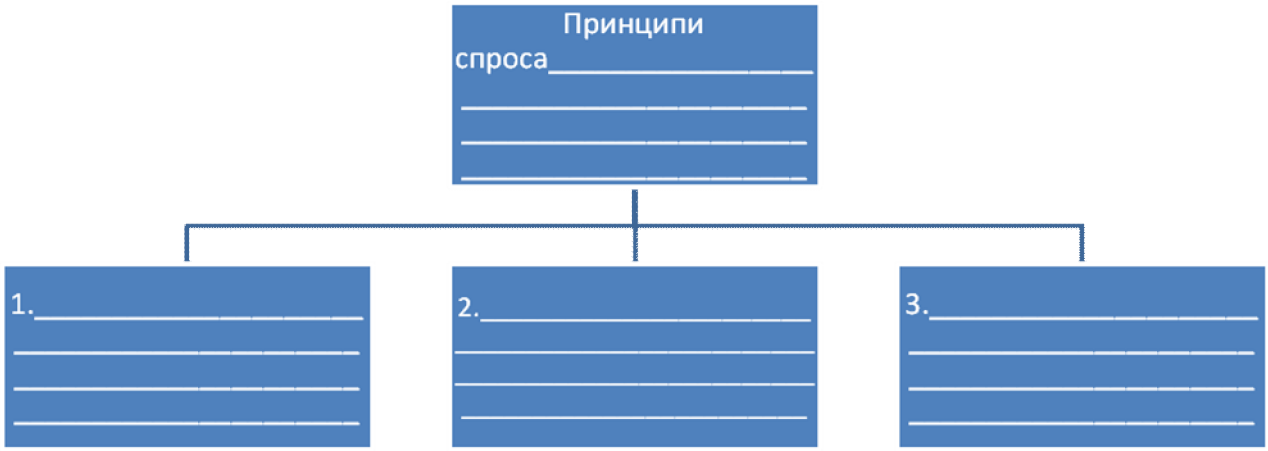
2) Является ли производство лампочек прибыльным делом? Какова прибыль (потери), приходящиеся на одну лампочку?

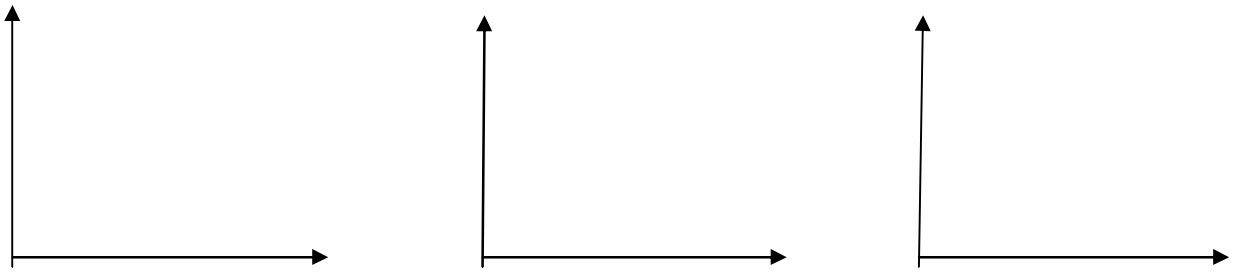
Задания

Задание №1: Выделите способы определения оптимального объема производства?

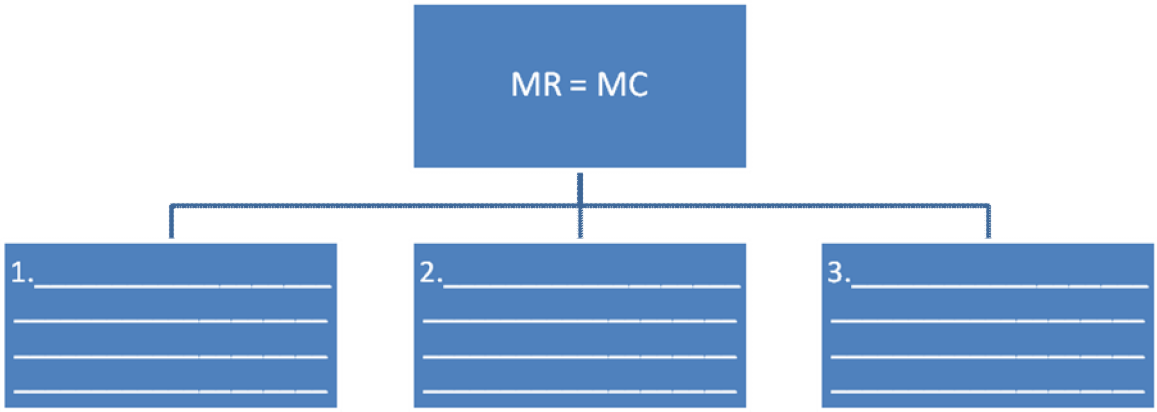


Задание №2: Какие 3 случая в деятельности фирмы дает принцип сопоставления валового дохода с совокупными издержками?





Задание №3: Выделите отличительные черты применения правила равенства предельного дохода и придельных издержек.



Задание №4:Выделите условия удобные для объема производства, обеспечивающие предприятию максимальную прибыль?

Вопрос, решаемый фирмой	Сопоставление валового дохода с совокупными издержками	Сопоставление предельного дохода с предельными издержками
1. Следует ли производить?		
2. Какое количество продукции произвести, чтобы максимизировать прибыль?		
3. Принесет ли производство экономическую прибыль?		

Тема №13: Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

13.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	Вводно-тематическая лекция – визуализация

План лекции	1. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде. 2. Совершенная конкуренция и общественная эффективность.
Цель учебного занятия: раскрыть сущность равновесия фирмы в долгосрочном периоде и показать критерии общественной эффективности.	
Задачи преподавателя: • раскрыть сущность равновесия фирмы в долгосрочном периоде; • рассказать об общественной эффективности;	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • уметь правильно дать характеристику равновесия фирмы в долгосрочном периоде; • уметь правильно дать характеристику совершенной конкуренции и общественной эффективности
Методы и техники обучения	Методические усовершенствования и реконструкция учебного процесса, техники: блиц-опрос, фокусирующие вопросы, «думай – работай в паре – делись», техника «да - нет».
Средства обучения	Лазерный проектор, визуальные материалы, информационное обеспечение.
Формы обучения	Коллективная, фронтальная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы с ТСО.

Технологическая карта лекции

Этапы, время	**Деятельность**	
		студентов
1 этап. Введение (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1. Слушают
2 этап. Актуализация знаний (20 мин.)	2.1. С целью актуализировать знания студентов задает фокусирующие вопросы: 1. Что из себя представляет деятельность фирмы в долгосрочном периоде? 2. Что такое долгосрочное равновесие? 3. Как определить общественную эффективность? Для ответа на вопросы организует работу в парах. Про водит опрос. Делает обобщающий вывод. 2.2. Выводит на экран схему «Равновесие фирмы в долгосрочном периоде», знакомим с содержанием схемы, кратко характеризуем их. Знакомим с рейтингом текущего, промежуточного и итогового контроля. Знакомит со списком основной литературы, требованиями к студентам.	2.1. Отвечают на вопросы. 2.2. Изучают со держание графика №1, высказыва ют суждения о деятельности фирмы в долгосрочном периоде. 2.3. Изучают содержание схемы, записывают требования рейтинг-контроля.
3 этап. Информационный (45 мин.)	3.1. Последовательно излагает материал лекции по вопросам плана, использует визуальные материалы и систему фокусирующих вопросов: По 1 вопросу. Что такое равновесие фирмы в долгосрочном периоде? По 2 вопросу. Что такое общественная эффективность? Акцентирует внимание на ключевых моментах темы, предлагает их записать.	3.1. Обсуждают содержание схем и таблиц, визу-альные материа-лы, уточняют, задают вопросы. Записывают главное.

4 этап. Заключи-тельный (10 мин.)	4.1.Задает вопрос: «Дайте характеристику Общественной эффективности?». Делает итоговое заключение.	4.1. Отвечают на вопрос. 4.2. Слушают, записывают.

Вопросы:

1. Какие условия необходимы для привлечения новых фирм в отрасль?

2. Раскройте понятие операционной прибыли?

3. Как вы понимаете механизм «невидимой руки» рынка, каково его влияние на рыночное равновесие?

4. Изобразите график равновесия фирмы в долгосрочном периоде?

5. Производство каких групп товаров являются малорентабельным и почему?

6. Каков эффект от масштаба производства?

Опорный конспект

Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

В длительном периоде в отличие от краткосрочного все производственные ресурсы являются переменными. Поэтому и отдельное предприятие, и совершенно конкурентная отрасль в целом могут в целях максимизации прибыли изменять объемы применяемых ресурсов. Во-первых, в длительном периоде всякое предприятие имеет возможность выбора производственной мощности, а значит, и большую, чем в коротком периоде, возможность изменять объем выпуска. Во-вторых, благодаря свободе входа в отрасль и выхода из нее одни предприятия покинут рынок данного товара, тогда как другие, привлеченные возможностью получить высокую прибыль, войдут в него. Таким образом, изменение числа предприятий, ищущих максимум прибыли на данном рынке, является важным фактором достижения равновесия длительного периода на совершенно конкурентном рынке.

Если типичная фирма в отрасли получает экономическую прибыль, то в долгосрочном периоде – это привлечёт в отрасль новые капиталы, откроются новые фирмы, а существующие предприятия будут расширять производство.

Если в краткосрочном периоде фирма терпит убытки, но получает операционную прибыль, то рациональным долгосрочным решением было бы сокращение объёма производства и последующий выход из отрасли. Естественно, таким же будет долгосрочное решение и при убытках, равных величине фиксированных издержек, т.е. когда нет операционной прибыли в краткосрочном периоде. В этом случае и краткосрочное и долгосрочное решение будут однозначными: закрыть производство.

Подобные решения принимает обычно не единичная фирма, а всё их множество. В результате массовых аналогичных, хотя и не согласованных друг с другом, действий рынок преодолевает экстремальные ситуации убыточного или сверхприбыльного производства и возвращает всё «на круги своя», т.е. к условиям получения всеми только нормальной прибыли. Это происходит следующим образом.

Если сверхнормальная прибыль побуждает предприятия расширять производство и привлекает в отрасль новые фирмы, тем самым растут масштабы отраслевого производства и предложения. Кривая совокупного предложения сдвигается вправо, что ведёт к понижению рыночной цены. Если цена опускается до уровня, когда средняя прибыль сравняется с издержками, то фирма принимает решение закрыть производство или выйти из данной отрасли. Таким образом, отраслевое предложение сократится и при прежней величине отраслевого спроса это приведёт к повышению цены.

Такие процессы будут протекать до тех пор, пока цена не установится на уровне, достаточном лишь для получения всеми фирмами отрасли нормальной прибыли. Этот механизм характеризует «невидимую руку» рынка, о которой говорил А.Смит. Свободная совершенная конкуренция выравнивает позиции всех производителей и обеспечивает им только нормальную прибыль (в долгосрочном периоде).

Графически это соответствует случаю касания кривой спроса фирмы нижней точки долгосрочной кривой средних издержек. В этой точке P = LMC = LAC = MR. Это будет точка равновесия фирмы в долгосрочном периоде (рис. 1)

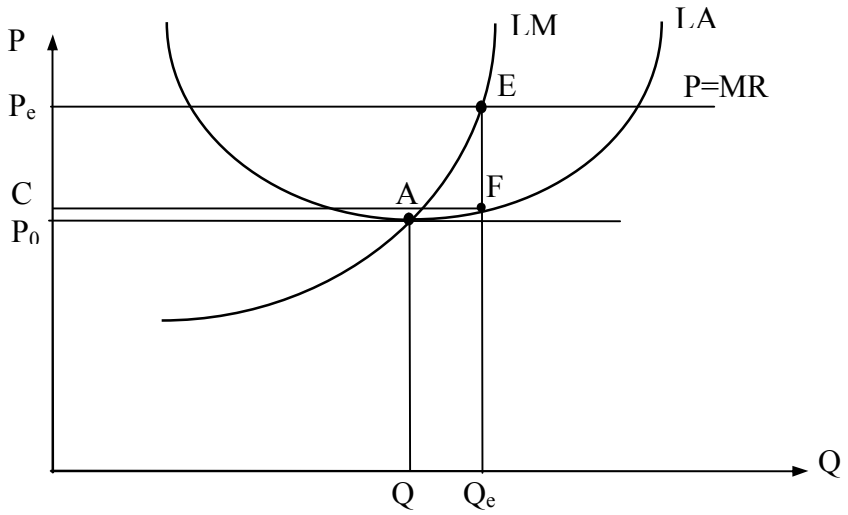


Рис. 1. Выбор объёмов производства конкурентной фирмой в долгосрочном периоде

Одновременно данная цена будет и равновесной ценой рынка (фирмы не проходят в отрасль и не уходят из неё).

В точке долгосрочного равновесия фирма имеет наиболее эффективные масштабы производства и минимизирует долгосрочные средние издержки.

Предложение в длительном периоде отрасли с неизменными, возрастающими и убывающими затратами

Кривая предложения отрасли в длительном периоде характеризует соотношения цена≈объем предложения, *после того как производственные мощности и количество предприятий* будут приведены в соответствие с изменившимися условиями спроса. Кривая предложения длительного периода предприятия соответствует возрастающему участку LMC, лежащему выше минимума LATC. Однако кривая предложения отрасли не может быть получена горизонтальным суммированием кривых предложения предприятий отрасли, поскольку количество этих предприятии в длительном периоде изменяется. Конфигурация кривой предложения длительного периода зависит от того, меняются ли, а если да, то как, затраты в результате изменения отраслевого выпуска.

В этой связи различают три типа отраслей: с неизменными, возрастающими и убывающими затратами. В отраслях с неизменными затратами кривая предложения длительного периода имеет вид горизонтальной прямой; в отраслях с возрастающими затратами она имеет положительный наклон (с ростом выпуска затраты увеличиваются); в отраслях с убывающими затратами наклон кривой предложения длительного периода отрицателен (с ростом выпуска затраты снижаются). Основным фактором, определяющим характер поведения затрат, является изменение цен производственных ресурсов.

Долгосрочное равновесие *отрасли с неизменными затратами* представлено на рис. 9.14. На рис. 9.14, а линии D_1 и S_1 ≈ первоначальные кривые спроса и предложения короткого периода, P_1 ≈ равновесная цена того же периода. Допустим, что каждое предприятие этой отрасли находится в долгосрочном равновесии при объеме выпуска 1_1 (рис. 9.14, б), соответствующем точке касания линии цены ($P_1 = AR_1 = MR_1$) и кривых SATC и LATC. Предположим теперь, что по каким-либо причинам кривая спроса короткого периода сдвинулась вправо и заняла положение D_2. Равновесная цена тогда вырастет до P_2, а прибыль максимизирующий объем выпуска предприятия составит q_2 (что соответствует условию $P_2 = SMC(q_2)$). При цене P_2 и выпуске q_2 каждое типичное предприятие будет получать положительную экономическую прибыль. Ее наличие привлечет в отрасль новые предприятия, что приведет к сдвигу кривой предложения короткого периода также вправо в положение S_2.

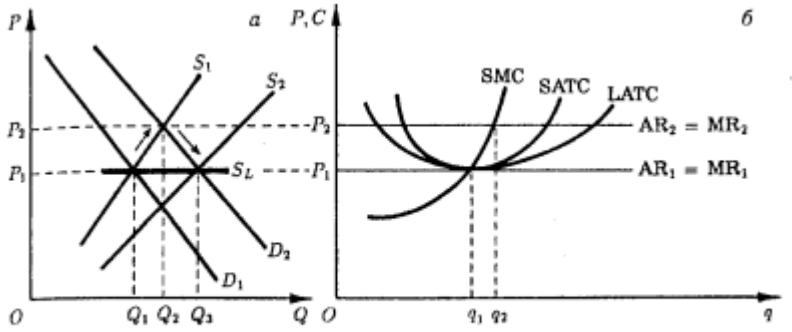


Рис. 9.14. Долгосрочное равновесие и линия предложения в случае неизменных затрат.

В отрасли с неизменными затратами вход в нее новых предприятий и увеличение выпуска отрасли не повлияет на затраты уже функционирующих предприятий. Причина этого в том, что увеличение спроса на производственные ресурсы в связи с увеличением числа предприятий отрасли не приведет к изменению (повышению) цен ресурсов, а значит, и на затраты действующих предприятий. Таким образом, кривая LATC этих предприятий останется неизменной, а новые предприятия будут оперировать при той же самой кривой долгосрочных средних затрат.

Поэтому состояние долгосрочного равновесия будет вновь достигнуто, когда вход в отрасль новых предприятий приведет к падению равновесной цены данной продукции с P_2 до P_1 т. е. к ее первоначальному уровню, а выпуск каждого типичного предприятия вновь составит q_1. Таким образом, отрасль имеет *неизменную в длительном периоде цену предложения*. Это значит, что выпуск отрасли может возрастать или падать в соответствии с изменениями условий спроса *без изменения цены продукции*. Ее кривая предложения длительного периода имеет вид горизонтальной линии (S_L на рис. 9.14, а).

Долгосрочное равновесие *отрасли с возрастающими затратами* представлено на рис. 9.15, а. Здесь сдвиг первоначального равновесия, обусловленный сдвигом линии спроса из положения D_1 в положение D_2 , также сопровождается ростом предложения существующих предприятий сверх уровня их оптимальной мощности. Положительная экономическая прибыль привлекает в отрасль новые предприятия. Однако в этом случае рост спроса на ресурсы вызывает увеличение их цен, а значит, и затрат предприятий.

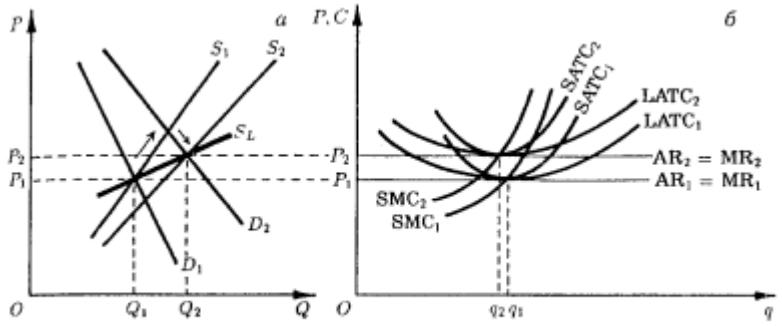


Рис. 9.15. Долгосрочное равновесие и линия предложения в случае возрастающих затрат.

Кривые SATC, LATC и SMC всех предприятий (и действующих, и вновь вступивших в отрасль) сдвигаются вверх (рис. 9.15, б). Процесс приспособления к новым условиям спроса продолжается до тех пор, пока экономическая прибыль предприятий остается положительной. На рис. 9.15, а этому соответствует пересечение линий D_2 и S_2 и равновесная цена P_2. Каждое предприятие будет выбирать объем выпуска, при котором

$P_2 = AR_2 = MR_2 = SMC_2 = SATC_2 = LATC_2$.

Отраслевая кривая предложения длительного периода, S_L, проходит через все точки долгосрочного равновесия.

Основная особенность этой кривой ≈ ее *положительный наклон*. В отличие от отрасли с неизменными затратами, в которой рост выпуска не влияет на цены продукции в длительном периоде, в отрасли с возрастающими затратами *рост объема выпуска сопровождается повышением цен продукции*. В такой отрасли рост цен продукции оказывается необходимым стимулом увеличения объемов выпуска.

Процесс приспособления предложения к изменениям спроса в *отрасли с убывающими затратами* представлен на рис. 9.16. Здесь рост отраслевого спроса на ресурсы стимулирует увеличение предложения ресурсов, снижение затрат в отраслях, поставляющих их, и соответствующее ему снижение цен ресурсов. В результате снижаются затраты и в отрасли, потребляющей подешевевшие ресурсы. В этом случае говорят о *внешней* (по отношению к отрасли, потребляющей ресурсы, и ее предприятиям) экономии. Несложные рассуждения позволят читателю прийти в выводу, что кривая предложения длительного периода отрасли с убывающими затратами имеет отрицательный наклон (линия S_L на рис. 9.16, а). Рост выпуска в отрасли такого типа сопровождается снижением цен ее продукции.

Причиной существования отраслей с неизменными, возрастающими и убывающими затратами является зависимость затрат *i*-го предприятия не только от его выпуска, q_i, но и от выпуска всей отрасли в целом, Q,

$$TC_q = f(q_i, Q). \qquad (1)$$

Функция (1) предполагает наличие (отсутствие) *внешней* (для *i*-го предприятия, но *внутренней* для отрасли) *экономичности* (*англ*, external economies) или *внешней неэкономичности* (*англ*. external diseconomies).

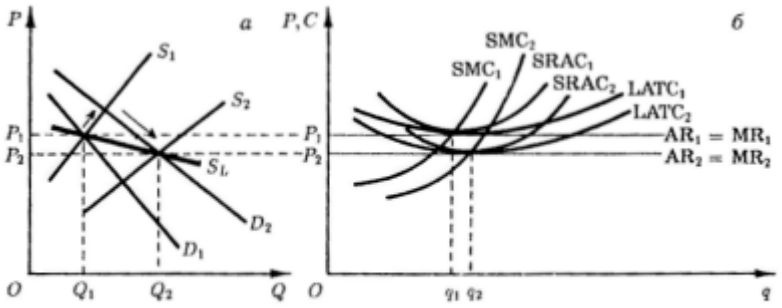


Рис. 9.16. Долгосрочное равновесие и линия предложения в случае убывающих затрат.

Обычно различают два типа внешней экономичности (неэкономичности): *денежную* (*англ*, pecuniary) и технологическую. В случае денежной внешней экономичности (неэкономичности) связь между объемом отраслевого спроса и функцией затрат предприятия реализуется через изменение цен потребляемых предприятиями отрасли ресурсов. Такую связь мы рассматривали и при обсуждении кривой предложения короткого периода в случае зависимости затрат предприятий (раздел 9.2.5.2). Технологическая внешняя экономичность (неэкономичность) имеет место, когда связь отраслевого объема спроса и затрат отдельного предприятия реализуется непосредственно в изменениях производственной функции.

В отрасли с неизменными затратами отсутствуют и внешняя экономичность, и внешняя неэкономичность, кривые затрат ее предприятий не зависят от объема выпуска отрасли. В отрасли с возрастающими затратами имеет место внешняя неэкономичность, кривые затрат ее предприятий с ростом выпуска отрасли смещаются вверх. Наконец, в отрасли с убывающими затратами наблюдается внешняя экономичность, которая *перекрывает внутреннюю неэкономичность*, обусловленную *убывающей отдачей от масштаба*, так что кривые затрат с ростом отраслевого выпуска смещаются вниз.

Большинство экономистов считают, что при отсутствии технического прогресса преобладающими среди трех типов отраслей являются отрасли с возрастающими, а наиболее редкими ≈ отрасли с убывающими затратами. С другой стороны, технический прогресс может нейтрализовать рост цен производственных ресурсов, так что отрасль с возрастающими затратами может трансформироваться в отрасль с постоянными или даже снижающимися затратами.

Совершенная конкуренция и общественная эффективность

На рынке в условиях совершенной конкуренции цена товара (услуги) не превышает его предельных издержек. Это говорит о том, что ресурсы общества распределены таким образом, что максимизировать удовлетворение общественных потребностей. Совершенно конкурентный рынок производит не любую совокупность товаров, а такую их структуру, которая соответствует структуре совокупного спроса, т.е. предпочтениям потребителей.

Если потребление и производство регулируются уровнем цены, происходит совпадение интересов потребителя и производителя. Если P = MU и P = MC, следовательно, MU = MC.

Это значит, что ограниченные ресурсы общества распределены таким образом, что это отвечает интересам максимизации прибыли производителей и интересам максимизации полезности потребителей.

Рынок совершенной конкуренции является достаточно гибким, обладает высокой адаптивной способностью, развивает в обществе инициативу, ответственность, предпринимательскую активность. На рынке такого рода производственная эффективность предполагает, что каждый необходимый обществу товар производится наименее дорогостоящим способом. Это достигается благодаря механизму свободного перераспределения ресурсов в ходе конкуренции.

Однако, наряду с этим, существует достаточно большая группа товаров и услуг, производство которых невыгодно на рыночных началах, и частный предприниматель или не будет их производить вообще, или будет их недопроизводить. Это общественные блага: национальная

оборона, сейсмологическая служба, служба спасения и т.д. Такие товары и услуги могут быть представлены обществу от лица государства.

1**.2. Технология обучения на семинаре**

Количество студентов: 10-15 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	**Семинар по углублению и расширению знаний**
Вопросы для обсуждения на семинаре	1. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде. 2. Совершенная конкуренция и общественная эффективность.

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме

Задачи преподавателя:	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен:
• создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • организовать процесс формирования и изложения своей позиции; • развить навыки коммуникации, работы в группах/парах.	• дать определение понятиям: деятельность фирмы в долгосрочном периоде; • описать методы общественной эффективности;
Методы и техники обучения	Обучение сообща, дискуссия, техники:, презентация, экономическое эссе, «Круглый стол», диспут, диалог.

Средства обучения Учебные пособия, доска, мел.

Формы обучения	Индивидуальная, работа в группах/парах.
Условия обучения	Аудитория, предназначенная для занятий в группах, с использованием ТСО

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов

1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Объявляет, что обучение будет проводиться с применением технологии совместной работы в группах. 1.2. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям темы. Предлагает дать определение понятиям: «Равновесие фирмы в долгосрочном периоде». Задает вопрос: «Как достигнуть равновесия фирмы в долгосрочном периоде?». Выслушивает 1-2 ответа и объявляет, что дальнейшее обсуждение темы будет проводиться после выполнения задания в группах, в процессе презентации результатов групповой работы. Задает вопрос: «Как измерить общественную эффективность?». Объясняет, что каждый получит индивидуальную оценку в соответствии с оценкой результатов работы всей группы, знакомит с правилами работы в группе. Сообщает, что результаты совместной деятельности в группах должны быть	1.1. Слушают, записывают 1.2. Отвечают на вопрос.
2 этап. Работа в группах (20 мин.)	2.1. Разделяет обучаемых на 3 группы. Раздает учебное задание. Уточняет, какие учебные результаты должны быть получены. Комментирует показатели и критерии оценки. Разъясняет, какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Объявляет о начале работы в группах.	2.1. Знакомятся с учебными заданиями, показателями и критериями оценки. Выполняют задания.
3 этап. Презентация (45 мин.)	3.1.Организует взаимооценку результатов работы в группах. Комментирует, обобщает знания, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	3.1. Дополняют, оценивают.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4. Подводит итоги работы.	4. Слушают, уточняют.

Тесты:

1. Какое из следующих определений наиболее точно соответствует понятию "нормальная прибыль"?

а) Прибыль, получаемая фирмой при MC = MR

б) Прибыль, получаемая типичной фирмой в отрасли.

в) Прибыль, которую фирма получила бы при нормальном ведении дел.

г) Минимальная прибыль, необходимая для того, чтобы фирма оставалась в пределах данного направления деятельности.

д) Прибыль, обеспечивающая предпринимателю комфортный уровень жизни.

2. Понятие совершенной конкуренции предполагает, что:

а) Значительное число фирм, оперирующих в отрасли, выпускают стандартные товары.

б) Имеется много покупателей, приобретающих этот товар по текущей цене.

в) Все продавцы и покупатели имеют полную информацию о рынке.

г) Имеет место свободный вход и выход на этот рынок.
д) Все предыдущие ответы верны.

3. Кривая предложения на долгосрочных временных интервалах для:
а) Отрасли с возрастающими издержками - вертикальная линия.
б) Отрасли с постоянными издержками - имеет отрицательный наклон.
в) Отрасли с убывающими издержками - горизонтальная линия.
г) Отрасли с постоянными издержками - вертикальная линия.
д) Все предыдущие ответы неверны.

4. На рис. 28 показана динамика общего дохода и общих издержек фирмы. Очевидно, что:
а) Фирма функционирует в условиях совершенной конкуренции.
б) Постоянные издержки фирмы равны $ 2000 в месяц.
в) Фирма максимизирует свою прибыль, если будет выпускать около 4 единиц продукции в месяц.
г) Всё предыдущие ответы верны.
д) Верно только а и б.

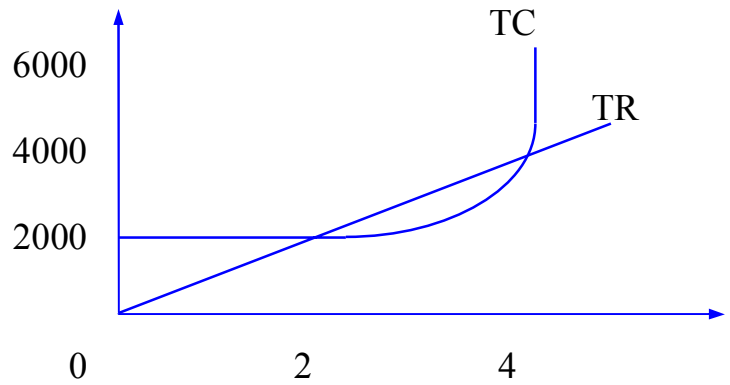


Рис.28. Кривые TR и TC фирмы.

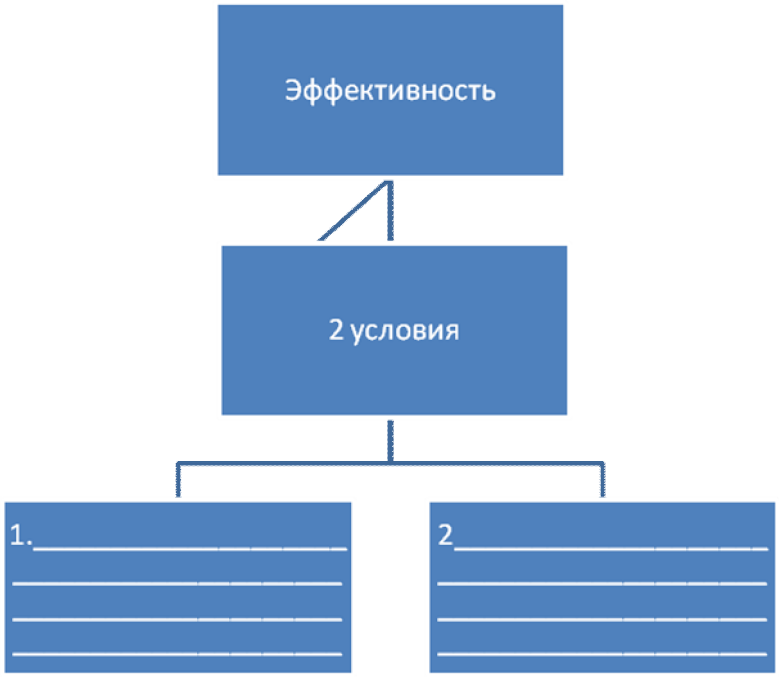
5. Основываясь на рис. 28 можно утверждать, что:
а) Предельные издержки ниже предельного дохода, когда выпуск продукции меньше 3 единиц в месяц.
б) Предельные издержки выше предельного дохода, когда выпуск продукции больше 5 единиц в месяц.
в) Средние издержки равны среднему доходу только при одном конкретном объеме выпуска.
г) Все предыдущие ответы верны.
д) Верно только а и б

Задания
Задание №1: Выделите допущения для деятельности фирмы в долгосрочном периоде?

Задание №2: Какое условие необходимо для равновесия фирмы в долгосрочном периоде.

Основное условие
(тройное равенство)

Задание №3: Выделите условия эффективного использования ресурсов в условиях совершенной «конкуренции»?



Тема №14: Конкуренция и монополия

14.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	Время - 4 часа
Форма учебного занятия	Проблемная лекция
План лекции	1. Сущность и виды конкуренции. Модели рынка. 2. Формы и методы конкурентной борьбы. 3. Сущность и виды монополий. 4. Антимонопольные меры государства. Антимоно польное законодательство Республики Узбекистан.
Цель учебного занятия: сформировать целостное представление об экономической сущности, формах, видах конкуренции и монополии, их роли в рыночной экономике.	
Задачи преподавателя: • ознакомить с понятием, сущностью, видами конкуренции и соответствующими моделями рынка; • описать формы и методы конкурентной борьбы; • раскрыть сущность и виды монополий; • охарактеризовать антимонопольные меры государства.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • дать определение понятиям: конкуренция, межотраслевая и внутриотраслевая конкуренция, чистая конкуренция, монополистическая конку ренция, олигополия, монополия и монопсония, антимонопольные меры; • раскрыть суть и значение ценовой и нецено вой конкуренции; • перечислить формы монополии и кратко их охарактеризовать; • назвать направления антимонопольных мер и защиты конкуренции.

Методы и техники обучения	Проблемный метод, дискуссия, беседа, техники: «думай - работай в паре – делись», блиц-опрос, тестирование.
Средства обучения	Текст лекции, лазерный проектор, информационное обеспечение, визуальные материалы, тесты.
Формы обучения	Фронтальная и коллективная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, имеющая условия для использования ТСО/ информационных технологий

Технологическая карта лекции

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов
1 этап. Введение (3 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	Слушают, записывают.
2 этап. Актуализация знаний (7 мин.)	2.1. Напоминает о задании самостоятельного прочтения текста лекции по данной теме. Проводит беседу по вопросам (*приложение 1*).	Отвечают на вопросы.
3 этап. Информационный (50 мин.)	3.1. Опираясь на актуализированные знания, «вводит» студентов в проблему, которая будет решаться на занятии, и формулирует ее. 3.2. Организует попытки решения проблемы в парах, чтобы с самого начала обеспечить понимание поставленной проблемы студентами. Анализирует и совместно со студентами обсуждает предлагаемые идеи, решения, выявляет возникшие у них затруднения. 3.3. Переходит к организации поиска способов решения проблемы: формулирует первую подпроблему, а затем через постановку проблемных вопросов и обсуждение ответов на них подводит обучающихся к способу ее решения и первому промежуточному выводу. Аналогично организует поиск способов решения последующих подпроблем, завершающийся решением проблемы в целом. В процессе занятия использует методический материал «Вспомогательные вопросы и выводы» (*приложение 1*) и визуальные материалы (*приложение 2*-8), строит Т-схемы. 3.4. Дает задание сформулировать и записать ответ на проблемный вопрос. Проводит блиц-опрос. Формулирует заключительный вывод по теме.	3.1. Записывают проблемный вопрос. 3.2. Разбиваются на пары, обсуждают и выдвигают предложения по поводу решения проблемы. Осознают, что решение проблемы «сходу» невозможно. 3.3. Высказывают мнения по поводу решения подпроблем, дискутируют, анализируют, делают выводы по поводу оптимального способа решения проблемы в целом. 3.4. Записывают и зачитывают формулировки, выработанные в паре.
4 этап. Заключительный (20 мин.)	4.1. Для закрепления результатов обучения проводит устное тестирование (выводит тесты на экран) (*приложение 8*). 4.2. Подводит итоги учебной деятельности, поощряет активных участников. 4.3. Дает задание для самостоятельной работы: написать эссе на тему «Роль конкуренции».	Решают тесты, отвечают, записывают задание.

Приложение 1 (8.1) Вспомогательные вопросы и выводы

Вопросы для актуализации знаний по теме

1.Как вы понимаете термин конкуренция и монополия?

2.Как вы считаете какова роль конкуренции в рыночном механизме?

Формулировка проблемы

Как на современном этапе развития экономики достичь максимального удовлетворения потребностей и эффективного функционирования рыночной экономики?

Решаемые подпроблемы

Наводящие вопросы. Рассмотрим элементы рынка и их взаимосвязи (*приложение* 2) 1.Что означает эффективное функционирование рыночной экономики? (Происходит возрастание массы товаров при снижении затрат на их производство) 2. Какой элемент рыночного механизма обеспечивает такое поведение товаропроизводителей,
когда они стремятся производить больше товаров и услуг и при этом заинтересованы в снижении
затрат на их производство? (Конкуренция)

Подпроблема 1. (Приложения 2, 3, 4)

Как конкуренция регулирует рыночные отношения и почему конкуренция перерождается в свою противоположность – монополию?

1.1. В чем состоит сущность конкуренции?
1.2. Каковы объективные основы существования конкуренции?
1.3. Каковы формы проявления конкуренции, методы конкурентной борьбы?
1.4. Какова роль конкуренции в рыночной экономике.

Вывод 1. Конкуренция - это экономическое соревнование, соперничество между участниками рынка, направленное на получение наибольшей выгоды от использования ограниченных ресурсов
Совершенная конкуренция на определенном этапе развития рыночной системы хозяйствования уступает место несовершенной конкуренции - монополии, олигополии и др.

Подпроблема 2 (Приложения 5, 6)

В чем сущность монополии и почему с ней надо бороться?

2.1. Что представляет собой рынок несовершенной конкуренции?
2.2. Какие формы, модели рынка несовершенной конкуренции существуют?
2.3. Какие параметры характеризуют модели рынка несовершенной конкуренции?
2.4. Что происходит с основными рыночными элементами при монополии?
2.5. Какова положительная и отрицательная роль монополии? **Вывод 2.** Монополия нарушает эффективное функционирование рыночной экономики.

Подпроблема 3 (Приложение 7)

Как нейтрализовать отрицательные эффекты монополии?

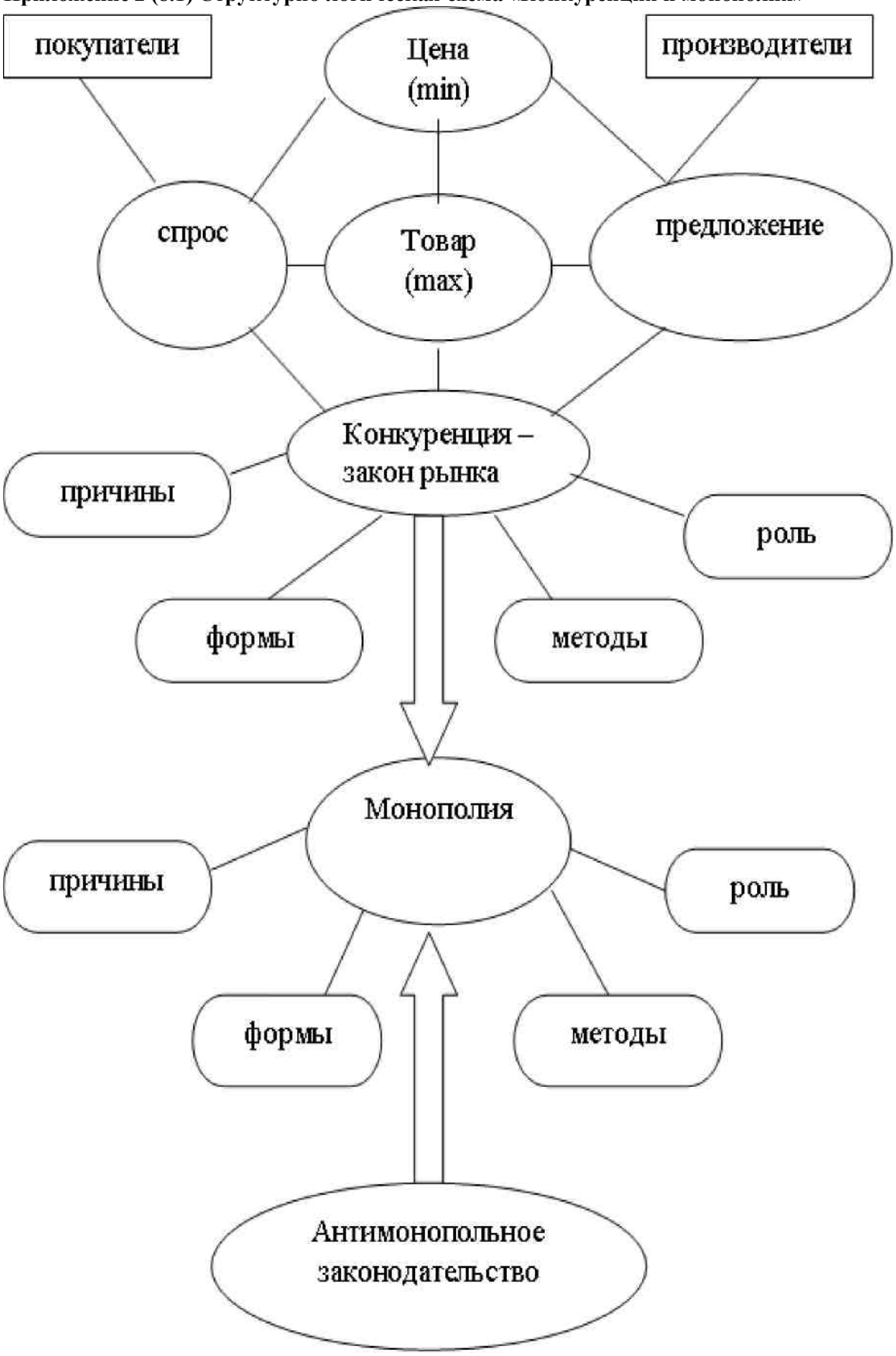
3.1.Кто имеет возможность влиять на рыночные отношения?
3.2.Какие главные инструменты воздействия использует государство?
3.3. Назовите соответствующие направления возможного воздействия на поведение рыночных субъектов. (Антимонопольное законодательство, налогообложение, денационализация, разгосударствление и приватизация, поощрение малого предпринимательства)
3.4. Какова основная цель антимонопольного законодательства? (Обеспечить благоприятные условия и стимулы для развития конкуренции в национальной экономике.)

Вывод 3. Государство старается противостоять монополизму, поощряя конкуренцию. Важнейшим средством для этого служит антимонопольное законодательство, т.е. пакет законов, который является средством поддержания государством равновесия между конкуренцией и монополией.

Заключительный вывод

Конкуренция является «собирательным», многосложным процессом регулирования потоков товаров, денег и доходов и выступает регулирующим механизмом рынка, обеспечивающим эффективность рыночной экономики. Парадоксом рыночного противостояния выступает возможность перерождения конкуренции в свою противоположность – монополию. Все виды неконкурентных рынков, монополий или тенденций к монополизации выступают объектом особого – антимонопольного – регулирования со стороны государства.

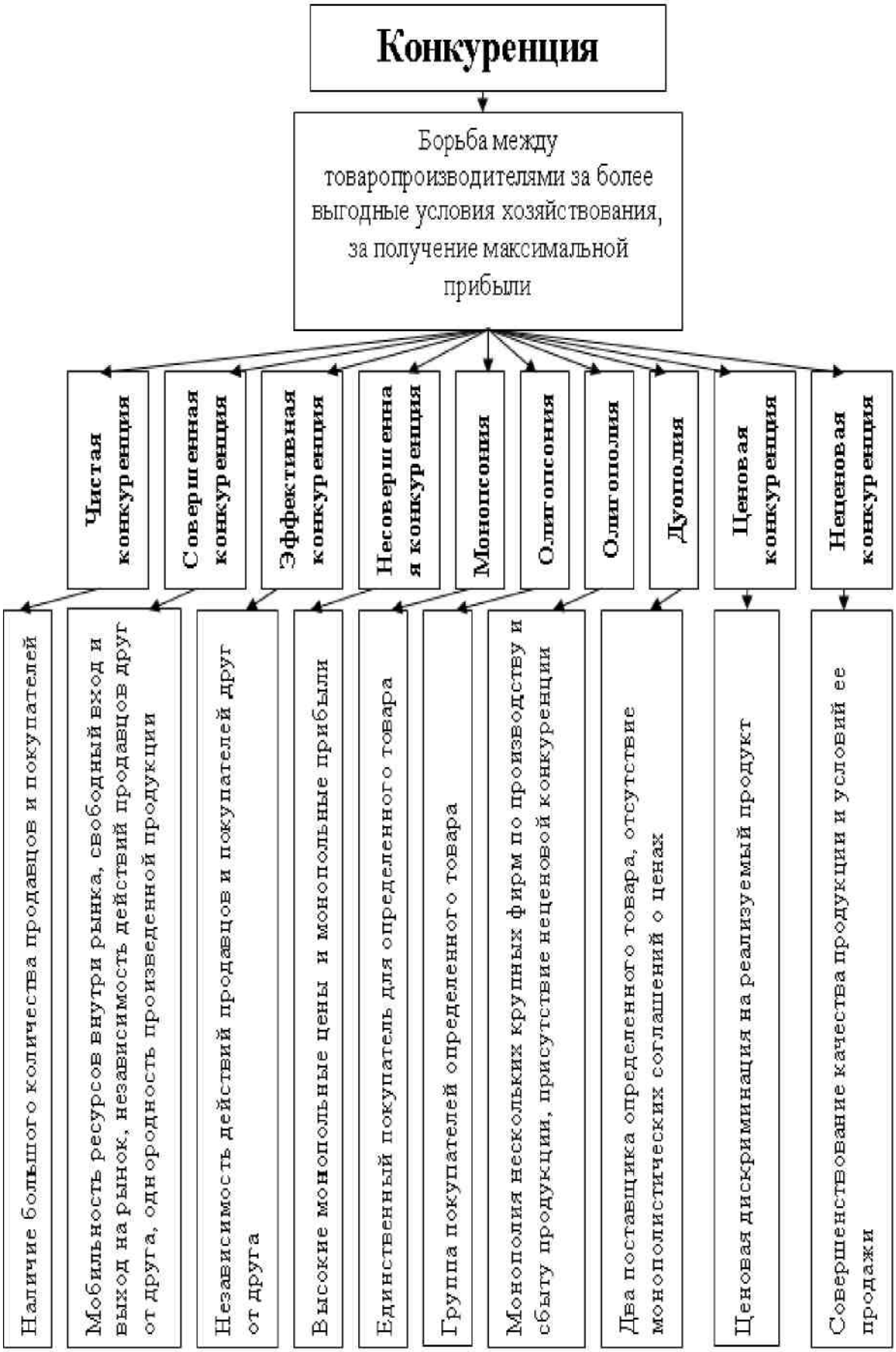
Приложение 2 (8.1) Структурно логическая схема «Конкуренция и монополия»



Приложение 3 (8.1)

по

Конкуренция: сущность, формы, методы



Совершенная конкуренция: достоинства и недостатки

Т- схема. Совершенная конкуренция

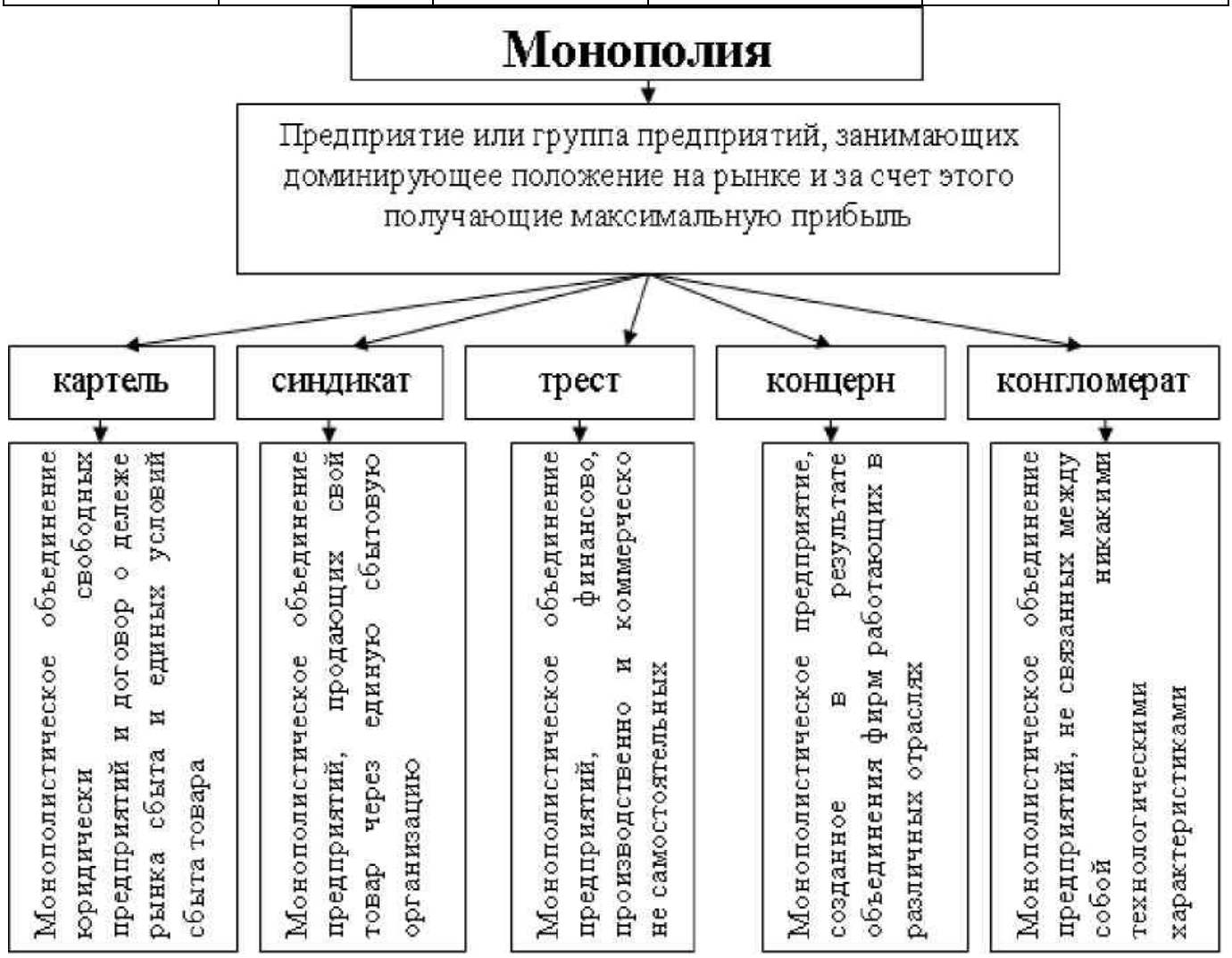
Достоинства	***Недостатки***
- побуждает товаропроизводителей повышать эффективность производства, рационально использовать факторы производства, экономить труд и затраты	- бесконечные колебания рыночного равновесия
	- не стабильная система хозяйствования; все зависит от решений собственников капитала
	- порождает в ходе соперничества несовершенную конкуренцию в виде монополизма
	- основная ценность - деньги, общественные ценности ей чужды и отрицаемы
- стихийно приспосабливает структуру производства к потребностям покупателей	- порождает отрицательные внешние эффекты - загрязнение окружающей среды
	- ей чуждо все, что не окупает себя в данный момент (напр., НИОКР, образование, наука)
- отвергает производство ради производства	- не учитывает разнообразия потребностей - ставка только на максимальную прибыль
- создает механизм саморегуляции спроса и предложения, установления равновесной рыночной цены	- не гарантирует равные результаты деятельности - разорение одних и обогащение других

Приложение 5 (8.1)

Модели рынка и виды конкурентной борьбы

Характерные черты	**Чистая конкуренция**	**Монополистическая конкуренция**	**Олигополия**	**Чистая монополия**
Число фирм	Очень большое	Много	Несколько	Одна
Тип продукта	Стандартизированный	Дифференцированный	Стандартизированный и дифференцированный	Уникальный; нет близких заменителей

Контроль над ценами	Отсутствует	Некоторый, но в довольно узких рамках	Ограниченны взаимной зависимостью; значительный при тайном сговоре	Значительный
Доступность информации	Равный и свободный	Некоторые затруднения	Некоторые ограничения	Некоторые ограничения
Условия вступления в отрасль	Очень легкие, препятствия отсутствуют	Сравнительно легкие	Наличие существенных препятствий	Блокировано
Неценовая конкуренция	Отсутствует	Значительный упор на рекламу, торговые знаки, торговые марки и др.	Очень типична, особенно при дифференциации продукта	Главным образом реклама, связи фирм с общественными организациями
Примеры			Производство автомобилей	Местные предприятия коммунального хозяйства



Т- схема. Монополия

Достоинства	***Недостатки***
- продукция монополистических	- цена всегда выше, чем конкурентная

	- объемы производства больше, чем на конкурентном рынке
	- монополия, господствует на рынке и имеет большие прибыли благодаря монопольно высокой цене
- крупные масштабы производства позволяют снижать издержки и экономить ресурсы	- ограничивает выпуск продукции
	- малоэффективное использование ресурсов
	- монополия теряет стимул для повышения эффективности за счет технического прогресса
	- осуществляется диктат продавца (производителя) над потребителем

Антимонопольные меры

Приложение 7 (8.1)

Антимонопольная политика— система государственных мер, направленных против монополизации производства и на развитие конкуренции среди тов аропр оизводител ей

Антимонопольная политика — система государственных мер, направленных против монополизации производства и на развитие конкуренции среди товаропроизводителей.

Начало антимонопольному законодательству было положено в США в 1880 г.

Современное антимонопольное законодательство имеет два направления: контроль за пенами и контроль за слиянием компаний.

Закон Республики "Узбекистан деятельности" 2 июля 1996 г. *Запр ещается:*

- злоупотребление доминирующим положением на рынке;

неправомерные соглашения (согласованные действия) между хозяйствующими субъектами;

- организационные преобразования, ограничивающие конкуренцию;

действия органов государственной власти и управления, их должностных лиц, сопряженные с ограничением конкуренции;

- недобросовестная конкуренция (связанная с нарушением охраняемой законом дифференциации товаров, способами их рекламы и др. о бстояте ль ствами).

■Об ограничении монополистической

Приложение 8 (8.1) Тесты

1. Конкуренция выгодна:

а) продавцу б) покупателю в) государству г) всем участника рынка

2. При совершенной конкуренции:

а) цену на продукцию определяется предприятие - монополист

б) цены на продукцию определяет несколько ведущих фирм в данной отрасли

в) цены устанавливает продавец товара

г) цены формируются под воздействием спроса и предложения

3. При олигополии:

а) цены на продукцию определяет предприятие - монополист

б) цены на продукцию определяет несколько ведущих фирм в данной отрасли

в) цены устанавливает продавец товара

г) цены формируются под воздействием спроса предложения

4. Чистая монополия – это когда на рынке:

а) господствует несколько крупных фирм - производителей

б) господствуют предприятия с государственной формой собственности

в) господствует одна фирма - производитель

г) относительно большое число производителей предлагают похожую, но не идентичную продук-

14.2. Технология обучения на семинаре

Количество студентов: 10-15 чел.	Время - 4 часа
Форма учебного занятия	Проблемный семинар

Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Сущность, цели и объективные основы конкуренции. Теория конкуренции и монополии.
2. Виды конкуренции. Формы и методы конкурентной борьбы.
3. Антимонопольные меры государства. Антимонопольные законодательства развитых стран и Узбекистана.

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме, сформировать навыки решения проблемных задач.	
Задачи преподавателя: • создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • систематизировать, закрепить и углубить знания по теме; • развить навык самостоятельной работы с учебной информацией, систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • сформировать навык решения проблемных задач; • стимулировать самостоятельное решение проблемных задач, в процессе выработки, формирования и оценки альтернатив, формулирование заключительного вывода.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • дать развернутую характеристику понятий конкуренция и монополия; • применить теоретические знания для решения проблемного задания; • исходя из полученного задания выделить проблему и определить ход ее решения; • произвести оценку различных вариантов предлагаемых решений и сформулировать заключительный вывод; • назвать направления антимонопольных мер и защиты конкуренции.
Методы и техники обучения	Проблемный метод, мозговой штурм, беседа, техники: презентация, графический органайзер-таблица решения проблемы, блиц-опрос.
Средства обучения	Текст лекций, учебные тетради, листы бумаги А32, маркеры, скотч, учебные материалы.
Формы обучения	Фронтальная, коллективная работа, работа в группах.
Условия обучения	Аудитория, имеющая условия для работы в группах.

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов
1 этап. Введение в учебное занятие (15 мин.)	1.1. Сообщает тему занятия, его цели и планируемые учебные результаты, обосновывает их значимость и актуальность. 1.2.С целью актуализации знаний проводит блиц-опрос по вопросам: 1. Дайте определение понятиям: конкуренция, меж отраслевая и внутриотраслевая, совершенная конку ренция. 2. Что значит чистая конкуренция, монополистиче ская конкуренция, олигополия, монополия, монопсо-ния, антимонопольные меры? 3. Раскройте суть и значение ценовой и неценовой конкуренции. 4. Перечислите формы монополии и кратко их оха рактеризуйте. 5. Что представляют собой антимонопольные меры и	1.1. Записывают. 1.2. Отвечают на вопросы.

какова их роль?2 этап. Основной (55 мин.)	2.1. Зачитывает студентам проблемное задание (*приложение 1*). Организует попытки формулирования поставленных проблем. Анализирует и совместно со студентами обсуждает предлагаемые варианты формулирования проблемы. Уточняет и корректирует варианты формулировок и останавливается на одной из них. 2.2. Разделяет студентов на 3 мини-группы и раздает учебное задание. Напоминает правила мозгового штурма и оценки идей, знакомит с показателями и критериями оценки работы в группа (*приложение 2*, 3). Объявляет о начале работы в группах. 2.3. Объявляет о начале презентации. В ходе презентации комментирует, уточняет, поправляет. Вместе со студентами оценивает полноту ответов, при недостаточности ответа сам даёт ответ на поставленный вопрос. Подводит итоги решения проблемного задания, отмечая проблемы и трудности, возникшие в ходе его решения. Предлагает каждому студенту зафиксировать выводы по решению проблемы в таблице (*приложение 3*) и сдать преподавателю. 2.4. Формулирует заключительный вывод по теме семинара.	2.1. Пытаются сформулировать проблему. 2.2. Решают проблемное задание в группах. 2.3. Выступают с презентацией результатов работы. Участвуют в коллективном обсуждении, дискутируют обосновывают выработанные решения проблемы. 2.4. Заполняют таблицу решения проблемы и сдают работу.
3 этап. Заключительный (10 мин.)	3.1. Подводит итоги, концентрирует внимание студентов на главном. Отмечает положительные моменты успеха групповой деятельности в ходе решения проблемы, и достигнутые результаты в ходе обучения. 3.2. Дает задание для самостоятельной работы: прочитать текст лекции следующей темы. Назначает 2-х соведущих лекционного занятия по данной теме. Сообщает, что они становятся экспертами по теории цены: 1 - представитель концепции цены А.Маршалла; 2 - представитель концепции цены К.Маркса. (2) Дает задание самостоятельно подготовить выступление, в котором раскрывается суть данного вопроса, три вопроса для закрепления знаний по теме и наглядные материалы презентации. (3) Предоставляет список рекомендуемой литературы для подготовки к лекции, ориентирует на работу с периодической печатью. Консультирует студентов в процессе их подготовки.	3.1. Слушают, уточняют. 3.2. Готовят выступление, формулируют вопросы, готовят наглядные материалы

Приложение 1 (8.2) Учебное задание 1. Проблемное задание

Ситуация.

Республика Узбекистан совершает переход от командно-административной экономической системы к рыночной экономике.

Задача.

Вам необходимо разработать направления антимонопольной политики и сформулировать ее конкретные положения.

3. Методические указания *1.Этапы проведения проблемного анализа*

Первоначальный этап предполагает *выделение* основного существенного содержания *проблемы, ее формулировку и определение объекта исследования.*

Второй этап - диагностика проблемной ситуации - определение состояния объекта, выделение существенных черт и подробная характеристика всех сторон проблемной ситуации, чтобы выделить все параметры конкретной проблемы.

Диагностика включает три блока операций:

1) описание реального состояния объекта в соответствии с выбранными параметрами;

2) определение должного состояния объекта по этим же параметрам;

3) сравнение реального и должного состояний и определение причин, направлений и способов коррекции объекта.

Третий этап - выявить все возможные варианты разрешения проблемы, сформировав *поле альтернатив.*

Четвертый этап - провести *оценку* вариантов разрешения проблемы *и выбрать оптимальный набор решений.*

2. Алгоритм решения

1.Сформулируйте проблему. (В данном случае – Каковы направления антимонопольной политики?).

2.Проведите анализ ситуации.

2.1. Сформулируйте цель антимонопольной политики.

2.2. Определите главные параметры цели (рынок в условиях совершенной конкуренции), которые необходимо достичь.

2.3. Назовите сферы законодательного или экономического воздействия со стороны государства по обеспечению рамок выделенных параметров.

2.4. Перечислите, какие меры больше всего повлияют на рыночных участников, обеспечивая совершенную конкуренцию.

3. Составьте перечень (поле) альтернативных решений по проблеме.

4. Проведите оценку выбранных альтернатив.

5. Заполните таблицу решения проблемы.

6. Четко сформулируйте итоговый вывод.

3. Таблица решения проблемы

Приложение 2 (8.2)

Формулировка проблемы: *каковы направления антимонопольной политики в период перехода к рынку*	Заключительный вывод:	
Формулировка подпроблем	Содержание решения	Выводы

Система оценки и выбора лучших идей в мини-группах

1.Каждый участник получает 5 оценочных баллов (пунктов). Он может отдать их сразу все одной идее или разделить на две (2:3, 1:4 и др.) или на три (2:1:2 и т. п.) и т.д. Но без оценки собственной идеи.

2. Все полученные баллы по каждой идее складываются.

3. Идеи ранжируются в порядке снижающегося общего балла (например, от 10 до 1). Побежда ет идея, набравшая набольшее количество баллов.

В спорных случаях можно провести голосование.

4. Выбранные приоритетные идеи участников формулируются в форме групповой идеи.

Тема 15

Особенности формирования цен в условиях рыночного управления

15.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.

Форма учебного занятия Бинарная лекция в сотрудничестве со студентами Время - 4 часа

План лекции
1. Цена и ее объективные основы. Различные теории цены.
2. Функции и виды цен.
3. Рыночный механизм ценообразования.
4. Государственное регулирование цен. Политика цен в Узбекистане в переходный период.

Цель учебного занятия: ознакомить с экономическим содержанием категории «цена», ее ролью в рыночной экономике, функциями и особенностями формирования.

Задачи преподавателя:
- ознакомить с понятием и различными взглядами на ее сущность;
- рассказать о функциях и видах цен;
- раскрыть рыночный механизм ценообразования;
- объяснить роль государства регулировании цен;

Результаты учебной деятельности: Студент должен:
- дать определение понятию цена;
- назвать и охарактеризовать виды цен;
- объяснить, как в формируется рыночная цена;
- охарактеризовать роль государства в регулировании цен.
- Методы и техники обучения

Бинарная лекция в сотрудничестве со студентами, прямой мозговой штурм, дискуссия, анализ семантических черт, категориальный обзор, техники: проблемный вопрос, блиц-опрос, «думай - работай в паре – делись».Средства обучения

Формы обучения

Условия обучения

Лазерный проектор, информационное обеспечение, визуальные материалы, листы А32, маркеры, скотч.

Фронтальная, коллективная работа, работа в парах.

Аудитория, имеющая условия для использования ТСО/ информационных технологий

Этапы, время

1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)

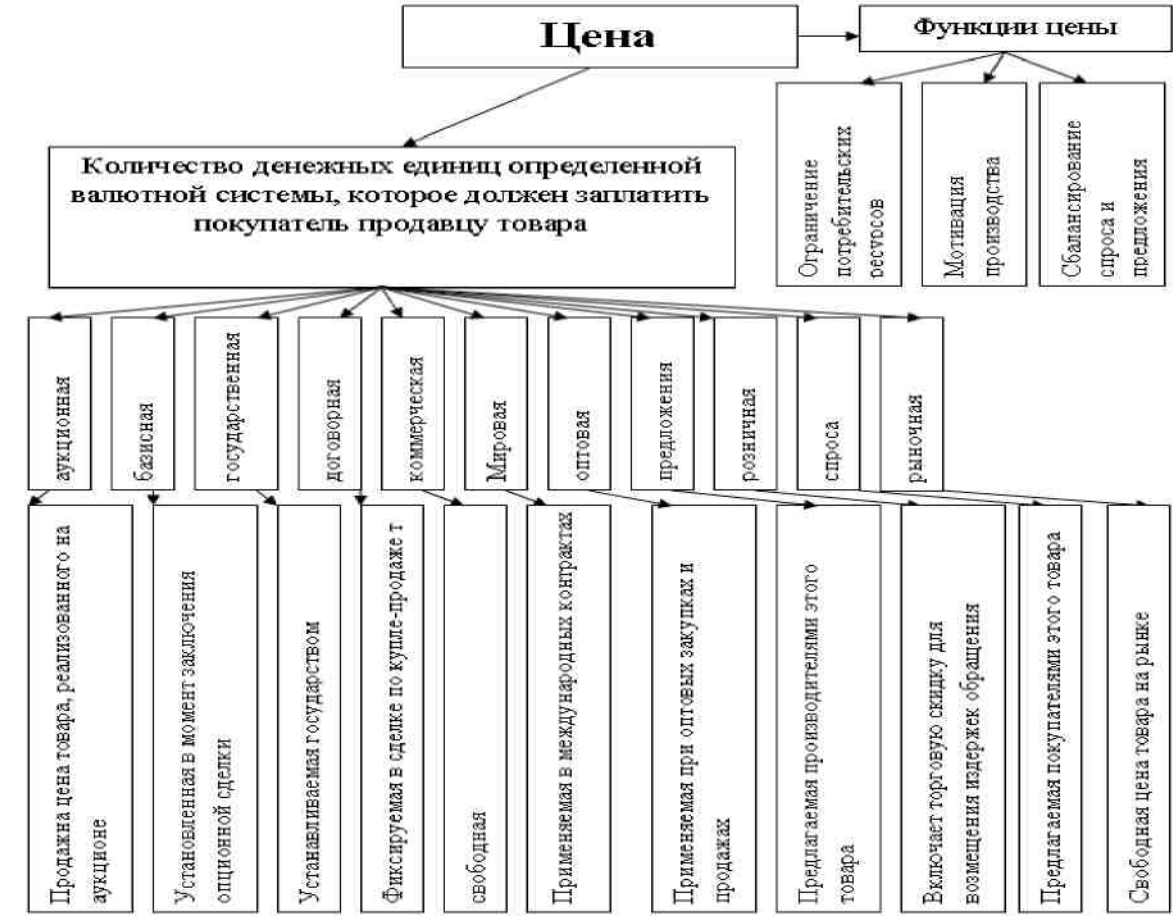
2 этап. Актуализация знаний (10 мин.)*Контрольный вариант преподавателя*

Направления анализа	**Сравнительные характеристики**					
	По Маршаллу			**По Марксу**		
	Объективная основа	**Условия формирования**	**Противоречие**	**Объективная основа**	**Условия формирования**	**Противоречие**
Сущность цены	Меновая стоимость формирует цену	Взаимодействие спроса и предложения	+ Противоположное действие спроса и предложения в точке равновесия унич-тожает цену	Стоимость формирует цену	Взаимодействие спроса и предложения	Общественная рыночная стоимость и цена определяется средней (индивидуальной) стоимостью основной массы товаров

Цена в мгновенном периоде	Полезность	**8**-фиксирован, **Б** - меняется и определяет цену			Если **Б**>**8**, то Р определяет индивидуальная стоимость Т в худших условий производства	
Цена в кратко-срочном периоде		**8** - может измениться, **Б** - меняется и определяет цену			Если **8**>**Б**, то Р определяет индивидуальная стоимость товара в лучших условиях производства	
Цена в длительном периоде	Издержки	**Б** и **8** взаимодействуют, устанавливается постоянная цена			Сумма рыночных цен приближается к сумме рыночных стоимостей Цена стремиться к стоимости	

Приложение 2 (9.1) Визуальные материалы Функции и виды цен

Цена - денежное выражение стоимости
Виды
Функции
Розничная - в розничной торговле при продаже единиц товара
Оптовая цена товара, продаваемого крупными партиями (оптом)
Договорная согласовывается между продавцом и покупателем и зафиксированная в договоре купли – продаже или выполнения работ
Ориентировочная является ориентиром в стоимости производства товаров
Учетная дает возможность учитывать результаты деятельности и вести анализ
Стимулирующая стимулирует производителя к увеличению или сокращению производства
Распределительная дает возможность производителю распределять полученный доход


Цена
Функции цены
Количество денежных единиц определенной валютной системы, которое должен заплатить покупатель продавцу товара
Ограничение потребительских ресурсов
Мотивация производства
Сбалансирование спроса и предложения
аукционная
базисная
государственная
договорная
коммерческая
Мировая
оптовая
предложения
розничная
спроса
рыночная
Продажна цена товара, реализованного на аукционе
Установленная в момент заключения опционной сделки
Устанавливаемая государством
Фиксируемая в сделке по купле-продаже т
свободная
Применяемая в международных контрактах
Применяемая при оптовых закупках и продажах
Предлагаемая производителями этого товара
Включает торговую скидку для возмещения издержек обращения
Предлагаемая покупателями этого товара
Свободная цена товара на рынке

Тесты

Приложение 3 (9.1)*1. Покупатель, обращаясь к продавцу яблок, должен задавать вопрос:*

а) сколько стоят яблоки?

б) сколько стоит килограмм яблок?

в) в какую цену килограмм яблок?

г) какова цена яблок?

2. В основе цены лежат:

а) затраты, которые несет непосредственно производитель при производстве продукции;

б) общественно необходимые затраты труда на производство продукции;

в) затраты материальных и денежных средств, которые несет общество по производству про дукции;

г) издержки на собственный и самостоятельный используемый ресурс.

3. Внутриотраслевая конкуренция приводит к:

а) установлению единой (рыночной) цены на однородную продукцию;

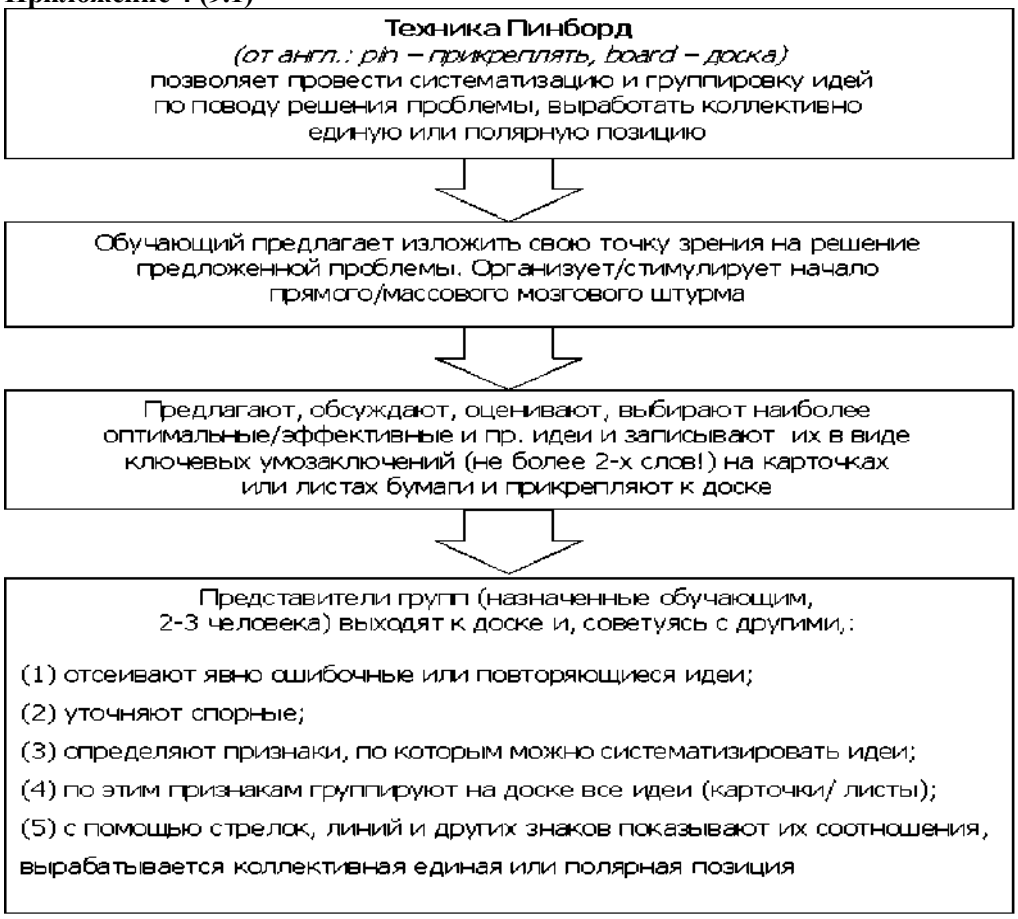
б) уравниванию отраслевых норм прибыли в среднюю норму прибыли;

в) разорению одних производителей и обогащению других;

г) ни к одному из выше перечисленных.

Техника оценки идей «Пинборд»

Приложение 4 (9.1)



9.2. Технология обучения на семинаре

Количество студентов: 15-30 чел.	Время - 2 часа
Форма учебного занятия	проблемный метод
План семинара	1. Введение. 2. Стратегия ценообразования на рынке оли гополии». 2.1. Выполнение заданий в группе и оформление листов пре зентации. 2.2. Выступление с презентацией результатов работы. 2.3. Коллективное обсуждение и оценка работы группы. 3. Заключение.

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме, сформировать навыки самоорганизации работы с учебной информацией, реферирования.	
Задачи преподавателя: • систематизировать, закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык самостоятельной работы с учебным текстом, систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • развить навык реферирования, навык решения проблем в конкретной ситуации; • формировать коммуникативные навыки, навыки дискуссии, публичных выступлений.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • дать понятие цены; • назвать функции цены; • объяснить, как формируется рыночная цена; • охарактеризовать виды ценообразования; • составить краткий план-конспект учебного текста; • представить обоснованное решение по выбору ценовой стратегии на рынке олигополии.

Методы и техники обучения	обучение сообща, техники: «кооп-кооп», блиц-опрос, презентация, графические органайзеры: «Т-схема», «Кластер».
Средства обучения	Учебный материал, текст лекции, учебные тетради, маркеры, скотч, листы А32.
Формы обучения	Индивидуальная, фронтальная и коллективная работа, работа в группах.

Условия обучения Аудитория, имеющая условия для работы в группах.

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов
1 этап. Введение в учебное занятие (20 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия, план и особенности его проведения. Разъясняет порядок и регламент работы (*приложение 1*), показатели и критерии оценки результатов работы групп (*приложение 2*). 1.2. Для актуализации знаний раздает учебный материал (*приложение 4*) и дает задание: (1) прочитайте текст, подчеркивая ключевые фразы; (2) сформулируйте вывод. Проводит блиц-опрос по результатам индивидуальной работы.	1.1. Слушают, записывают. 1.2. Выполняют индивидуальное задание. Зачитывают выводы.

2 этап. Основной: «Деловая игра» (50 мин.)	2.1. Формирует 5 мини-групп, группу экспертов (Совет директоров) для контроля и оценки результатов. Разъясняет процедуру игры (*приложение 1*) и какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Раздает экспертные листы с заданиями (*приложение 3*). Объявляет о начале работы в группах. Консультирует при необходимости, направляет ход решения в группах. 2.2. Объявляет о начале презентации: - организует выступления экспертов-консультантов; - выводы предлагает записать на отдельном листе, формируя поле итоговых альтернатив. 2.3. Организует оценку и выбор итоговой стратегии. 2.4. Комментирует итоги игры, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	2.1. Читают и выполняют задания, коллективно обсуждают решения, формируют общий доклад, оформляют листы презентации. 2.2. Выступают с презентацией результатов работы, придерживаясь роли, отвечают на контрольные вопросы, записывают предложение о стратегии на отдельный обобщающий лист. 2.3. Представители Совета директоров оценивают и выбирают оптимальную стратегию.
3 этап. Заключительный (10 мин.)	3.1. Подводит итоги работы групп, определяет команду победителя, выставляет оценки. 3.2. Дает задание для самостоятельной работы: прочитать текст лекции следующей темы по методу Инсерт и подготовиться к лекции-конференции. Называет темы рефератов, назначает докладчиков, рецензентов, оппонентов, напоминает порядок проведения дискуссии.	3.1. Представители группы экспертов (Совет директоров) объявляют итоги общей оценки. 3.2. Слушают, выбирают темы рефератов, уточняют ролевые задачи.

Приложение 1 (9.2)

Порядок и регламент работы на семинаре

1. Индивидуальное чтение и составление краткого плана-конспекта и выводов – 15 мин.
2. Деловая игра «Стратегия ценообразования на рынке олигополии» - 50 мин.

2.1.Выполнение заданий в группе и оформление листов презентации – 20 мин.

2.2. Выступление с презентацией результатов работы – до 5 мин.

2.3. Коллективное обсуждение и оценка работы группы - 2 мин.

Приложение 2 (9.2)

Показатели и критерии оценки (в баллах)

Группа	**1 задание – презентация**		**2 задание – оценка стратегии**	**3 задание – вывод**	**Соблюдение регламента**	**Ответ на контрольный вопрос**	**Дополнение**	**Итого**
	Наглядность	**раскрытие темы**	**обоснование**	**краткая формулировка**				
	(0,3)	**(0,3)**	**(1,5)**	**(0,5)**	**(0,2)**	**(0,1)**	**(0,1)**	**(3,0)**
1								
2								
3								
4								

Приложение 3 (9.2) Задания участникам ролевой игры

«Стратегия ценообразования на рынке олигополии»

Экспертный лист 1

Фирма «Дельта» является одной из трех крупнейших фирм по производству шоколада. Внезапно одна из конкурирующих фирм на 20% снизила цену на свою продукцию.
Вы приглашаетесь на Совет директоров фирмы «Дельта» и становитесь экспертом по вопросу *«Ценообразование, не основанное на тайном сговоре» (приложение 7).*
1. Вы должны наглядно представить данную стратегию.
2. Оценить возможность применения ее в сложившихся условиях.
3. Предложить свое решение о дальнейшей ценовой стратегии фирмы «Дельта».
Для наглядности достоинств и недостатков данной стратегии используйте графический органайзер «Т-схема»

Экспертный лист 2

Фирма «Дельта» является одной из трех крупнейших фирм по производству шоколада. Внезапно одна из конкурирующих фирм на 20% снизила цену на свою продукцию.
Вы приглашаетесь на Совет директоров фирмы «Дельта» и становитесь экспертом по вопросу *«Ценообразование, основанное на тайном сговоре» (приложение 8)*
1. Вы должны наглядно представить данную стратегию.
2. Оценить возможность применения ее в сложившихся условиях.
3. Предложить свое решение о дальнейшей ценовой стратегии фирмы «Дельта».
Для наглядности достоинств и недостатков данной стратегии используйте графи ческий органайзер «Т-схема»

Экспертный лист 3

Фирма «Дельта» является одной из трех крупнейших фирм по производству шоколада. Внезапно одна из конкурирующих фирм на 20% снизила цену на свою продукцию.
Вы приглашаетесь на Совет директоров фирмы «Дельта» и становитесь экспертом по вопросу *«Ценообразование на основе лидерства в ценах» (приложение 9)*
1. Вы должны наглядно представить данную стратегию.
2. Оценить возможность применения ее в сложившихся условиях.
3. Предложить свое решение о дальнейшей ценовой стратегии фирмы «Дельта».
Для наглядности достоинств и недостатков данной стратегии используйте графиче ский органайзер «Т-схема»

Экспертный лист 4

Фирма «Дельта» является одной из трех крупнейших фирм по производству шоколада. Внезапно одна из конкурирующих фирм на 20% снизила цену на свою продукцию.
Вы приглашаетесь на Совет директоров фирмы «Дельта» и становитесь экспертом по вопросу *«Ценообразование по принципу «издержки плюс» (приложение 10).*
1. Вы должны наглядно представить данную стратегию.
2. Оценить возможность применения ее в сложившихся условиях.
3. Предложить свое решение о дальнейшей ценовой стратегии фирмы «Дельта».
Для наглядности достоинств и недостатков данной стратегии используйте графи ческий органайзер «Т-схема».**Экспертный лист 5**

Фирма «Дельта» является одной из трех крупнейших фирм по производству шоколада. Внезапно одна из конкурирующих фирм на 20% снизила цену на свою продукцию.
Вы приглашаетесь на Совет директоров фирмы «Дельта» и становитесь экспертом по вопросу *«Неценовая конкуренция» (приложение 6).*
1. Вы должны наглядно представить данную стратегию.
2. Оценить возможность применения ее в сложившихся условиях.
3. Предложить свое решение о дальнейшей стратегии фирмы «Дельта».
Для наглядности достоинств и недостатков данной стратегии используйте графи ческий органайзер «Т-схема».

Экспертный лист 6

Фирма «Дельта» является одной из трех крупнейших фирм по производству шоколада. Внезапно одна из конкурирующих фирм на 20% снизила цену на свою продукцию.
Вы представляете Совет директоров фирмы «Дельта» и приглашаете на совещание независимых экспертов-консультантов для выработки дальнейшей стратегии поведения фирмы на рынке.
1. Вы должны изучить учебный материал (*приложение 5)* и составить краткую *презентацию на тему «Олигополия и рыночная цена»,* используя для наглядности графический органайзер «Кластер».
2. Открыть Совет директоров своей презентацией и назвать проблемы компании.
3. Выслушать презентации и советы экспертов и задать один контрольный вопрос. 4. Обсудить и выбрать

одну из предложенных стратегий.

Приложение 4 (9.2) Учебный материал

Функции цены в рыночной экономике

В рыночной экономике цены выполняют две основные функции. Первая состоит в том, что она влияет на распределение товаров между продавцами и покупателями. Эта функция цены в наибольшей мере подвержена воздействию различных регуляторов.

Вторая функция цены заключается в том, что она направляет потребительский спрос на продукты, имеющиеся в изобилии, и оттягивает его от остродефицитных товаров. Если, скажем, иссякают запасы одного вида топлива, а другого имеется предостаточно, то следует ожидать роста цены на первое топливо. Это заставит потребителей переключиться с использования дефицитного топлива на другое. Крупные фирмы перестроят свое оборудование, а вновь построенные отопительные системы будут ориентироваться на использование дешевого топлива.

Цены заставляют эффективно использовать ресурсы. Они направляют дефицитные ресурсы туда, где в них существует наибольшая потребность. Когда дорожает дефицитный ресурс, то на рынке остаются лишь те, кто использует его наиболее выгодно. Крупные фирмы и отдельные индивиды, способные обходиться дешевым заменителем, переключаются на него, когда цена дефицитного ресурса станет слишком велика. Те же, для кого другие виды топлива неприемлемы, будут использовать ставшее дефицитным топливо независимо от цены.

Иногда повышение цен может быть полезно для общества. Если, например, стране угрожает нехватка природного газа, то считается необходимым повысить цены на него, что позволит уменьшить потенциальный экономический ущерб.

В развитой рыночной экономике всю информацию о целесообразных направлениях своей деятельности производитель получает через систему цен на товары, услуги, ресурсы. В рыночном хозяйстве определению издержек производства и реализации товара на конкретном предприятии противостоит цена этого товара, которая устанавливается на рынке в результате конкуренции.

Действие образующегося таким образом механизма ценообразования и приведения в соответствие спроса и предложения весьма совершенно: потребности общества удовлетворяются с необходимой регулярностью, хотя этот механизм имеет некоторые «дефекты».

Приложение 5 (9.2)

Учебный материал: «Олигополия и рыночная цена»

Во многих отраслях обрабатывающей, добывающей промышленности, в оптовой торговле может сложиться господство нескольких фирм. Это - олигополия.

«Олигополия, - утверждают К. Макконелл и С. Брю, - рынок, на котором несколько фирм продают стандартизированные или дифференцированные товары; рынок, доступ на который для других фирм затрудняется, на котором контроль над ценами на продукцию ограничен взаимозависимостью фирм (за исключением тех случаев, когда имеется сговор) и на котором обычно действует сильная неценовая конкуренция».

Одной из главных отличительных черт олигополии является «немногочисленность». Это означает, что на рынках товаров и услуг господствует относительно малое число фирм. Например, олигополия включает алюминиевую промышленность, в которой три фирмы имеют тенденцию господствовать на всем национальном рынке. Часто употребляются выражения: «большая тройка», «большая четверка», очевидно, что отрасль, в которой имеет место господство таких «троек», «четверок», является олигополистической.

Почему некоторые отрасли состоят только из нескольких фирм? Чтобы понять это, рассмотрим понятие «эффекта масштаба». Эффект масштаба - эффект изменения (уменьшения или роста) издержек производства при изменении масштаба производства. Там, где эффект масштаба значителен, достаточно эффективное производство возможно только при небольшом числе производителей, т. е. для того, чтобы производство было более эффективно, производственная мощность каждой фирмы должна занимать большую долю совокупного рынка. Ситуация, при которой в отрасли имеется большое число фирм с высокими издержками производства, каждой из которых не удается реализовать существующий эффект масштаба, является неустойчивой. Таким образом, при стабильном рыночном спросе все множество фирм с небольшими размерами предприятий не сможет выжить. Выгодное расширение некоторых фирм происходит за счет конкурентов. Кроме того, вследствие реализации эффекта масштаба некоторыми фирмами, число конкурирующих производителей одновременно сокращается вследствие *банкротства или слияния*. Исторически сложилось, что с течением времени во многих отраслях научно-технический прогресс сделал все более и более достижимым эффект масштаба. Таким образом, многие отрасли начинали свою деятельность на базе простой техники, в условиях небольшого эффекта масштаба и значительного числа конкурентов. Но затем, по мере того, как совершенствовалась техника и становился все более резко

выраженным эффект масштаба, менее сметливые, удачливые и энергичные фирмы оказывались на обочине, а вперед выходили несколько наиболее сильных производителей.
Независимо от того способа, которым развивается олигополия, ясно, что конкуренция среди небольшого количества фирм обусловливает их всеобщую взаимозависимость.
Для примера рассмотрим три фирмы (А, Б, В), каждая из которых обладает примерно третью рынка какого-то продукта. Если А снижает цену, ее доля рынка увеличится. Но снижение цены фирмой А неблагоприятно повлияет на положение фирм Б и В. Следовательно, можно ожидать какой-то реакции со стороны Б и В. Они могут привести свои цены в соответствие с сокращением цены фирмой А или даже продавать по ценам более низким, ввергая себя, таким образом, *в ценовую войну*. Следовательно, можно предположить, что ни одна фирма в олигополистической отрасли не станет изменять свою ценовую политику, не попытавшись спрогнозировать ответные действия своих конкурентов. При установлении цены для олигополиста наиболее важными являются данные об издержках и спросе, но к ним нужно добавить реакцию со стороны конкурентов, очень неопределенный фактор.
Всеобщая взаимозависимость, вытекающая из немногочисленности и, как следствие, необходимость для фирмы взвешивать возможные ответные действия конкурентов в случае изменения ее ценовой политики являются уникальными свойствами олигополии. Наиболее подходящим определением существования олигополии является следующее: олигополия существует, когда число фирм в отрасли настолько мало, что каждая при формировании своей ценовой политики должна принимать во внимание реакцию со стороны конкурентов. Можно сделать следующий вывод: **олигополия существует, когда малое число фирм господствует на рынке однородного или дифференцированного продукта**. Олигополия возникает благодаря слияниям и различным барьерам для вступления, таким как эффект масштаба, патенты и владение сырьем. В заключение рассмотрим две точки зрения на экономические последствия олигополии. Первая точка зрения утверждает, что итоги деятельности по цене и объему производства при олигополии похожи на аналогичные результаты в условиях чистой монополии. Вторая точка зрения состоит в том, что олигополия способствует научно-техническому
прогрессу и потому имеет результатом более низкие цены и большие уровни выпуска и занятости, чем в случае, если бы отрасль носила более конкурентный характер.

Приложение 6 (9.2)

Учебный материал: «Неценовая конкуренция»

Для олигополистического ценообразования характерно следующее: с одной стороны, олигопо-листические цены имеют тенденцию быть негибкими, «жесткими». Они изменяются реже, чем в условиях чистой конкуренции, монополистической конкуренции и чистой монополии. С другой стороны, когда олигополистические цены изменяются, вероятно, что фирмы изменяют свои цены все вместе. При олигополии ценовое поведение предполагает наличие стимулов к согласованным действиям или тайному сговору при назначении и изменении цен.
Неценовая конкуренция включает в себя три основных этапа: дифференциация, совершенствование и реклама продукта.
Дифференциация продукта означает, что в любой момент потребителю будет предложен широкий выбор различных типов, стилей, марок и степеней качества любого данного продукта. В этом, очевидно, проявляется преимущество для потребителя. Диапазон выбора расширяется, а потребительский вкус удовлетворяется производителями более полно. Однако существует мнение, что дифференциация продукта не является чистым благом. Быстрое увеличение ассортимента продуктов определенных типов может достичь такого уровня, когда потребитель начнет путаться, разумный выбор станет трудным и покупки будут отнимать много времени. Кроме того, потребитель может начать судить об их качестве только по цене, т. е. предположить, что цена обязательно служит показателем качества продукта, что неправильно.
Конкуренция является важным средством реализации технических ***нововведений и совершенствования продукта***. Она стимулирует творческую работу фирм. Во-первых, улучшение продукта одной фирмой обязывает конкурентов догонять или, если они в состоянии, превзойти ее в изготовлении такого продукта, иначе им не избежать убытков. Во-вторых, прибыли, полученные от улучшения продукта, могут быть использованы для финансирования его дальнейших улучшений. Однако здесь также имеются некоторые критические замечания. Они касаются того, что часто изменения носят чисто внешний характер: фирмы улучшают свой продукт ровно в той степени, которая необходима, чтобы заставить среднего покупателя почувствовать неудовлетворенность прошлой моделью. Частичные изменения в упаковке, наведение внешнего блеска составляют главные направления изменений продукта. Кроме того, может быть сделан особый упор не только на действительные различия продукта, но и на воображаемые, точнее — на их создание посредством рекламы.

С помощью рекламы производитель может добиться по крайней мере временного преимущества над конкурентами. В то время, как дифференциация продукта приспосабливает продукт к потребительскому спросу, реклама приспосабливает спрос к продукту. Существует множество разных мнений относительно экономической и общественной желательности рекламы.

Рассмотрим основные доводы «за» и «против» рекламы. Доводы в пользу рекламы:

1) реклама предоставляет информацию, которая помогает покупателю сделать разумный выбор, подробнее узнать новые фирмы и продукты реклама частично финансирует радио, печать, телевидение;

2) реклама стимулирует изменение продукта для того, чтобы конкурировать в сфере рекламы; фирма должна улучшить свой продукт, чтобы обеспечить основания для продажи;

3) реклама является силой, поддерживающей конкуренцию.

Доводы против рекламы:

- реклама может в некоторых случаях убедить потребителей заплатить более высокие цены за товары худшего качества, отказавшись от лучших, более дешевых;
- реклама представляет собой область нецелесообразного применения дефицитных ресурсов;
- в связи с рекламой возникают значительные внешние издержки (возрастает потребление табака и алкоголя, нарушается беспристрастность средств массовой информации);
- большая часть рекламы имеет тенденцию к самонейтрализации за счет таких же рекламных кампаний конкурентов.

Итак, мы рассмотрели основные признаки неценовой конкуренции. Почему же олигополисты делают упор именно на неценовую конкуренцию? Существуют две основные причины.

1. Менее вероятно, что неценовая конкуренция выйдет из-под контроля. Олигополисты считают, что благодаря неценовой конкуренции могут быть получены более долговременные преимущества перед конкурентами, потому что изменение продукта, усовершенствование технологий и удачные рекламные ходы не могут быть так же быстро и полно дублированы, как и снижение цен.

2. Промышленные олигополисты обычно обладают значительными финансовыми ресурсами, на которые можно поддерживать рекламу и развитие продукта. Анализ всех способов олигополистиче-ского ценообразования показывает, что олигополисты питают отвращение к ценовой конкуренции. Это отвращение может привести к некоторому типу тайного соглашения о цене. Однако тайные соглашения обычно сопровождаются неценовой конкуренцией.

Приложение 7 (9.2) Учебный материал Стратегии ценообразовании: олигополия, не основанная на тайном сговоре

Рассмотрим олигополистическую отрасль, состоящую из трех фирм А, Б, В, каждая из которых обладает третью рынка. Пускай фирма А изменяет цену на свою продукцию. Тогда существуют два предположения относительно ответных действий фирм Б и В. Первый вариант сводится к тому, что Б и В будут выравнивать свои цены в соответствии с любым изменением, предпринятым А. В случае, если фирма А снизит свою цену, ее продажи увеличатся незначительно, потому что Б и В последуют примеру конкурента и таким образом помешают ей получить какое-нибудь преимущество в цене перед ними. Небольшое увеличение в продажах, которое осуществят и А, и оба ее конкурента происходит за счет других отраслей. А не увеличит продаж за счет Б и В. В случае, если фирма А поднимет свою цену, ее продажи только уменьшатся, потому что фирмы Б и В выровняют свои цены в соответствии с увеличением цены на продукт фирмой А, так что А не будет вытеснена с рынка в результате повышения цен. Но в этом случае отрасль потеряет некоторый объем продаж в пользу других отраслей. Второй вариант заключается в том, что фирмы Б и В будут игнорировать любые изменения цен, предпринимаемые А. В этом случае, если фирма А понизит свою цену, а ее конкуренты — нет, А получит требуемый объем продаж в основном за счет двух своих конкурентов, потому что она будет продавать дешевле их. Наоборот, если фирма А поднимет свою цену, а ее конкуренты—нет, А будет вытеснена с рынка и потеряет много потребителей в пользу Б и В, которые будут продавать продукцию дешевле, чем А. Однако вследствие дифференциации продукта объемы продаж фирмы А не упадут до нуля, потому что некоторые из покупателей будут платить более высокую цену, так как они отдают предпочтение продукту именно этой фирмы.

Из этого можно сделать следующие выводы. В случае снижения цен одной фирмой цены будут выровнены остальными, поскольку конкуренты фирмы, снижающей цену, действуют таким образом, чтобы помешать фирме, снижающей цену, отнять у них потребителей. Но в случае повышения цен одной фирмой аналогичного повышения не последует, так как конкуренты фирмы, повышающей цену, будут проявлять твердые намерения захватить бизнес, потерянный ею в результате повышения цен. Все это дает основание полагать, что для каждого олигополиста любое изменение в цене приведет к худшему. Большое число потребителей покинет фирму в том случае, если она поднимет цену. Если она снизит цены, ее продажи

увеличатся в лучшем случае очень умеренно. У данного анализа есть один недостаток. Он объясняет только негибкость цены, а не дает ответ на вопрос, почему была изменена текущая цена.

Приложение 8 (9.2) Учебный материал

Стратегии ценообразования: олигополия основана на тайном сговоре

Как известно, одним из условий олигополии является небольшое число находящихся во взаимозависимости фирм, что благоприятствует тайному сговору. Тайный сговор имеет место, когда фирмы достигают непосредственного, или молчаливого, соглашения о том, чтобы зафиксировать цены, разделить или распределить рынки или иным образом ограничить конкуренцию между собой. Такой тайный сговор, обусловливающий контроль за ценой, может позволить олигополистам уменьшить неопределенность, увеличить прибыли и, может быть, даже помешать вступлению новых конкурентов.

Рассмотрим, как будет установлена цена в такой олигополии. Предположим, что в определенной отрасли существуют три фирмы А, Б, В, производящие однородную продукцию, каждая из них допускает, что два ее конкурента будут выравнивать свои цены и при снижении, и при повышении ею цены. Установим также некоторую начальную цену О. В том случае, если предположение А о том, что ее конкуренты будут выравнивать свои цены по ее цене, окажется неверным, последствия для А могут быть самые плачевные. Точнее, если Б и В назначат цену ниже О, тогда спрос у А резко упадет, поскольку ее потенциальные потребители обратятся к ее конкурентам, продающим тот же продукт по более низкой цене. Если фирма А тоже снизит цену, то это вызовет резкое уменьшение прибылей всех трех фирм, а может даже привести к тому, что средние издержки превысят цену. По-

этому возникает вопрос, а захотят ли фирмы Б и В назначить цену ниже О. При тех предположениях, которые мы сделали, а также учитывая, что фирме А ничего не остается делать, кроме как выравнивать свою цену по любой цене Б и В, на этот вопрос можно ответить «нет». Столкнувшись с теми же условиями спроса и издержек, фирмы Б и В сочтут в своих интересах назначить ту же оптимальную начальную цену О. В создавшейся ситуации каждая фирма считает наиболее выгодным назначить одну и ту же цену О, но только если ее конкуренты будут делать то же самое.

Как можно на практике избежать менее прибыльных результатов для всех фирм, связанных либо с более высокими, либо с более низкими ценами? Ответ очевиден: все фирмы будут иметь причину для того, чтобы вступить в тайный сговор и согласиться назначить одинаковую цену О. Кроме уменьшения возможности возникновения войны цен, каждая фирма будет получать максимальную прибыль (по предположению, что прибыль будет максимальна в случае начальной цены О). Для общества результат тайного сговора будет таким, как если бы отрасль была чистой монополией, состоящей из трех одинаковых предприятий.

Наиболее простой формой тайного сговора является так называемый картель, который предполагает формальное письменное соглашение относительно цены и объема производства, которое должно регулироваться, т. е. рынок подлежит разделу, чтобы можно было поддерживать согласованную цену.

Приложение 9 (9.2) Учебный материал Стратегии ценообразования: лидерство в ценах

Это средство, с помощью которого олигополисты могут координировать свое поведение в области цен, но не вступая в прямой тайный сговор. Формальные соглашения и нелегальные встречи при этом не предусматриваются. Получает развитие практика, в соответствии с которой «господствующая» фирма, обычно наиболее крупная, меняет цену, а все другие феирмы более или менее автоматически следуют этому изменению. Изучение лидерства в ценах в ряде отраслей говорит о том, что ценовой лидер придерживается следующей тактики.

Во-первых, поскольку изменение цен всегда связано с некоторым риском в том отношении, что конкуренты могут не последовать за лидером, корректировки цен делаются редко. Лидер не будет реагировать изменением цен на небольшие перемены в условиях издержек и спроса. Цена изменится, если эти условия изменятся значительно и во всей отрасли. Например, лидер поднимает цены в случае увеличения налогов или подорожания какого-нибудь основного ресурса, например энергии.

Во-вторых, о предстоящих пересмотрах цен ценовой лидер отрасли оповещает заранее, например, в интервью отраслевым изданиям. Говоря о необходимости повысить цены, может получить у конкурентов согласие для их действительного увеличения.

В-третьих, ценовой лидер не обязательно выбирает ту цену, которая максимизирует прибыль отрасли в краткосрочном периоде. Причина этого заключается в стремлении фирм отрасли помешать вступлению в нее новых фирм. В том случае, если барьеры для вступления основаны на преимуществах в издержках существующих фирм, они могут быть преодолены вновьь вступающими при условии, что цена продукта достаточно высока. Новые фирмы, относительно небольшие, могут выжить и расширяться, если отраслевая цена очень высока. Чтобы помешать новым конкурентам и тем самым сохранить существующую олигополистическую структуру отрасли, фирмы могут установить цену ниже максимизирующего прибыль

уровня. В заключение можно отметить, что нередко при тщательном расследовании то, что вначале казалось лидерством в ценах, оказывалось тайным согласием.

Приложение 10 (9.2) Учебный материал Стратегии ценообразования: ценообразование по принципу «издержки плюс»

В этом случае олигополист использует формулу или методику для определения издержек на единицу продукции и к издержкам добавляется накидка, чтобы определить цену. Но так как издержки на единицу продукции изменяются с изменением объема производства, фирма меняет средний плановый уровень производства. Например, величиной средних издержек фирмы может быть та, которая достигается, когда фирма действует при использовании производственных мощностей на 75—80%. При определении цены к средним издержкам прибавляется накидка, обычно в размере определенного процента. Процент накидки определяется размером плановой прибыли, к которой стремится фирма, или планируемой прибыли на капиталовложения фирмы. Ценообразование по принципу «издержки плюс» имеет особые преимущества для фирм, производящих разнообразные продукты, которые в ином случае столкнулись бы с трудным и дорогостоящим процессом определения условий спроса и издержек для товаров, имеющих, может быть, сотни наименований.

Метод калькуляции цен не является несовместимым с прямым тайным сговором или лидерством в ценах. Если несколько прооизводителей в отрасли имеют приблизительно одинаковые издержки, то точное соблюдение общей формулы ценообразования будет иметь результатом очень похожие цены и их изменения.

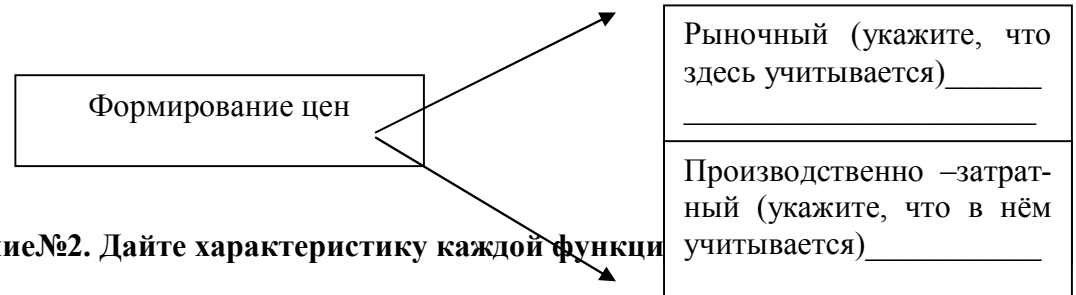
Приложение 11 (9.2)

Процедура игры

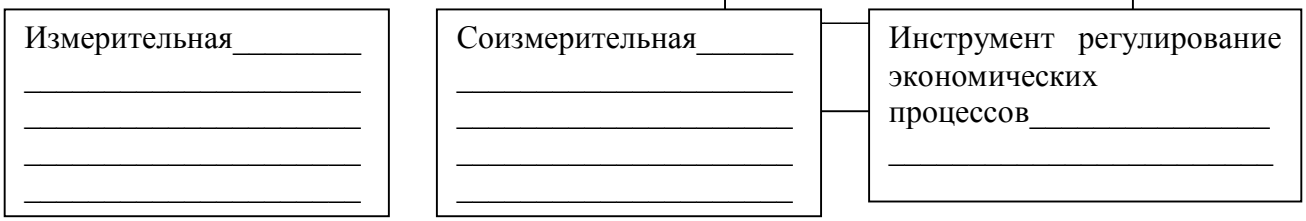
1. Учащиеся делятся на 6 групп.
2. 5 групп представляют действующих лиц независимых экспертов-консультантов и с помощью жеребьевки определяют свое задание.
3. 1 группа представляет «Совет директоров».
4. Совет директоров в течение 20 минут готовит свою презентацию и открывают совещание своим выступлением (до 3 минут).
5. Группы, представляющие действующих лиц, выбирают лидера, который будет представлять их действующее лицо (независимого эксперта-консультанта) перед Советом директоров и в течение 20 минут составляют аргументированную речь и свой вариант стратегии в сложившихся условиях.
6. Независимые эксперты-консультанты последовательно выступают перед Советом, защищая свою точку зрения (до 5 мин).
7. Совет директоров выслушивает эксперта-консультанта, задает уточняющие(контрольные) вопросы, оценивает каждое выступление и принимает наиболее оптимальное стратегическое решение, на основе сравнительной оценки представленных альтернативных стратегий, публично обосновывая свой выбор.
8. Выигравшим считается тот участник, которого признает лучшим Совет директоров, основываясь на критериях оценки **(***приложение 4*).
9. Совет может признать победителем участника, представившего наибольшее число положительных сторон (аспектов влияния) своего решения.
10. Участники обсуждения ранжируются по степени убывания положительных аргументов своих решений.
11. Дополнительный балл присуждается той группе, которая внесла существенное дополнение в ходе обсуждения выбора стратегии.

Задания

Задание№1.



Задание№2. Дайте характеристику каждой функци



Учетная_____ _____ _____	Распределительная_____ _____ _____	Внешнеэкономическая____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____
Стилизмирующая:_____ _____ _____	Социальная_____ _____ _____	

Задание№3. Выделите условия, при которых используются:

Виды цен	**Условия**
1. Жесткофиксированные цены	
1. Регулируемые цены	
2. Договорные	
3. Свободные	

Тема 16
Рынок труда в использовании трудовых ресурсов на предприятии

16.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	Время - 2 часа
Форма учебного занятия	Информационная лекция – визуализация

План лекции
1. Труд и трудовые отношения на рынке.
2. Спрос и предложение на рынке труда.

Цель учебного занятия: сформировать знания об экономическом содержании понятий труд, трудовые отношения, рынок труда.

Задачи преподавателя:

- раскрывает экономическое содержание труда;
- характеризует понятие трудовых отношений и их эволюцию;
- раскрыть особенности рынка труда.

Результаты учебной деятельности: Студент должен:

• дать определение понятия труд, трудовые отношения, профсоюзы, рынок труда;
• охарактеризовать 2 основные теории заработной платы;
• показать особенности рынка труда;
• раскрыть смысл понятия трудовой договор, трудовые конфликты.Методы и техники обучения
проблемный метод, метод обучение сообща, техники: инсерт, блиц-опрос.
Средства обучения
Формы обучения
Лазерный проектор, информационное обеспечение, визуальные материалы, маркеры, скотч, листы бумаги А32, текст лекции, учебные материалы.
Фронтальная, коллективная работа, работа в группах.Условия обучения
Аудитория, приспособленная для работы в группах, имеющая условия для использования ТСО.Этапы, время

Технологическая карта лекции

Деятельность
реподавателя
студентов

1 этап. Введение в учебное занятие (15 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. 1.2. Разделяет студентов на 4 группы, напоминает правила работы в группах, знакомит с показателями и критериями оценки (*приложение 1*). Напоминает о задании самостоятельно прочитать текст лекции по данной. Предлагает студентам, пользуясь сделанными ими отметками на полях текста, ответить на вопрос: «Какие особенности рынка труда в переходный период рыночной экономики?»	1.1. Слушают. 1.2.Называют ключевые понятия темы. 1.3. Формулируют вопросы, лидеры групп фиксируют вопросы.
2 этап. Информационный (60 мин.)	2.1. Выстраивает беседу в соответствии с планом лекции. Концентрирует внимание студентов на главном, время от времени обращает их внимание на тот или иной фрагмент текста с предложением сделать вставки или отметки. Использует визуальные материалы (*приложение 2*).	2.1. Делают пометки, обсуждают.
3 этап. Заключительный (5 мин.)	3.1. Подводит итоги. 3.2. Дает задание для самостоятельной работы: 1) ответить на вопросы (*приложение 5*) 2) написать реферат на тему «Особенности трудовых отношений в период перехода Узбекистана к рыночной экономике».	3.1. Слушают, сообщают итоги взаимооценки. 3.2. Записывают задание.

В точке пересечения кривых спроса и предложения (Р) определяется равновесная ставка заработной платы (Зр) и равновесный уровень занятости данного вида труда (Тр)

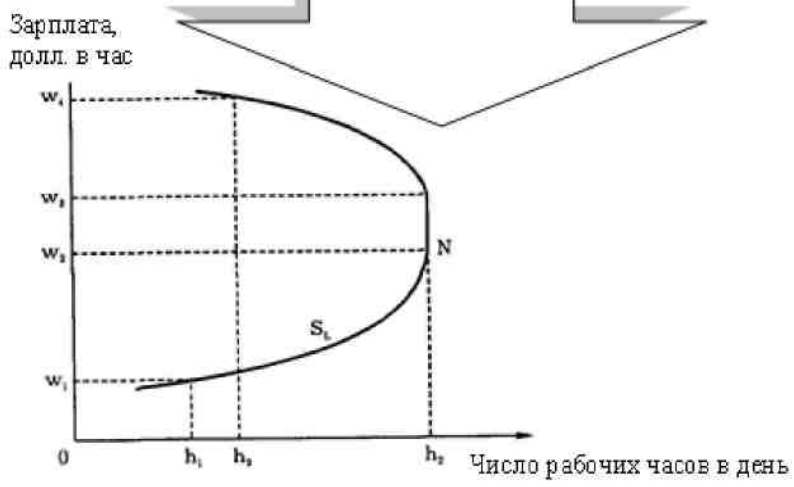
Спрос на рабочую силу зависит от:
- ставки заработной платы
- обьема продукции произведенной одним работником
- цены на выпускаемую продукцию

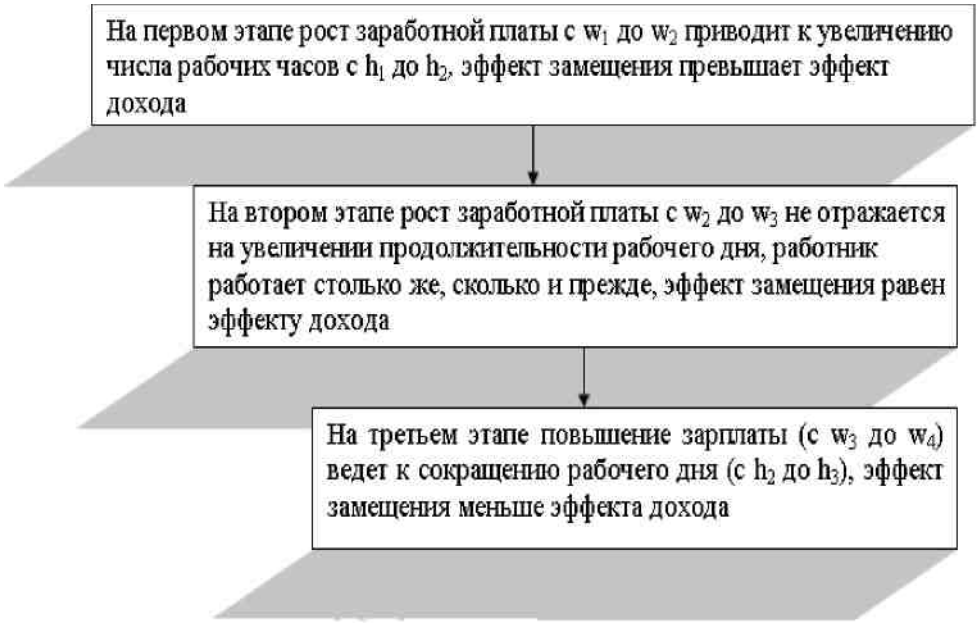
Совокупное предложение труда определяется:
- численностью населения;
- долей в нем трудоспособного населения;
- средним числом часов, отработанных рабочим за год;
- качеством труда и квалификацией рабочих

Для предложения труда характерны два явления: «эффект замещения» и «эффект дохода».

Рост дохода стимулирует увеличение спроса на такое нормальное благо, как отдых, что отражается в росте свободного времени за счет сокращения рабочего дня. С повышением зарплаты растет и цена отдыха.

Предложение труда строится рабочими на основе сопоставления привлекательности дохода, который они получают за час труда, и удовлетворения, получаемого за час досуга.





Трудовые отношения и их эволюция

Вопросы по теме:

1. Назовите специфические черты фактора труд?
2. Как определить стоимость рабочей силы?
3. Какие виды товаров включаются в минимальную потребительскую корзину?
4. Что лежит в основе заработной платы?
5. Назовите сущность и основные элементы рынка труда?
6. В чём выражаются основные функции рынка труда?
7. По какой формуле определяется объём реальной заработной платы?
8. Эффект дохода и эффект замещения на рынке труда?
9. Как графически выражаются эффекты замещения и дохода?
10. Графическое описание условий полной занятости и безработицы?

Опорный конспект:

Труд — -есть деятельность человека, людей, обладающая тремя основными признаками:
1) **осознанностью действий;**
2) энергозатратностью;
3) наличием полезного, общественно признанного результата.

1) Осознанность — -означает, что человек построил вначале в своём сознании проект, модель действий, а уже затем приступил к осуществлению заранее выработанных намерений.

Энергозатратность — -проявляется в том, что на осуществление трудовой деятельности затрачивается дополнительная физическая и умственная энергия.

Результативность — -любая деятельность заверша-ется определённым результа-том, имеет некоторый итог, обладающий общественно-признанной полезностью.

Таким образом, фундаментальное отличие рыночной экономики от нерыночной состоит в том, что в нём трудом считается любая целеориентированная деятельность человека, требующая от него затрат мысли, усилий, энергии, времени, вне зависимости от области применения результатов, формы и способов организации работы.

Главной, определяющей особенностью рыночной экономики является **наличие свободного рынка труда.**

Благодаря такому рынку каждый человек имеет возможность продавать свою рабочую силу, распоряжаясь ею по своему усмотрению.

Наряду с законодательством о труде, действующим при рыночной экономике, устанавливаются общие правила, условия, нормы отношений между нанимателями и нанимаемыми, здесь используется система саморегуляции трудовых ресурсов, занятости.

Трудовые отношения — -система взаимоотношений между государством и работниками, а также

между фирмами и работниками. Они регулируются, как правило, договором и строятся на контрактной основе.

Контракт -это договор, заключаемый между фирмой и работником на определённое, обычно не очень продолжительное время. По истечении срока он может быть заключён по желанию обеих сторон, а может быть и продлён.

Сила контрактного договора -состоит в том, что заключивший контракт постоянно чувствует его временный характер. Если работник заинтересован в продлении контракта, то старается с самого начала работать качественно и производительно.

Контракт -это рычаг рыночной экономики, поскольку он постоянно мотивирует работника к производитель-ному труду, к получению высоких результатов.

Контракт необязательно должен быть временным. Он может быть бессрочным и даже пожизненным, если стороны взаимно доверяют друг другу.

Трудовые отношения между фирмой и работниками регулируются **коллективным договором.**

В него включаются:

а) форма, система и размер оплаты труда, величина денежных пособий, компенсаций и доплат;

б) механизм регулирования заработной платы в условиях роста цен и усиливающейся инфляции;

в) регулирование занятости, переквалификация и переобучение высвободившихся работников;

г) продолжительность рабочего и свободного времени, график и величина отпусков;

д) условия медицинского и социального страхования;

е) экологическая безопастность и охрана здоровья работников на производстве;

ж) контроль за выполнением коллективного договора.

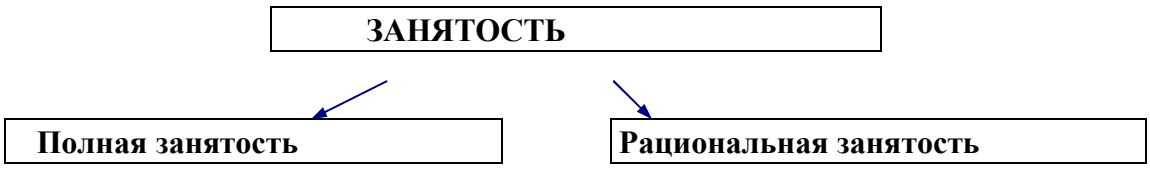
В условиях перехода к рынку возникает **свободно избранная занятость.**

Занятость населения -мера вовлечения людей в трудовую деятельность.

Свободно избранная занятость -предполагает возможность избрания трудовой деятель-ности в любом секторе экономики независимо от формы собственности, включая личную, индивидуальную, частную собственность.

Это означает , что труд по найму, индивидуальный труд, предпринимательская деятельность приобретают статус общественно признанных форм труда.

Рынок труда - отношения обмена рабочей силы.



Полная занятость -вовлечение всех желающих в процесс трудовой деятельнос-ти, отсутствие безработицы.

Рациональная занятость -характеризуется оптимальным распределением работников по отраслям производства, регионам, обеспечение макси-мальной эффективности их использования.

Главное в рациональной занятости - структура занятости и уровень эффективности производства.

Важные направления экономии рабочей силы:

- сокращение сферы приложения ручного малоквалифициро-ванного труда на основе механизации и автоматизации производства;
- улучшение использования рабочего времени путём сокращения рабочего периода и времени производства;
- совершенствование организации перераспределения трудовых ресурсов между фирмами, отраслями и регионами.

Заработная плата -представляет собой превра-щённую форму стоимости и соответственно цены специфи-ческого товара - рабочая сила.

С точки зрения отношений распределения **заработная плата - это денежная форма основной части необходимого продукта, который поступает в индивидуальное потребление работникам фирмы в соответствии с качеством и количеством затраченного труда.**

Цена часа труда работника (цена рабочего часа) -представляет единицу измерения цены труда.

Цена труда -это иррациональная категория, поскольку труд не имеет стоимости.

$$\text{Цена часа труда} = \frac{\text{дневная стоимость рабочей силы}}{\text{число часов дневного труда}}$$

В то же время она колеблется под влиянием спроса и предложения на рабочую силу, складывающихся на рынке труда.

Цена труда как основа формирования заработной платы даёт возможность:

- выражать в деньгах различное количество труда;
- соизмерять количество труда с его оплатой;
- ставить величину заработной платы в зависимость от количества и качества труда.

Прежде всего устанавливается **мера труда.**

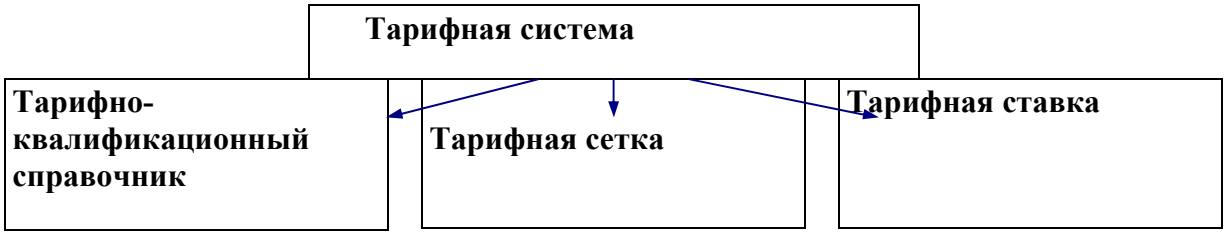
Мера труда -отражает количество труда, интенсивность труда и качество труда.

В результате появляются нормы времени, нормы выработки, нормы обслуживания на тех или иных работах.

Принципы дифференциации заработной платы работника:

I) Величина заработной платы зависит от сложности труда, профессиональных навыков и квалификации работника;

Данный принцип осуществляется на основе тарифной системы.



Тарифно-квалификационный справочник	-это нормативные документы, которые содержат перечень производственных характерис-тик работ, выполняемых работниками определённых профессий и разряда; квалификационные требования, предъявляемые к работникам.
Тарифные ставки	-характеризуют абсолютный уровень оплаты труда работников в денежной форме в единицу времени (час, день, месяц).

II) Величина заработной платы зависит от условий работы, от её тяжести, вредности для здоровья. Труд в тяжёлых и вредных условиях оплачивается выше.

III) Уровень заработной платы зависит от макроэкономического значения той или иной отрасли.

В приоритетных отраслях макроэкономики, обеспечивающих технический прогресс и развитие передовых технологий, величина заработной платы повышена.

IV) Уровень заработной платы зависит от района страны;

V) Величина заработной платы зависит от результативности не только индивидуального труда работника, но и производственной деятельности фирмы в целом.

Затраты труда работника практически можно сопоставить либо в затраченном им рабочем времени, либо через созданный им продукт.

Формы заработной платы

Повременная (почасовая, поденная, понедельная, помесячная)

Сдельная

Повременно оплачиваются:

- ***работники, выработку которых нельзя отчётливо нормировать;***
- ***работники, в работе которых главным является не рост производительности труда, о повышении качества продукции;***
- ***работники, выработка которых в основном зависит не от их индивидуальных трудовых усилий, а определяется технологическим процессом.***

2 системы повременной заработной платы

1-ая простая повременная заработная плата — предусматривает выплату за отработанное время только окладов (ИТР) или тарифных ставок (рабочих).

2-ая повременно-премиальная заработная плата — предусматривает кроме выдачи окладов и тарифных ставок, выплату премий. Стимулирует рост производительности труда эффективности производства, качества работ и продукции.

Сдельная форма заработной платы -применяется на работах, где труд поддаётся точному и полному учёту, где широко используются нормы выработ-ки. Это форма заработной платы даёт возможность фирме установить меру интенсивности труда работника.

С***истемы сдельной заработной платы:***

- прямая сдельная, или поштучная заработная плата. Это система предусматривает прямо пропорциональную зависимость между ростом объёма выработки и увеличением заработной платы;
- сдельно-прогрессивная. Суть её состоит в том, что произведённая продукция в размере нормы выработки оплачивается по основным расценкам, а продукция сверх нормы - по расценкам более высоким и нарастающим;
- сдельно-регрессивная. Здесь каждому проценту увеличения выработки сверх нормы соответствует прирост заработка меньше 1 процента. Тем самым снижает прирост заработка рабочих при увеличении их выработки;
- штрафные (дифференцированные) системы заработной платы. Используются 2-е или несколько ставок заработной платы и поштучных расценок. Работники, обеспечивающие высокий уровень выработки, оплачиваются на основе повышенных поштучных расценок. Работники, не выполняющие нормы, оплачиваются фирмой по низким расценкам;

- сдельно-премиальная и многофакторная системы заработной платы. В современных условиях появились системы заработной платы, которые комплексно учитывают такие факторы, как коэффициент использования оборудования, качество продукции, экономия сырья и материалов;
- косвенно-сдельная. Так оплачиваются некоторые категории вспомогательных работников;
- аккордная заработная плата. В этом случае заработная плата устанавливается не за каждое изделие или операцию, а за весь объём работ по аккордным расценкам;
- коллективная сдельная заработная плата. Коллективный заработок распределяется между членами бригады в соответствии с присвоенными им разрядами, коэффициентами и отработанным временем.

Последние десятилетия характеризуются всё более широким применением повременной заработной платы и соответствующими сокращениями сдельной.

Источником увеличения фонда заработной платы служит необходимый продукт, который возрастает по мере роста национального дохода и совокупного общественного продукта. Главным фактором увеличения объёма производимой продукции является рост производительности труда.

ТЕСТЫ:

1. Предельный продукт фактора производства в денежном выражении:
а) Представляет собой продажную цену последней единицы продукта.
б) Равен изменению общего размера выручки при использовании дополнительной единицы фактора производства.
в) Равен изменению объема производства при использовании дополнительной единицы производственного фактора.
г) Невозможно определить в условиях совершенной конкуренции.
д) Невозможно определить в условиях несовершенной конкуренции.

2. Фирма достигает минимального уровня издержек, когда:
а) Цены всех факторов производства одинаковы.
б) Предельные продукты всех факторов производства одинаковы
в) Предельные продукты всех факторов производства равны их ценам.
г) Предельные продукты факторов производства равны нулю
д) Ни один из предыдущих ответов не является верным.

3. Конкурентная фирма, стремясь максимизировать прибыль, должна нанимать дополнительных работников в том случае, если:
а) Общая выручка меньше общих издержек.
б) Предельный продукт труда в денежном выражении меньше, чем ставка заработной платы.
в) Величина предельного продукта в денежном выражении снижается.
г) Величина предельного продукта в денежном выражении растет.
д) Предельный продукт труда в денежном выражении превышает ставку заработной платы.

4. Когда конкурентная фирма достигает уровня производства, при котором денежное выражение предельного продукта каждого ресурса равно цене этого ресурса, то она:
а) Производит продукт при минимальных издержках, но не обязательно получает максимальную прибыль.
б) Получает максимальную прибыль, но не обязательно производит продукцию при минимальных издержках.
в) Получает максимальную прибыль при минимальных издержках производства.
г) Не обязательно получает максимальную прибыль, либо достигает минимального уровня издержек.
д) Ни один из предыдущих ответов не является правильным

5. Предположим, что в производстве продукта труд (L) и капитал (К), $MP_L = 2$; $MP_L = 5$; $P_L = 1$ долл.; $P_K = 20$ долл.; MR = 3 долл. Чтобы получить максимальную прибыль, фирма должна использовать:
а) Больше как труда, так и капитала.
б) Меньше как труда, так и капитала.
в) Больше труда, но меньше капитала.
г) Больше капитала, но меньше труда.
д) Неизменное количество труда и капитала.

6. Спрос на ресурс зависит от:
а) Цены продукта, производимого при помощи данного ресурса.
б) Цен ресурсов - заменителей.
в) Цен взаимодополняемых ресурсов.
г) Цены данного ресурса.
д) Все перечисленные ответы является верными.

7. Фирма-монополист будет нанимать дополнительных рабочих до тех пор, пока не будет соблюдаться равенство:
а) $P * MP_L = W$
б) $P : W = MP_L$
в) $MR * MP_L = W$
г) $MR : MP_L = W$
д) $W : MR = MC$

8. Если конкурентная фирма максимизирует прибыль, продавая продукцию по цене 2 долл. за единицу и покупает ресурс по цене 10 долл., то денежное выражение предельного продукта данного ресурса равно:
а) 2 долл.
б) 5 долл.
в) 10 долл.
г) 20 долл.
д) Нельзя определить на основе имеющихся данных.

9. Изменения в уровне реальной заработной платы можно определить, сопоставляя изменения в уровне номинальной зарплаты с изменениями в:
а) Уровне цен на товары и услуги.
б) Норме прибыли.
в) Ставках налогообложения.
г) Продолжительности рабочего времени.
д) Ни один из ответов не является верным.

10. При увеличении ставок заработной платы:
а) Произойдет сокращение занятости, если спрос на труд эластичен.
б) Произойдет сокращение занятости, если спрос на труд абсолютно неэластичен.
в) Произойдет увеличение занятости, если спрос на труд эластичен.
г) Произойдет увеличение занятости, если спрос на труд неэластичен.
д) Произойдет сокращение занятости, если спрос на труд неэластичен.

11. Для фирмы, максимизирующей прибыль, ставка заработной платы рабочих не будет равняться денежному выражению предельного продукта труда, если:
а) Фирма занимает монополистическое положение на рынке продуктов.
б) Фирма является монопсонистом на рынке труда.

в) Рабочие организованы в профсоюз.
г) Рабочие не организованы в профсоюз.
д) Используется дешевый труд иммигрантов.

12. Что из перечисленного ниже не оказывает влияния на спрос на труд?
а) Спрос на конченые продукты.
б) Отношение предельного продукта к предельным продуктам других ресурсов.
в) Технология производства.
г) Изменения в номинальной заработной плате, вызванные инфляционными явлениями.
д) Все перечисленное оказывает влияние на спрос на труд.

13. Предельные издержки на оплату труда:
а) Представляют собой увеличение переменных издержек при увеличении объема выпускаемой продукции на единицу.
б) Представляет собой увеличение постоянных издержек при увеличении объема выпускаемой продукции на единицу.
в) Абсолютно неэластичны для монополиста.
г) Представляют собой увеличение общих издержек на труд при найме дополнительного рабочего.
д) Абсолютно эластичны для монополиста.

14. В соответствии с теорией предельной производительности кривая спроса на труд на конкурентном рынке:
а) Совпадает с кривой предельных издержек на оплату труда.
б) Совпадает с кривой предельного продукта труда.
в) Совпадает с кривой предельного продукта в денежном выражении.
г) Не зависит от стоимости производимого продукта.
д) Совпадает с кривой предельных издержек производимого продукта.

15. При прочих равных условиях, спрос на труд будет менее эластичным, если спрос на продукт данного вида труда:
а) Является эластичным.
б) Является неэластичным.
в) Характеризуется единичной эластичностью.
г) Является абсолютно эластичным.
д) Отсутствует связь между спросом на труд и спросом на продукт.

16. Предположим, что два рабочих получают вместе заработную плату 46 долл. в день. Когда конкурентная фирма нанимает третьего рабочего, то их общая заработная плата увеличивается до 46 долл. в день. Можно утверждать, что:
а) Предельный продукт каждого из первых двух рабочих равен 23.
б) Денежное выражение предельного продукта труда каждого из первых двух рабочих равно 23.
в) Денежное выражение предельного продукта труда третьего
рабочего равно 14.
г) Фирма не должна нанимать третьего рабочего.
д) Ни один из ответов не является верным.

17. По сравнению с конкурентной фирмой монопсонист будет платить:
а) Большую ставку платы и нанимать меньше рабочих.
б) Меньшую ставку заработной платы, но нанимать больше рабочих.
в) Меньше ставку заработной платы, нанимая то же количество рабочих.
г) Меньшую ставку заработной платы и нанимать меньше рабочих.
д) Большую ставку заработной платы и нанимать больше рабочих.

18. Труд и капитал является ресурсами-субститутами. Цена капитала растет. Если эффект объема превышает эффект замещения, то:
а) Количество приобретаемого фирмой капитала будет увеличиться, а количество труда уменьшаться.
б) Количество, как капитала, так и труда будет уменьшаться.
в) Количество, как капитала, так и труда будет увеличиваться.
г) Количество капитала будет уменьшаться, а количество труда увеличиваться.
д) Количество капитала останется прежним, а количество труда будет увеличиваться.

19. Кривая предложения труда для фирмы:
а) не пересекается с кривой спроса на труд;
б) имеет положительный наклон;
в) выражает абсолютно неэластичное предложение;
г) выражает абсолютно эластичное предложение;
д) имеет отрицательный наклон.

20. Если фирма является монопосонистом на рынке труда, то:
а) ее кривая MRC будет находиться ниже кривой спроса на труд;
б) ее кривые предложения труда и MRC будет совпадать и является абсолютно эластичными;
в) она должна быть монополистом на рынке труда;
г) ее кривая предложения труда имеет положительный наклон, а кривая MRC_L расположена выше этой кривой.

16.2. Технология обучения на семинаре

Количество студентов: 10-15 чел.
Время - 2 часа
Форма учебного занятия
Проблемный семинар
Вопросы для обсуждения на семинаре

1. Труд и трудовые отношения на рынке.
   Спрос и предложение на рынке труда.

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме заработная плата и трудовые отношения, развить навык решения проблем.

Задачи преподавателя:
- закрепить и углубить знание по теме;
- развить навыки анализа и решения проблем, оценки и выбора наилучшей альтернативы;
- выработать навык изложения своей позиции, работы в группах/парах, систематизации учебных знаний, навыки сравнения, обобщения.

Результаты учебной деятельности: Студент должен:дать понятия заработная плата, трудовые отношения;описать существующие теории заработной платы;
- назвать формы заработной платы;
  рассказать об эволюции трудовых отношений.

Методы и техники обучения	мозговой штурм, дискуссия, техники: беседа, презентация, графические органайзеры:
Средства обучения	Учебные материалы, учебные тетради, маркеры, скотч, листы бумаги А32.
Формы обучения	Фронтальная, коллективная работа, работа в группах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы в группах

Технологическая карта проблемного семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов

1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)
2 этап. Основной (70 мин.)
1.1. Сообщает тему, цель, планируемые результаты и вопросы для обсуждения на семинарском занятии (выводит на экран).
2.1. Проводит беседу по вопросам темы (*приложение 1*). При этом выслушивает подробный ответ, дополнения других студентов.
2.2. Сообщает, что работа на семинаре будет продолжена в форме дискуссии по решению проблемного вопроса: «Нужно ли рабочим быть собственниками фирм?
Объявляет, что студентам будет предоставлена дополнительная информация, которую необходимо изучить, обсудить в группе и методом мозгового штурма выработать коллективное мнение, а затем представить
1.1.Слушают, записывают.
2.1. Отвечают.
2.2. Слушают, задают вопросы, уточняют.
2.3. Выполняют про
блемное задание:
(1) читают и осмысливают информацию, , составляют индивидуальное мнение;
(2) коллективно обсуждают под руководством лидера, формируют коллек-

	эту точку зрения. Напоминает правила мозгового штурма, работы в группах, дискуссии, акцентирует внимание на критериях оценки работы (*приложение 2*, 3). 2.3. Разделяет учащихся на 3 группы, раздает проблемное задание (*приложение 4*). Разъясняет правила составления диаграммы Венна и Т-схемы (*приложение 5*). Разрешает пользоваться дополнительными материалами (текст лекции, учебник). Консультирует, направляет ход решения проблемы. 2.4. Организует дискуссию: (1) последовательно объявляет дискуссионный вопрос, предоставляет слово для выступления каждой группе (2) регламентирует ход обсуждения, обобщает высказывания; (3) организует взаимооценку участников дискуссии.	тивное мнение; (3) распределяют вопросы задания для оформления решения, оформляют лист презентации; (4) готовятся к презентации. 2.4. Участвуют в дискуссии: (1) вывешивают листы презентации на доске; (2) презентуют мнение группы; активно обсуждают точки зрения других групп, задают вопросы, выражают согласие либо несогласие; (3) оценивают выступление других групп.
3 этап. Заключительный (5 мин.)	3.1. Подводит итоги, предлагает группам сообщить итоги взаимооценки. Комментирует результаты. Отмечает важность проделанной работы. 3.2. Дает задание для самостоятельной работы: прочитать текст лекции по следующей теме, заполнить таблицу Инсерт.	3.1. Слушают, сообщают итоги взаимооценки. 3.2. Записывают задание.

Приложение 1 (12.2) Вопросы для беседы
1. В чем состоит экономическое содержание заработной платы? Дайте определение зарплаты в широком и узком смысле, назовите её составные части.
2. В чем сущность номинальной и реальной заработной платы?
3. Почему существует дифференциация заработной платы. Расскажите о единой тарифной системе Республики Узбекистан.
4. Каково значение трудовых договоров в регулировании трудовых отношений? Расскажите о взаимоотношениях профсоюзов с предпринимателями и государством.
5.Что такое трудовые конфликты, в чем их причины и каковы способы разрешения? 6.Как развивались трудовые отношения, почему возникает такое понятие, как «Социальное партнерство», что это такое?

Приложение 2 (12.2) Порядок и регламент работы на семинаре

1. Работа в группах по решению проблемы и оформлению листа презентации – 20 мин.
2. Изложение группой своей точки зрения по вопросу темы – 5 мин.
3. Коллективное обсуждение, формирование выводов - 5 мин.
4. Взаимооценка – 2 мин.

Приложение 3 (12.2) Лист оценки участников дискуссии

Каждая группа оценивает выступление других групп, суммируя баллы по критериям. Оценка, полученная группой, определяет оценку каждого члена группы: 2,2 -3 балла – отлично; 1,2 - 2 балла – хорошо; 0,5 – 1,1 – удовлетворительно; 0-0,5 баллов – плохо.

Критерии оценки	Макси-мальный балл	1 группа	2 группа	3 группа
	3,0			
Выступление				
Полнота, четкость и ясность ответа:	1.2			
1 вопрос	0,2			
2 вопрос	0,2			
3 вопрос	0,2			
4 вопрос	0,2			
5 вопрос	0,2			
6 вопрос	0,2			
Наглядность	1,0			
Т-схема (по 3 вопросу)	0,5			
Диаграмма Венна (по 1 вопросу)	0,5			
Активность каждого члена группы	0,4			
Регламент	0,4			
Общая сумма баллов				
Оценка				

Задачи и упражнения:

1. Производственная функция имеет вид: $Q=2L^{1/2}$. Фирма является совершенным конкурентом и на рынке труда и на рынке продукта. Цена продукта равна 50. Цена единицы труда 5. Какое количество, работников наймет фирма и какое количество товара они произведут, если известно, что фирма максимизирует прибыль?

2. Докажите, что при ненулевом объеме производства, если на рынке труда действует профсоюз, то предельные расходы на труд всегда превышают средние расходы на труд (ставку заработной платы).

3. Покажите, что чем менее эластичной является кривая предложения труда, тем больше будет разница между предельными и средними расходами на труд.

4. Производственная функция фирмы X составляет $Q = 2L + L^2$. (Используется один фактор производства – труд). Фирма действует на конкурентном рынке, где цена равна 150 руб. за единицу продукции. Какое количество человеко-часов наймет фирма, если ставка заработной платы на конкурентном рынке труда составляет 3 руб.? Что произойдет с объемом занятости на фирме, если равновесная ставка заработной платы поднимется до 6 руб.? Упадет до 1.5 руб.?

5. Фирма «Крокодильчики» является единственным работодателем в городе М. Функция спроса на труд описывается следующим образом:

$W = 2 + 2L$

Фирма поставляет свой продукт на монопольный рынок с функцией конечного спроса:

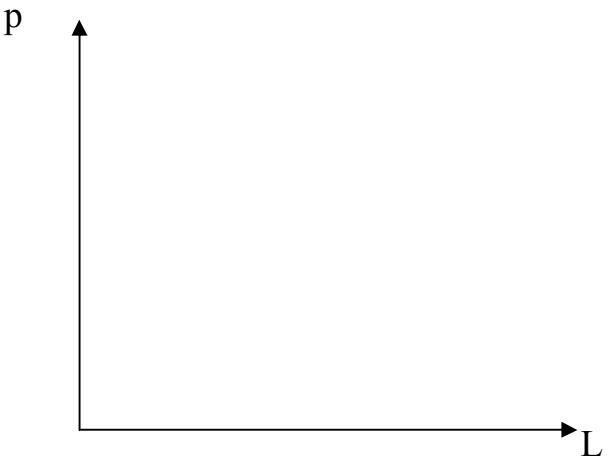
$P = 25 – Q/2$

Ее производственная функция равна: $Q = 2L$

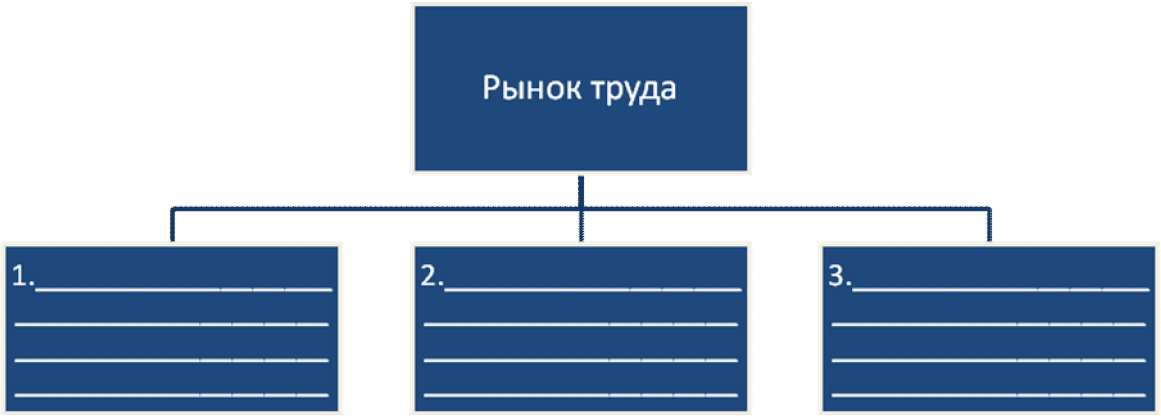
Какой объем занятости (в человеко-часах) наймет фирма? Какую заработную плату она будет платить в час? Какой объем продукции будет произведен? По какой цене продан конечным потребителям?
На следующий год на фирме создается профсоюз, причем менеджмент фирмы пассивно реагирует на подобное нововведение. Какую заработную плату захочет профсоюз включить в контракт, чтобы максимизировать занятость в городе М? Чтобы максимизировать совокупный доход членов профсоюза? Привела ли деятельность профсоюза к повышению общественного благосостояния в городе М?

Задания

Задание №1: Когда возникает равновесие на рынке труда?
Основные условие:
_____
_____



Задание №2: Укажите черты, характерные для рынка труда, в условиях совершенной «конкуренции»?



Задание №3: Как связаны между собой номинальная и реальная заработная плата?

Тема 17 | Капитальные вложения и рынок капитала

17.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	Вводно-тематическая лекция – визуализация
План лекции	1. Предпринимательский капитал и его кругооборот. 2. Оборот капитала. Основной и оборотный капитал
Цель учебного занятия: раскрыть сущность предпринимательского капитала его кругооборота и оборота.	

Задачи преподавателя: • раскрыть сущность предпринимательского капитала; • рассказать об кругообороте и оборе капитала;	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • уметь правильно дать характеристику предпринимательского капитала; • уметь правильно дать характеристику кругооборота и оборота капитала.
Методы и техники обучения	Лекция – визуализация, техники: блиц-опрос, фокусирующие вопросы, «думай – работай в паре – делись».
Средства обучения	Лазерный проектор, визуальные материалы, информационное обеспечение.
Формы обучения	Коллективная, фронтальная работа, работа в парах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы с ТСО.

Технологическая карта лекции

Этапы, время	**Деятельность**	
		студентов
1 этап. Введение (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения.	1.1. Слушают
2 этап. Актуализация знаний (20 мин.)	2.1. С целью актуализировать знания студентов задает фокусирующие вопросы: 1. Что из себя представляет предпринимательский капитал? 2. Что такое кругооборот капитала? 3. Что такое оборот капитала? Для ответа на вопросы организует работу в парах. Проводит опрос. Делает обобщающий вывод. 2.2. Выводит на экран схему «Кругооборота капитала», знакомим с содержанием схемы, кратко характеризуем их. Знакомим с рейтингом текущего, промежуточного и итогового контроля. Знакомит со списком основной литературы, требованиями к студентам.	2.1. Отвечают на вопросы. 2.2. Изучают содержание схемы, высказывают суждения, записывают.
3 этап. Информационный (45 мин.)	3.1. Последовательно излагает материал лекции по вопросам плана, использует визуальные материалы и систему фокусирующих вопросов: По 1 вопросу. Что такое капитал и капитальные вложения? По 2 вопросу. Что такое оборот капитала? Акцентирует внимание на ключевых моментах темы, предлагает их записать.	3.1. Обсуждают содержание схем и таблиц, визуальные материалы, уточняют, задают вопросы. Записывают главное.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4.1.Задает вопрос: «Дайте характеристику кругооборота и оборота капитала?». Делает итоговое заключение.	4.1. Отвечают на вопрос. 4.2. Слушают, записывают.

Вопросы по теме:

1. Понятие капитала, физический и нефизический капитал?

2. Какие существуют формы капитала?
3. Назовите основные свойства капитала и поясните с помощью примеров?
4. Что представляют собой капитальные вложения?
5. Раскройте понятия физического и морального износа капитала?
6. Чем отличаются чистые инвестиции от валовых инвестиций?
7. Перечислите возможные источники инвестиционных ресурсов?
8. В каких сферах национальной экономики происходит движение капитальных средств?
9. От каких факторов зависит время оборота капитала? Назовите формулу расчёта?
10. По каким свойствам отличается основной капитал от оборотного капитала?

Опорный конспект

Понятие рынка капитала и прибыли

Под термином капитал очень часто принимают произведённые ранее блага (manufactured goods). Капитал подразделяется на **физический и нефизический.**

К физическому капиталу относятся производственные и непроизводственные строения, машины, оборудование, сырьё и материалы. Примерами нефизического капитала могут быть следующие его формы. *Человеческий капитал* представляет собой результат предыдущего производства: получение образования, воспитания, трудовых навыков. Затраты на приобретение знаний расцениваются при этом как инвестиции, которые в последующем будут приносить его владельцу регулярную прибыль в виде более высокого заработка, престижной и интересной работы, повышения социального статуса и пр.

Наряду с этим различают формы капитала: денежную, товарную, производительную (в виде сырья, оборудования, наёмной рабочей силы и т.д.).

Одним из основных свойств капитала является его постоянное движение. Если капитал приостанавливает движение, то он перестаёт быть капиталом, а представляет собой лишь некоторую сумму денег, либо простаивающее оборудование, либо запасы сырья и материалов, незанятую рабочую силу, нераспроданную готовую продукцию и т.д. Лишь находясь постоянно в движении и меняя натурально-вещественные формы, капитал может реализовать свою функцию, а именно, соединить средства производства с работниками в целях создания стоимости большей, чем была авансирована на организацию процесса производства.

В современных условиях чаще всего владеют капиталом одни люди, а приводят его в действие другие. Более того, от капитала-функции часто отделяется управление капиталом, т.е. предприниматель не сам управляет производством, а приглашает для этого специалистов-менеджеров. В таком случае, собственник капитала – получает доход в виде ссудного процента (арендной платы); предприниматель, т.е. тот, кто организует и соединяет все факторы производства – получает предпринимательский доход или прибыль; управляющий производством – получает жалованье, т.е. заработную плату. Если все эти функции выполняются со стороны одного и того же лица, то в таком случае он получает две-три функциональные формы прибыли.

Чтобы решить, выгодны ли капиталовложения, фирмы сравнивают стоимость единицы капитала в настоящий момент с будущей прибылью, обеспеченной этой единицей вложений. Процедура, позволяющая вычислить сегодняшнее значение любой суммы, которая может быть получена в будущем, называется дисконтированием. А текущая стоимость будущих доходов – дисконтированной стоимостью. Если дисконтированная стоимость ожидаемых в будущем доходов от капиталовложений больше, чем издержки на капиталовложения, то есть смысл делать инвестиции.

Капитал и капитальные вложения (инвестиции)

Термин "инвестиции" происходит от латинского слова "invest", что означает "вкладывать".

В более широкой трактовке инвестиции представляют собой вложения капитала с целью последующего его увеличения. При этом прирост капитала должен быть достаточным для того, чтобы скомпенсировать инвестору отказ от использования имеющихся средств на потребление в

текущем периоде, вознаградить его за риск, возместить потери от инфляции в предстоящем периоде.

Инвестиции — все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, которые вкладываются в объекты предпринимательской и других видов деятельности, в результате которой создается прибыль (доход) или достигается социальный эффект.

Субъектами инвестиционной деятельности являются инвесторы, заказчики, исполнители работ, пользователи объектов инвестиционной деятельности, а также другие юридические лица – участники инвестиционного процесса. Инвесторы осуществляют вложения собственных, заемных и привлеченных средств в форме инвестиций и обеспечивают их целевое использование.

Объектами инвестиционной деятельности являются вновь создаваемые и модернизируемые основные фонды во всех отраслях экономики; ценные бумаги; научно-техническая продукция и другие объекты собственности; имущественные права и права на интеллектуальную собственность; совместные предприятия; предприятия, полностью принадлежащие иностранным инвесторам.

В зависимости от объектов вложений средств различают реальные и финансовые инвестиции.

Финансовые инвестиции — приобретение корпоративных прав, ценных бумаг и других финансовых инструментов. Финансовые инвестиции подразделяются на прямые (внесение средств в уставный фонд юридического лица) и портфельные (приобретение финансовых активов на фондовом рынке);

Реальные (капитальные) инвестиции — вложение средств в реальные активы, — приобретение домов, сооружений, других основных фондов и нематериальных активов, которые подлежат амортизации.

С течением времени капитал может уменьшаться, как по натуральной форме, так и по стоимости. Этот процесс получил название *амортизации*, или обесценения капитала. Обесценение может быть обусловлено различными факторами. Так, различают *физический и моральный износ капитала.* В первом случае обесценение оборудования и зданий происходит в силу их физического снашивания (обветшания, поломки) в процессе производства и просто в силу времени под воздействием сил природы (ржавение, гниение и пр.).

При моральном износе обесценение происходит в связи с появлением нового поколения техники, более производительной и дешёвой в расчёте на единицу мощности. В этом случае даже ни дня не работавший станок старого поколения мгновенно «теряет» свою стоимость.

На каждом предприятии процессы инвестирования и амортизации происходят одновременно. Часть капитальных ресурсов снашивается и обесценивается, на их место поступают новые станки, инструменты, оборудование и пр. В большинстве случаев инвестиции превышают по объёму амортизацию, поскольку предприятие стремится не просто сохранять прежний уровень производства, а расширять и модернизировать его. Если из величины совокупных (валовых) инвестиций вычесть величину замещающих инвестиций (равных амортизационному обесценению капитала), то получим категорию, называемую чистыми инвестициями:

Чистые инвестиции = Валовые инвестиции – Амортизация.

Инвестиции могут быть классифицированы по разным признакам. Различают *частные и государственные инвестиции*, что определяется тем, кто именно является инвестором: частное лицо или государство.

Инвестиции различаются и в зависимости от национальной принадлежности инвестора. Так, применительно к узбекской экономике можно говорить о *внутренних инвестициях* узбекских производителей и государства, об *иностранных инвестициях* на узбекском рынке, а также об *узбекских инвестициях, осуществляемых за рубежом*.

Важное значение имеет *отраслевая (производственная) структура* инвестиций, характеризующая распределение ресурсов по разным видам производств и отраслей. В этом случае инвестиции предприятия могут быть как сконцентрированными в одной области, так и диверсифицированными, т.е. охватывать широкий спектр отраслей.

По периоду инвестирования различают краткосрочные, долгосрочные инвестиции и аннуитет.
Под краткосрочными инвестициями понимают обычно вложения капитала на период, не более одного года, а под долгосрочными инвестициями - вложения капитала на период свыше одного года.
В практике больших инвестиционных компаний долгосрочные инвестиции детализируются следующим образом:
- до 2 лет;
- от 2 до 3 лет;
- от 3 до 5 лет;
- больше 5 лет.
Аннуитет – инвестиции, приносящие вкладчику определенный доход через регулярные промежутки времени. В основном это вложения средств в пенсионные и страховые фонды.
По формам собственности инвесторов выделяют частные, государственные, иностранные и совместные инвестиции.
Частные инвестиции - это вложения средств, осуществляемые гражданами, а также предприятиями негосударственных форм собственности, прежде всего коллективной.
Государственные инвестиции осуществляют центральные и местные органы власти и управления за счет средств бюджетов, внебюджетных фондов и заемных средств, а также государственные предприятия и учреждения за счет собственных и заемных средств.
Под иностранными инвестициями понимают вложения, осуществляемые иностранными гражданами, юридическими лицами и государствами.
Совместные инвестиции - это вложения, осуществляемые субъектами данной страны и иностранных государств.
По региональному признаку различают инвестиции внутри страны и за рубежом.
Под инвестициями внутри страны (внутренними инвестициями) подразумевают вложения средств в объекты инвестирования, размещенные в территориальных границах данной страны.
Под инвестициями за рубежом (зарубежными инвестициями) понимают вложения средств в объекты инвестирования, размещенные за пределами территориальных границ данной страны (к этим инвестициям относятся также приобретения различных финансовых инструментов других стран).
Источниками инвестиционных средств являются: собственные средства предприятий (прибыль, амортизационный фонд). За счёт них обеспечивается в среднем до 60-70% всех инвестиций. Помимо собственных средств могут быть привлечены и заёмные средства. Большую роль при этом играют кредиты: банковские, государственные, иностранные. Часть средств для инвестиций может быть собрана посредством выпуска акций и облигаций.

Кругооборот капитала. Основной и оборотный капитал

Все без исключения экономические школы подчёркивают, что капитал немыслим без движения, что это движение носит своеобразный циклический характер, что смысл и цель этого движения состоит в самовозрастании, т.е. получении прибыли. Наиболее полно и последовательно движение капитала было проанализировано К.Марксом.
Капитал осуществляет своё движение в двух сферах – производстве и обращении и включает три стадии:
$Д – Т \ldots П \ldots т^1 - Д^1$

1-стадия – в сфере обращения; 2-стадия – в сфере производства; 3-стадия – в сфере обращения.

Движение любого промышленного капитала начинается непременно с денежной формы: деньги необходимы для закупки элементов капитала и рабочей силы. При этом деньги не расходуются окончательно, а авансируются, т.е. предприниматель ожидает, что вернёт себе инвестируемую сумму и получит некоторую прибыль.

Вторая стадия протекает в сфере производства. Здесь происходит соединение средств производства и наёмной рабочей силы.

Функция производительной формы капитала состоит в создании товарной массы, стоимость которой больше стоимости использованных факторов производства.

При переходе из 2-ой стадии кругооборота в 3-ю капитал превращается из производительной формы в товарную. Третья стадия сопряжена с реализацией товарной продукции и протекает в сфере обращения. При этом в итоге капитал вновь возвращается к первоначальной денежной форме, однако величина его возрастает по сравнению с авансированной суммой.

Во избежание перерывов в движении предприниматель должен постоянно держать одну часть капитала в виде денежного резерва, вторую часть в виде элементов действующего производства, третью часть в виде товарной продукции, проходящей на рынке процесс реализации.

Предприниматель осуществляет инвестирование и запускает капитал в производство не ради однократного получения прибыли, а в целях непрерывного приращения капитальной стоимости. Это становится возможным благодаря самой форме движения производственных фондов – форме кругооборота.

Время, в течение которого совершается этот процесс, называется временем оборота капитала. Время оборота зависит от специфики отрасли вложения капитала. В тяжёлой индустрии капитал оборачивается, как правило, медленнее, чем в лёгкой промышленности. Для каждого предпринимателя небезразлично, как скоро капитал совершит свой оборот. В целях сокращения времени оборота принимаются меры по рациональной организации производственного процесса, позволяющей исключить простои. Большую роль играют технологические нововведения, позволяющие ускорить такие производственные процессы, как сушка древесины, покраска и сушка изделий и т.п. Сокращение времени оборота также зависит от оперативности материально-технического снабжения, времени транспортировки продукции и скорости её реализации на рынке.

Скорость оборота измеряется числом оборотов ресурсов, совершаемых в течение года.

Число оборотов определяется по формуле:

$$n = O / t ,$$

где n - число оборотов в год, O – принятая единица времени (1 год), t – время оборота данных ресурсов.

Так, если время оборота капитала составляет 4 месяца, то скорость оборота – 3 оборота в год.

Производительный капитал подразделяется на **основной и оборотный**.

К основному капиталу обычно относят имущество, служащее больше одного года. На практике основной капитал называют основными фондами.

Основной капитал (основные фонды) является главной составной частью капитала фирм в большинстве отраслей, прежде всего в реальном секторе. Основные фонды представлены зданиями и сооружениями, передаточными устройствами, машинами, оборудованием и приборами и др.

К оборотному капиталу, если иметь в виду его экономическое определение, относят сырье, топливо, энергию, материалы, полуфабрикаты, незавершенное производство, запасы готовой продукции, товары для перепродажи. Если брать бухгалтерское определение оборотного капитала, то к перечисленному следует добавить средства в расчетах с поставщиками и покупателями, денежные средства в кассе предприятия и расходы на заработную плату.

Материально-вещественными носителями основного капитала являются, как правило, средства труда: производственные здания, машины, оборудование. Средства труда участвуют в процессе производства целиком, но переносят свою стоимость на продукт по частям по мере физического износа. Этим определяются особенности оборота основных фондов.

Оборот основного капитала завершится, когда все части его стоимости пройдут свой кругооборот и вернутся к предпринимателю в денежной форме, что даст возможность приобрести новое оборудование, построить новый завод взамен изношенных старых. Другими словами, все части капитала вернутся к своей первоначальной натуральной форме и совершат полный оборот по стоимости.

1**.2. Технология обучения на семинаре**

Количество студентов: 10-15 чел.	**Время - 2 часа**
Форма учебного занятия	**Семинар по углублению и расширению знаний**
Вопросы для обсуждения на семинаре	1. Предпринимательский капитал и его кругооборот. 2. Оборот капитала. Основной и оборотный капитал

Цель учебного занятия: закрепить и углубить знания по теме

Задачи преподавателя:	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен:
• создать мотивацию к сознательному усвоению знаний по теме; • закрепить и углубить знания по теме; • выработать навык систематизации учебных знаний, сравнения, обобщения, анализа; • организовать процесс формирования и изложения своей позиции; • развить навыки коммуникации, работы в группах/парах.	• дать определение понятиям: капитал, капитальные вложения; • раскрыть кругооборот и оборот капитала;

Методы и техники обучения	Обучение сообща, дискуссия, техники:, презентация, экономическое эссе, «Круглый стол», структурно-логическая схема.

Средства обучения Учебные пособия, доска, мел.

Формы обучения	Индивидуальная, работа в группах/парах.
Условия обучения	Аудитория, предназначенная для занятий в группах, с использованием ТСО

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов

1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. Объявляет, что обучение будет проводиться с применением технологии совместной работы в группах. 1.2. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям темы. Предлагает дать определение понятиям: «Равновесие фирмы в долгосрочном периоде». Задает вопрос: «Что такое предпринимательский капитал?». Выслушивает 1-2 ответа и объявляет, что дальнейшее обсуждение темы будет проводиться после выполнения задания в группах, в процессе презентации результатов групповой работы. Задает вопрос: «Как определить кругооборот и оборот капитала?». Объясняет, что каждый получит индивидуальную оценку в соответствии с оценкой результатов работы всей группы, знакомит с правилами работы в группе. Сообщает, что результаты совместной деятельности в группах должны быть	1.1. Слушают, записывают 1.2. Отвечают на вопрос.
2 этап. Работа в группах (20 мин.)	2.1. Разделяет обучаемых на 3 группы. Раздает учебное задание. Уточняет, какие учебные результаты должны быть получены. Комментирует показатели и критерии оценки. Разъясняет, какими дополнительными материалами можно пользоваться при выполнении задания (учебник, текст лекций). Объявляет о начале работы в группах.	2.1. Знакомятся с учебными заданиями, показателями и критериями оценки. Выполняют задания.
3 этап. Презентация (45 мин.)	3.1.Организует взаимооценку результатов работы в группах. Комментирует, обобщает знания, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе выполнения заданий.	3.1. Дополняют, оценивают.
4 этап. Заключительный (10 мин.)	4. Подводит итоги работы.	4. Слушают, уточняют.

Задания для работы в группе *Экспертный лист 1.* Задача 1

Определите потери от морального износа машины стоимостью 25000 сум, если она амортизируется с течение 10 лет, но после 4 лет ее использования она была заменена новой машиной (той же производительности) стоимостью 16000 сум, с тем же сроком амортизации.

Экспертный лист 2. **Задача 2**

Затраты оборотного капитала предприятия за год – 2 млн.сум при авансированном оборотном капитале 4 млн.сум в год. Определите годовую норму прибавочной стоимости, если за год получено 3 млн.сум прибыли (обороты переменного капитала и всего оборотного капитала равны).

Экспертный лист 3. **Задача 3**

Акционерное общество выпустило 100 тысяч обыкновенных акций и 40 тысяч 5%-ных привилегированных акций с одинаковым номиналом в 100 долл. Кроме того, было выпущено 60 тысяч 10%-ных облигаций номинальной стоимостью также в 100 долл.

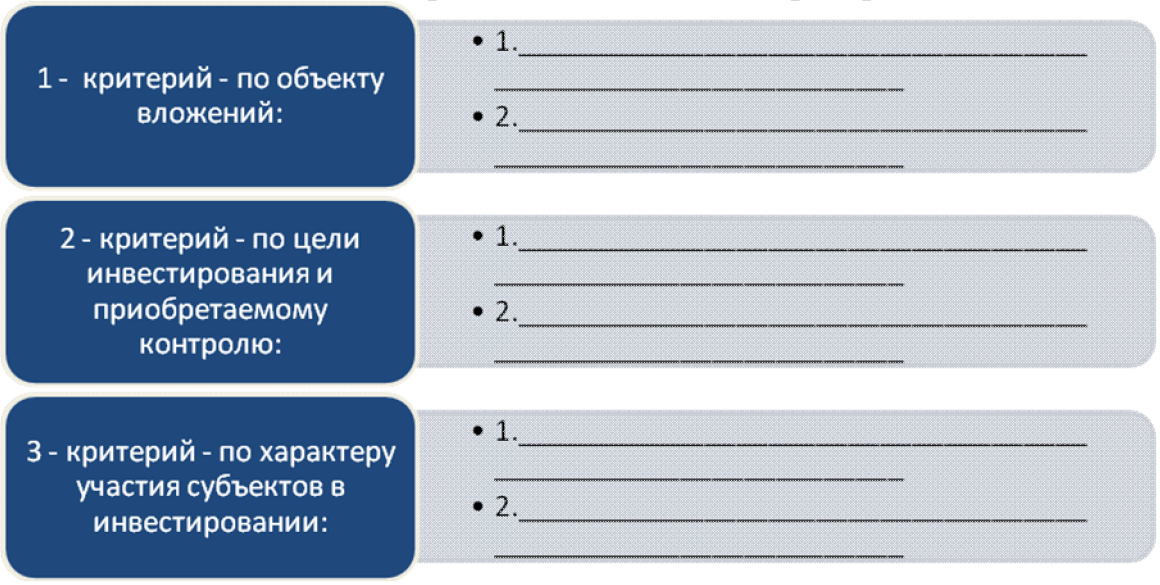
Определите общую величину дивидендов и дивиденд в расчете на одну обыкновенную акцию, если чистая прибыль к распределению составила 12 млн. долл. (Напоминаем, что в первую очередь из нее должны быть уплачены доходы по облигациям и привилегированным акциям).

Экспертный лист 4. **Задача 4**

Учредители вложили в акционерное общество 100 млн. долл. Было выпущено 100 тысяч акций номинальной стоимостью в 100 долл. Каждая. Акции были пущены в продажу лишь через год после того, как предприятие принесло прибыль в размере 700 000 долл. Ставка ссудного процента составила 2% годовых. Определите величину учредительской прибыли, если будут реализованы все акции.

Задания

Задание №1: Дайте классификацию инвестиций критериям:



Задание №2: Какая связь капитала и инвестиций?

Тема 18 I едприятия

18.1. Технология обучения на лекции

Количество студентов: 10-30 чел.	Время - 2 часа
Форма учебного занятия	Проблемная лекция
План лекции	1. Необходимость и сущность регулирования экономики. Различные модели регулирования экономики. 2. Экономическая роль и функции государства в рыночной экономике.

Цель учебного занятия: дать целостное представление об экономической роли государства в регулировании рыночной экономики, формах, методах и границах вмешательства государства.	
Задачи преподавателя: • объяснить необходимость и сущность регулирования экономики; • описать различные модели регулирования экономики; • охарактеризовать экономическую роль и функции государства в рыночной экономике; • формировать исследовательский стиль мышления в процессе ознакомления с проблемами эффективного государственного регулирования экономики.	*Результаты учебной деятельности:* Студент должен: • дать понятие государственного регулирования; • назвать причину необходимости государственного вмешательства в экономику; • назвать 5 экономических функций государства; • перечислить прямые методы и формы государственного регулирования; • перечислить косвенные методы и формы государственного регулирования; • объяснить, чем определяются границы вмешательства государства в экономику.
Методы и техники обучения	Лекция, проблемный метод, мозговой штурм, дискуссия, обучение сообща, техники: блиц-опрос, беседа, презентация.
Средства обучения	Текст лекции, лазерный проектор, информационное обеспечение, визуальные материалы, листы бумаги формата А32, маркеры, скотч.
Формы обучения	Фронтальная, коллективная работа, работа в группах.
Условия обучения	Аудитория, приспособленная для работы в группах, имеющая условия для использования ТСО/ информационных технологий

Технологическая карта проблемной лекции

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов
1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает тему, план, цели занятия, Объявляет, что занятие будет проходить в форме проблемной лекции, знакомит с планируемыми результатами.	1.Слушают, записывают.
2 этап. Актуализация знаний (10 мин.)	2.1. Проводит беседу по вопросам: 1. Как вы понимаете термин государственное регулирование? 2. Какие вы можете назвать методы, инструменты, способы воздействия государства, на основе прочитанного дома материала? 2.2. Объявляет, что дальнейшая работа будет проходить в малых группах. Делит учащихся на мини-группы.	2.1. Отвечают вопросы.
на3 этап. Основной (60 мин.)		
4 этап. Заключител		

ьный
(15 мин.)3.1. Опираясь на актуализированные знания, «вво дит» студентов в проблему, которая будет решаться на занятии, и формулирует ее.
Организует попытки ее решения, чтобы с самого начала обеспечить принятие поставленной проблемы студентами.
Анализирует и совместно со студентами обсуждает предполагаемые решения, выявляет возникшие у них затруднения.
3.2. Переходит к организации поиска способов ре шения проблемы: формулирует первую подпробле-му, а затем через постановку проблемных вопросов и обсуждение ответов на них подводит обучающих ся к отысканию способа ее решения, т.е. к первому промежуточному выводу. Аналогично организует поиск способов решения последующих подпроблем.
Для организации хода занятия использует вспомогательные вопросы и выводы (*приложение 1*), визуальные материалы (*приложение 2*).
3.3. Дает задание группам: провести мозговой штурм и сформулировать итоговый вывод о границах государственного вмешательства в экономику. Предлагает ответить на вопросы: «Как вы считаете, какова должна быть степень вмешательства государства в экономику? Чем определяются границы этого вмешательства?».
Объявляет о начале работы в группах
3.4. Объявляет о начале презентации, координирует процесс выступлений групп.
Подводит итоги презентации, формулирует заключительный вывод.
4.1. С целью закрепить результаты обучения проводит устное тестирование (выводит тесты на экран) (*приложение 3*).
4.2. Дает задание для самостоятельной работы:
1) подготовить ответы на вопросы (*приложение 4*)
2) решить кейс-стади. Раздает материалы кейса.
3.1 Записывают
формулировку проблемы.
Высказывают мнения по поводу решения проблемы. Осознают, что решение проблемы «сходу» невозможно.
3.2. Высказывают мнения по поводу решения подпроблем, дискутируют, анализируют, делают выводы по поводу оптимального способа решения проблемы в целом.
3.3.Формулируют вывод, записывают ответы на листах А32.
3.4.Лидеры групп вывешивают на доске листы с ответами и зачитывают формулировки, выработанные группой.
4.1. Отвечают на во просы тестов.
4.2. Обсуждают за дание по решению кейса.**Приложение 1 (23.1) Вспомогательные вопросы и выводы Формулировка проблемы:** оптимизация государственного регулирования рыночной экономики - **Решаемые подпроблемы:**
1.*Почему необходимо государственное регулирование на современном этапе развития?*
Актуализация знаний. Вспомните взгляды основных школ экономической науки по этому вопросу.
1.1. Что считали меркантилисты, физиократы, классики?
1.2. Какие условия производства существовали, чем отличался этап развития рыночной экономики?
1.3. Почему в начале 20 века возникла необходимость в государственном вмешательстве в экономику?
1.4. Как изменились условия материального производства и как это отразилось на механизме рыночной экономики?
1.5. Какие экономические явления подтвердили новый этап развития рыночной экономики?

1.6. В чем выразилась несостоятельность свободного рынка?

Вывод. Возникает кейнсеанство, объясняющее необходимость и основные способы государственного регулирования макроэкономики.

2. Что именно должно регулировать государство в условиях рыночной экономики?

Актуализация знаний.

2.1. Назовите основные «провалы» рынка, как системы регулирования хозяйственного механизма на основе мотива прибыльности.

2.2. Что необходимо предпринимать, чтобы:

а) сохранить нормальное функционирование рынка;

б) обеспечить производство общественных товаров и услуг;

в) избежать побочных эффектов рынка;

г) перераспределить доходы;

д) стабилизировать экономику.

2.3. Как меняются функции государства в условиях:

а) открытой экономики;

б) НТП.

2.4. Почему в 70е годы 20 века вновь возникли серьезные кризисные явления?
2.3. Какие цели преследует индикативное планирование?

Вывод. Возникает монетаризм, как теория, которая ставит проблему рамок вмешательства государства в экономику.

Актуализация знаний.

3.Как (с помощью каких инструментов) нужно регулировать экономику?

а) Как влияют на экономику прямые и косвенные формы государственного регулирования?

б) Чем определяются границы вмешательства государства?

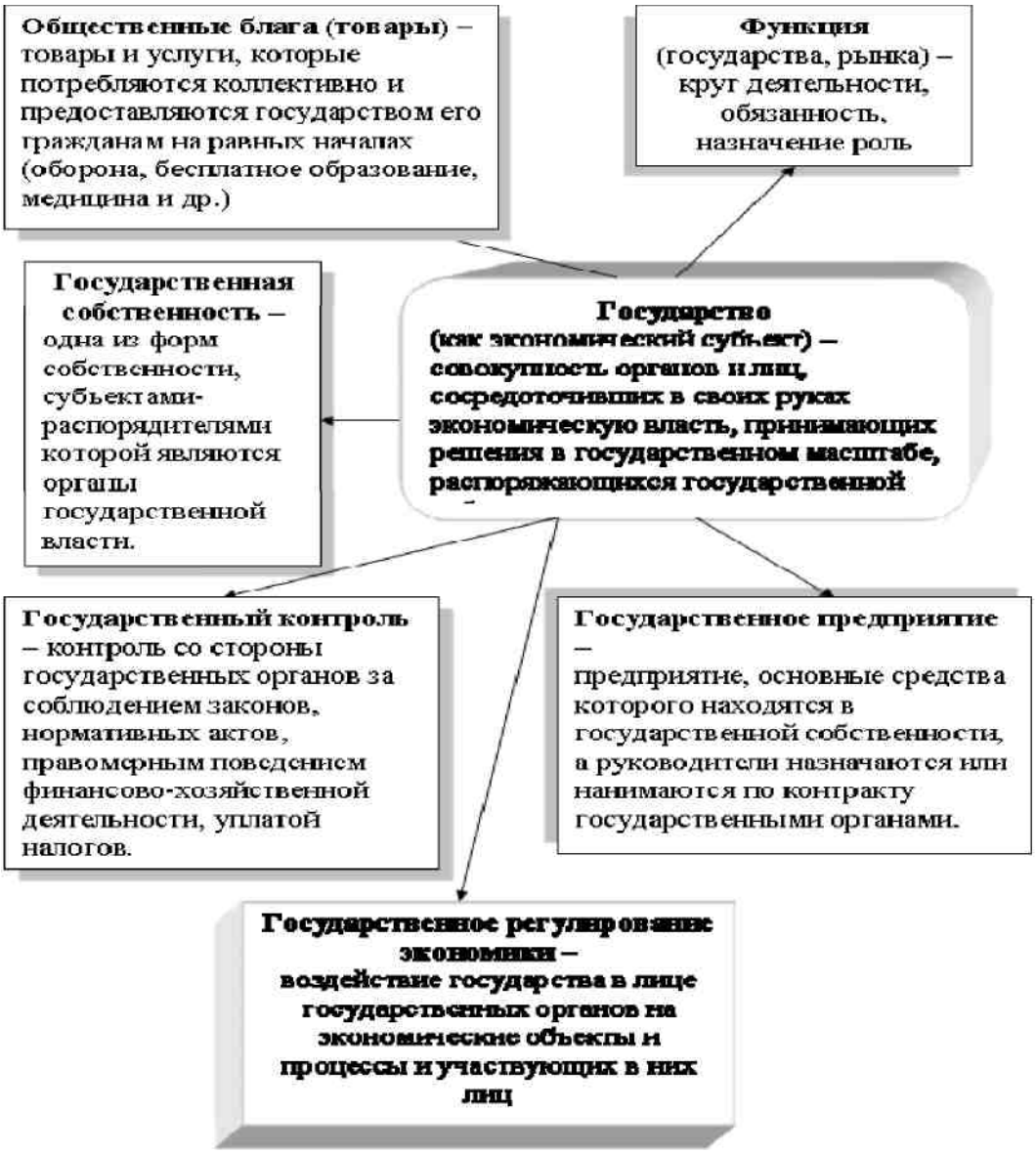
в) Какая политика в этой области отмечается на современном этапе развития экономики в Уз бекистане?

Вывод. Совокупность инструментов и методов государственного регулирования проявляется в различных направлениях государственной внешней и внутренней политики на различных этапах экономического цикла.

Заключительный вывод:

Минимальное вмешательство государства в экономику определяется теми потребностями общества, которые не в состоянии обеспечить рыночный механизм, максимальные границы вмешательства каждое государство должно само определять на основе стратегических задач и эффективности экономического развития, с учетом национальных особенностей и состояния экономики.

Визуальные материалы



Приложение (23.1)

административно-правовое регулирование

- создание правовых основ экономики
- обеспечение соблюдения законов

управление важнейшими сферами жизни общества

государственные программы и госзаказы

финансовая политика

социальная политика

другие виды государственной политики

экономический рост полная занятость экономическая эффективность экономическая свобода обеспечение нетрудоспособных стабильный уровень цен баланс во внешних связях

Приложение 3 (23.1) Тесты

Тест 1. Централизованная экономика предполагает:

а) регулирование экономических процессов на основе объективных экономических законов;

б) регулирование экономики путем диктата со стороны государства и игнорирования объектив ных экономических законов;

в) смешанную систему управления экономикой;

г) ни одного из вышеперечисленных.

Тест 2. Рынок предполагает:

а) регулирование экономических процессов на основе объективных экономических законов;

б) регулирование экономики путем диктата со стороны государства и игнорирования объектив ных экономических законов;

в) смешанную систему управления экономикой;
г) ни одного из вышеперечисленных.
Тест 3. Необходимость государственного вмешательства в экономику обусловлена тем, что:
а) рынок приносит в экономику хаос;
б) этого требует общество;
в) рынок не способен решить всех проблем общества;
г) этого требует современный уровень производства.
Тест 4. Какая из перечисленных функций государства является основополагающей в рыночном хозяйстве?
а) контрольная;
б) обеспечение правовой базы и общественной атмосферы, способствующей эффективному функционированию рыночной системы;
в) перераспределение доходов и богатства;
г) перераспределение ресурсов.

Приложение 4 (23.1) Контрольные вопросы и задания

1.В чем сущность, необходимость и цель регулирования экономики? 2.В чем заключается экономическая роль и функции государства в рыночной экономике? 3.Какие существуют методы государственного регулирования экономики? 4.Назовите средства и инструменты государственного регулирования экономики. 5.Какова роль местного самоуправления в развитии и укреплении экономической деятельности в Узбекистане?
6. В чем различие между кейнсианством и монетаризмом в трактовке роли государства в экономике?
7. Чем отличается план от программы? прогноза?
8. Чем отличается планирование от программирования?
9. Чем отличается директивное планирование от индикативного?

23.2. Технология обучения на семинаре

Количество студентов: 10-15 чел. Время - 2 часа

<table>
<tr><td>Форма учебного занятия</td><td colspan="2">Семинар с использованием метода обучения кейс-стади</td></tr>
<tr><td>План семинара</td><td colspan="2">1. Введение
2. Индивидуальная работа
3. Работа в группах.
4. Презентация.
5. Заключение</td></tr>
<tr><td colspan="3">*Цель учебного занятия:* систематизировать закрепить и углубить знания по теме, формировать навыки индивидуального и группового анализа проблем и принятия решений.</td></tr>
<tr><td colspan="2">*Задачи преподавателя:*
• систематизировать закрепить и углубить знания по теме;
• ознакомить со схемами анализа практических ситуаций;
• отработать навыки индивидуального и груп пового анализа проблем и принятия решений;
• развить умения систематизировать, обобщать информацию, делать выводы;
• формировать коммуникативные навыки, уме ние работать в команде, обоснованно излагать ре шение, вести дискуссию.</td><td>*Результаты учебной деятельности:* Студент должен:
• проанализировать представленную ситуацию;
• выбрать адекватные методы фискальной и монетарной политики для стабилизации экономики;
• составить план решения эконо мических проблем;
• сформулировать итоговый вы вод</td></tr>
<tr><td>Методы и техники обучения</td><td colspan="2">Кейс-стади, дискуссия, презентация, техники: блиц-опрос, презентация.</td></tr>
</table>

Средства обучения	Материалы кейса, учебные пособия, листы для презентации А32.
Формы обучения	Индивидуальная, коллективная, работа в группах
Условия обучения	Аудитория, имеющая условия для использования ТСО/ информационных технологий

Технологическая карта семинара

Этапы, время	Деятельность	
	преподавателя	студентов
1 этап. Введение в учебное занятие (5 мин.)	1.1. Сообщает, тему, цель, планируемые результаты учебного занятия и план его проведения. 1.2. Объясняет назначение кейс-стади и его влияние на развитие профессиональных знаний.	1.1.Слушают
2 этап. Актуализация знаний (10 мин.)	2.1. Проводит блиц-опрос по ключевым понятиям темы с целью актуализировать знания студентов (*приложение 2*). 2.2. Знакомит с порядком работы на семинаре и критериями оценки. (*приложение 4, 5*)	2.1.Отвечают на вопросы 2.2. Обсуждают, задают вопросы.
3 этап. Индивидуальная работа (20 мин.)	3.1. Организует обсуждение материалов, содержащихся в кейсе, обращает внимание на правила работы, на схему анализа ситуации, формулировку проблемы. Использует вопросы для обсуждения (*приложение 3*) 3.2. Дает задание самостоятельно провести анализ ситуации, сформулировать проблему, наметить ход решения, а затем решить.	3.1. Обсуждают материалы кейса, уточняют, задают вопросы. 3.2. Заполняют лист анализа ситуации, решают проблему.
4 этап. Работа в малых группах (20 мин.)	4.1. Делит учащихся на группы. 4.2. Дает задание совместно обсудить и проанализировать ситуацию, заполнить лист анализа ситуации для группы, выработать алгоритм решения и решить задачу, подготовиться к презентации решения группы.	4.1. Выполняют действия по решению кейса и оформлению листа презентации.
5 этап.	5.1. Организует презентацию и оценку выступлений по результатам работы в группах. Поощряет	5.1. Представители групп выступают с
Презентация (20 мин.)	студентов активно отстаивать свою точку зрения, обращает внимание на обоснование решений, контролирует ход дискуссии, направляя ее на достижение учебных задач. 5.2. Комментирует, корректирует ответы, особо обращает внимание на выводы, обобщения, сделанные в процессе анализа ситуации и решения задачи.	презентацией. Оценивают выступление других групп, задают вопросы, обсуждают представленное решение, дискутируют.
6 этап. Заключительный (5 мин.)	6.1. Подводит итоги, сообщает результаты взаимооценки. 6.2. Дает задание для самостоятельной работы: прочитать текст лекции по теме 24 с использованием метода Инсерт.	6.1. Слушают, уточняют, записывают.

Приложение 1 (23.2)

КЕЙС – СТАДИ «Государственное регулирование экономики»

Введение Основная цель этого кейса - обеспечить формирование знаний о сущности и методах государственного регулирования экономики, сформировать умения и навыки анализа и решения проблемных ситуаций для принятия научно-обоснованного решения в области экономической политики.

Ожидаемые результаты учебной деятельности: характеристика результатов воздействия на экономику инструментов фискальной и монетарной политики; анализ экономической ситуации в США в 1984 году;

формулирование проблемы и подпроблем экономической политики; выбор адекватных методов фискальной и монетарной политики с целью стабилизации экономики в рассматриваемой ситуации; составление плана решения экономических проблем.

Для успешного решения кейса необходимо знать: содержание понятий: экономический рост, государственное регулирование, экономический цикл, фискальная политика, монетарная политика, налоги, процентная ставка, инвестиции, ВНП, совокупный спрос, совокупное предложение, дефицит госбюджета; экономическую роль и функции государства в рыночной экономике; методы и формы государственного макрорегулирования.

Ситуация Из исторических исследований: экономика США в 1984 г.

В 1984 г. в американской экономике после периода спада проявились признаки оздоровления. Снизился уровень безработицы. Увеличилась продажа автомобилей и строительство новых домов. Тем не менее, были основания для беспокойства. Федеральный долг был ещё очень велик и имел тенденцию к росту. Процентные ставки увеличились, а курсы акций были нестабильными. Президент ссылался на ситуации в персидском заливе, Ливане и Центральной Америке как на причины увеличения военных расходов. Высказывалось мнение, что экономика уже «перегрелась» и инфляционный пресс увеличился.

Задание

Проанализируйте и оцените состояние экономики США в 1984 году, выделите проблему, под-проблемы и предложите меры государственного регулирования в данной ситуации.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

О проблеме кейса

Основная проблема государственного регулирования экономики заключается в определении оптимальных форм и методов вмешательства в экономику адекватных сложившейся в стране ситуации.

Трудность решения проблемы состоит в том, что реализация целей государственного регулирования экономики, на практике обеспечивается с помощью различных экономических приемов, форм и способов целесообразного действия, спектр которых постоянно расширяется. Это обусловлено постоянным ростом масштабов и усложнением структуры экономики, а также необходимостью предугадывания и адекватного реагирования на действия множества факторов, оказывающих влияние на развитие национальной экономики. Причем само реагирование на изменение экономической ситуации должно быть, по возможности, опережающим.

Пути решения проблемы

Механизм государственного регулирования предстает как совокупность средств, рычагов и методов достижения поставленных государством целей: предотвращение (или смягчение) экономического кризиса, обеспечение полной занятости, преодоление инфляции и т.д.

По организационно-институционному критерию принято различать:

1) **административные методы**, т.е. методы прямого воздействия со стороны государственных органов на различные социальные процессы.

1. Прямой государственный контроль над монопольными рынками.

2. Меры, ограничивающие побочные эффекты рыночных процессов.

3. Разработка стандартов, контроль за их соблюдением.

4. Определение и поддержание минимально допустимых параметров жизни населения

2) экономические методы государственного регулирования экономики, методы косвенного воздействия, т. е. через создание условий, стимулирующих деятельность предприятий, организаций различных форм собственности в направлении, выгодном для общества, т. е. через использование стимулов. Государство представляет в данном случае интересы общества.

Экономические *средства воздействия на хозяйственные процессы предполагают использование:*

- государственного экономического прогнозирования;
- государственного экономического программирования;
- бюджетно – налоговой политики;
- денежно – кредитной политики (эмиссия, установление ставки рефинансирования, операции с ценными бумагами);
- другие формы макроэкономической политики.

Проблема кейса

Самостоятельно сформулируйте проблему и подпроблемы в форме вопросов, ответы на которые позволят принять решение в сфере экономической политики государства, описанной в ситуации

Задача

Используя Таблицу 1, составьте план решения экономических проблем США в 1984 г.

Алгоритм решения задачи

1. Изучите вспомогательную таблицу 1 «Экономические условия и действия, которые рекомендуется предпринять».
2. Заполните таблицу, обведя в кружок методы фискальной и монетарной политики, обычно используемые для стабилизации экономики на основании двух экономических ситуаций, описанных в левой колонке.
Таблица 1. «Экономические условия и действия, которые рекомендуется предпринять».

Действия, которые рекомендуется предпринять в целях стабилизации экономики					
Экономические условия	***Конгрессу и президенту***		***Совету управляющих Федеральной резервной системы***		
	Налоги	***Расходы***	***Операции на открытом рынке***	***Учётная ставка***	***Норма резерва***
1. Полная занятость и растущая инфляция	Увеличение Снижение	Увеличение Снижение	Покупка ценных бумаг Продажа ценных бумаг	Повышение Снижение	Повышение Снижение
2. Безработица и сокращение производства	Увеличение Снижение	Увеличение Снижение	Покупка ценных бумаг Продажа ценных бумаг	Повышение Снижение	Повышение Снижение

3. Проанализируйте ситуацию в экономике США 1984 года, оцените ее состояние в соответствии с теорией экономического цикла:
- определите, на какой стадии экономического цикла находится экономика США;
- определите направления государственного воздействия: какие макропараметры национальной экономики и как должны измениться для достижения стабильного развития.
Используйте лист анализа ситуации.

Лист анализа ситуации

Критерии оценки – краткость, ясность изложения, аргументированность выбора, использование цитат из описания ситуации.

Название этапа анализа	Содержание этапа анализа	Результат анализа
1	2	3
1. Анализ ситуации	1.Сформулируйте: Что происходит в экономике США? На какой стадии экономического цикла она находится? Какова цель государственного регулирования?	
2. Формули-ровка проблемы и подпроблем	Предложение, отражающее суть проблемы	

3. Выяснение альтернатив решения и выбор лучшей альтернативы	Перечислите возможные направления действий. Укажите положительные и отрицательные стороны каждой альтернативы. Выберите лучшие из альтернатив решения задачи.	Фискальная политика : 1. ……..(название инструмента) (+) (-) 2…… (+) (-) n…… (+) (-) Монетарная политика: 1. . ……..(название инструмента) (+) (-) 2…….. (+) (-) n…….. (+) (-)
4. Разработка решений	Опишите план мероприятий по осуществлению выбранного курса действий.	

4. Выберите соответствующие ситуации инструменты фискальной и монетарной политики. Ответьте на вопросы:

- Какие методы фискальной и монетарной политики приведут к стабилизации экономики?
- Следует увеличить или уменьшить налоги?
- Будут ли ваши планы в отношении налогов направлены на изменение потребления, инвестиций или одновременно и того и другого?
- Следует увеличить или сократить государственные расходы?
- Объясните, какие статьи расходов вы увеличите, а какие уменьшите и почему?
- Какие методы вы рекомендуете использовать в этой ситуации Совету управляющих ФРС? 5. Составьте обоснованный план мероприятий в сфере экономической политики США.

Учебно – методические материалы

Применение экономических принципов: фискальная и монетарная политика Экономический цикл характеризуется периодическими взлетами и падениями деловой активности, проявляющимися во всевозможных формах несоответствия спроса и предложения. Основным свойством цикла является колебание темпа роста ВНП во времени, когда экономическая система проходит четыре последовательные фазы: оживление, подъем, бум, спад Характеристика спада:

• сначала ликвидируются запасы, затем сокращаются производственные инвестиции;
• падает спрос на труд;
• происходит снижение или замедление роста товарных цен;
• наблюдается резкое уменьшение прибылей, ослабевает спрос на кредит, снижается процентная ставка.

Максимальное падение — в точке максимального спада. В фазе спада различают рецессию и депрессию.

Рецессия - это спад объема национального производства, продолжающийся 6 месяцев и дольше.

Депрессия - спад объема национального производства, сопровождающийся высокой безработицей и продолжающийся в течение нескольких лет.

Характеристика подъема: зеркальное отражение спада, но все изложенное происходит в противоположном направлении.

Характеристика бума: бум — вершина деловой активности. Экономика работает на пределе своих возможностей. Инвестиции и расходы покупателей очень высоки. Растет спрос на товары и услуги, что заставляет расти цены. Ликвидируются запасы, повышается спрос на рабочую силу. Все это готовит почву для следующей фазы делового цикла — спада.

Всякий экономический кризис проявляется в резком нарушении хода воспроизводства, вызванном несбалансированностью между производством (предложением товаров на рынке) и потребностями населения (платежеспособным спросом). При этом возможна ситуация, когда производство обгоняет потребности либо когда платежеспособный спрос обгоняет производство. В первом случае имеет место кризис перепроизводства, во втором — кризис недопроизводства.

Страны с развитой рыночной экономикой выработали методы борьбы с кризисами перепроизводства. Основная роль в них отводится, фискальной и монетарной политике, которую осуществляют государственные органы.

Важнейшие мероприятия антикризисной политики в периоды бумов.

1. Денежно-кредитная политика: повышение учетной ставки, продажа государственных ценных бумаг на открытом рынке.
2. Фискальная политика: сокращение расходов госбюджета, повышение налоговых ставок.
3. Политика заработной платы и тарифов: понижение заработной платы.
4. Политика государственных инвестиций: затормаживание государственного строительства.

Важнейшие мероприятия антикризисной политики в периоды депрессий.

1. Денежно-кредитная политика: понижение учетной ставки, покупка государственных ценных бумаг на открытом рынке.
2. Фискальная политика: дополнительные расходы госбюджета, понижение налоговых ставок.
3. Политика заработной платы и тарифов: повышение заработной платы.
4. Политика государственных инвестиций: ускорение осуществления инвестиционных про грамм.

Выводы:

1. В период подъема государство в целях предотвращения «перегрева» экономики проводит политику сдерживания деловой активности.
2. В период спада все мероприятия государства направляются на стимулирование деловой активности.

Бюджетно-налоговая (фискальная) политика —
форма макроэкономической политики, направленная на обеспечение полной занятости и неинфляционный экономический рост на основе изменения государственных доходов и расходов, системы налогообложения, регулирования сбалансированности государственного бюджета.

Стимулирующая (экспансионистская) бюджетно-налоговая политика направлена на преодоление циклического спада экономики за счет увеличения государственных расходов и/или снижения налогов.

Последствия. Позитивные: преодоление циклического спада – в краткосрочном периоде; экономический рост – в долгосрочном периоде.

Негативные: рост дефицита бюджета, налогового бремени на предприятия, рост инфляции.

Сдерживающая (рестрикционная) бюджетно-налоговая политика направлена на ограничение циклического подъема экономики, снижение уровня инфляции за счет сокращения государственных расходов и/или увеличения налогов.

Последствия. Позитивные: снижение дефицита бюджета, налогового бремени на предприятия, снижение инфляции спроса.

Негативные: рост безработицы, спад производства – в краткосрочной перспективе; опасность стагфляции – в долгосрочной перспективе.

Приложение 2 (23.2)

Вопросы и задания блиц-опроса

1. В чем сущность регулирования экономики ?
2. Чем вызвана необходимость государственного регулирования экономики?
3. Какова экономическая роль государства в рыночной экономике?
4. Назовите функции государства в рыночной экономике.
5. Чем отличаются модели регулирования экономики (классическая, монетаристская, кейнси-анская и неокейнсианская)?
6. Назовите методы государственного регулирования экономики.
7. Перечислите средства и инструменты государственного регулирования экономики.
8. Почему повышается роль местного самоуправления в развитии и укреплении экономической деятельности в Республике Узбекистан?

Приложение 3 (23.2) Вопросы для коллективного обсуждения при решении кейса

1.Если экономика движется от спада к подъему, что происходит…
- с зарплатой?
- с инвестициями?
- с занятостью?
- с прибылями?
- с уровнем инфляции?

2. Если экономика движется от спада к подъему, что происходит…
- с зарплатой?
- с инвестициями?
- с занятостью?
- с прибылями?
- с уровнем инфляции?

3. В какой фазе цикла находится экономика в первом и во втором случае?
4. Какие методы фискальной и монетарной политики обычно используются для стабилизации экономики в условиях подъема?
5. Какие методы фискальной и монетарной политики обычно используются для стабилизации экономики в условиях спада?
6. Как вы диагностируете ситуацию в экономике США в 1984 году?
7. Какие методы фискальной и монетарной политики приведут к стабилизации экономики?
8. Следует увеличить или уменьшить налоги?
9. Будут ли ваши планы в отношении налогов направлены на изменение потребления, инвестиций или одновременно и того и другого?
10. Следует увеличить или сократить государственные расходы?
11. Объясните, какие статьи расходов вы увеличите, а какие уменьшите и почему?
12. Какие методы вы рекомендуете использовать в этой ситуации Совету управляющих ФРС?

Приложение 4 (23.2)

Порядок и регламент работы

1. Индивидуальнее решение -20 мин.
2. Коллективное обсуждение и оформление презентации – 20 мин.
3. Презентация – до 5 мин.

Приложение 5 (23.2)

Лист оценки работы на семинаре

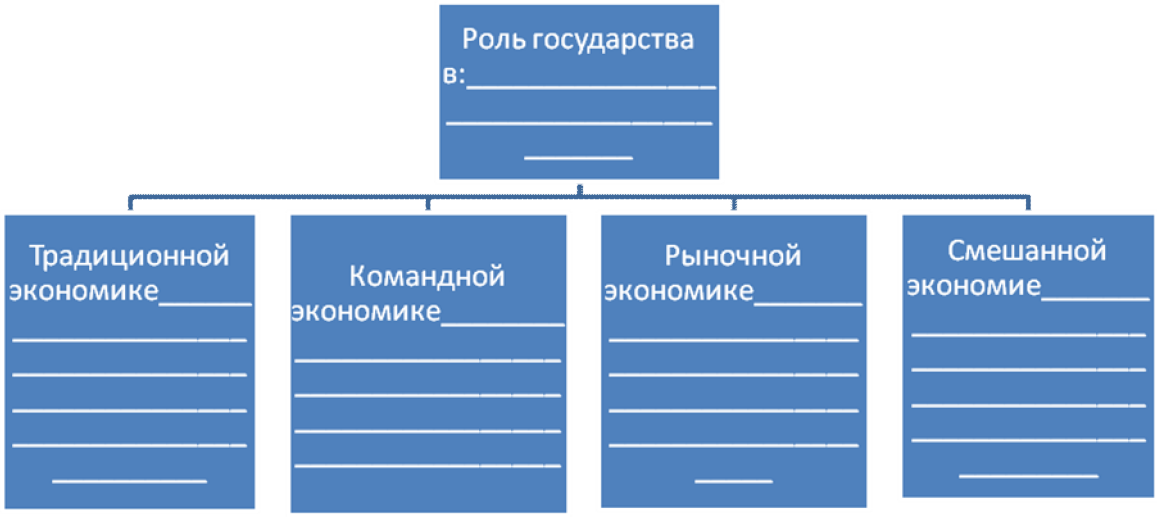
Показатели и критерии оценки (в баллах) максимально – 3 балла	Группы			
	1	2	3	4
1. Решение кейса (2,1):				
1 задание. Таблица выбора действий				
-экономические условия 1 (0,5)				
- экономические условия 2 (0,5)				
2 задание. Экономика США				
- лист анализа ситуации (0,7);				
- четкая формулировка выводов(0,4)				
2. Презентация (0,9)				
- последовательность, логика и ясность изложения (0,4);				
- активность при обсуждении (0,3);				
3. Соблюдение регламента (0,2)				
Итого:				

Вопросы:

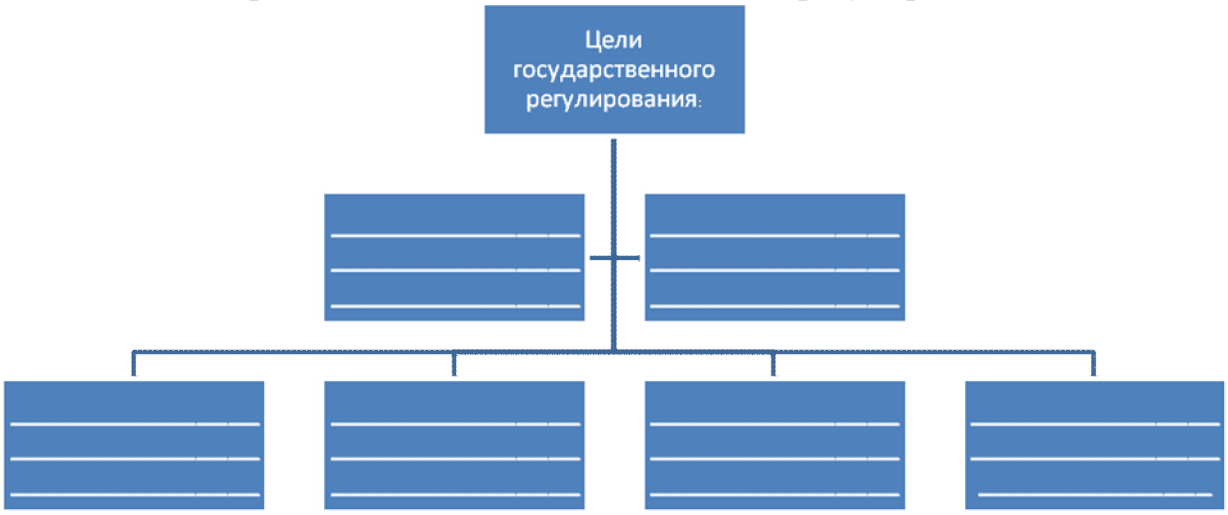
1. Из каких соображений исходит необходимость государственного регулирования экономики?
2. Назовите субъектов государственного регулирования?
3. Какие задачи призвано выполнить государство в процессе вмешательства в экономические процессы?
4. Какие средства государственного регулирования экономики вам известны?
5. Какие из средств государственного регулирования наиболее часто используются правительством Узбекистана, почему?
6. Какие из средств государственного регулирования наиболее часто используются в развитых странах, почему?
7. Как вы понимаете термины «децентрализация» и «дерегулирование»?
8. Что представляет собой корпоративное управление, в чём его преимущества?

Задания

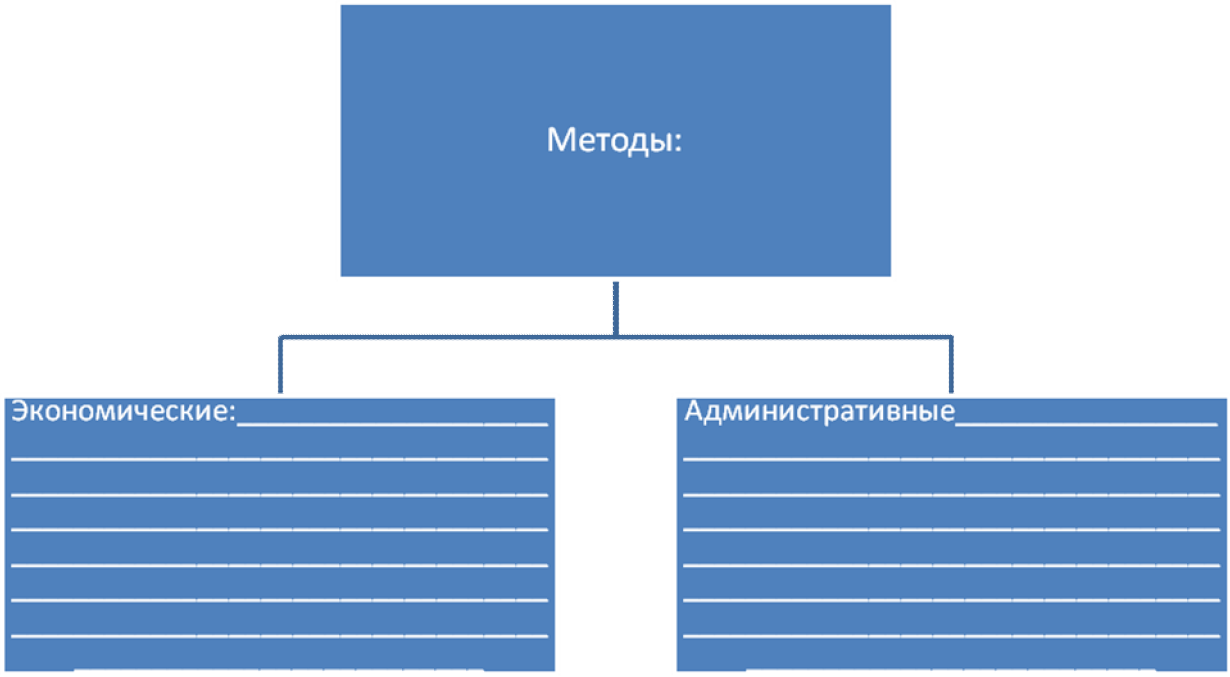
Задание №1: Покажите роль государства в различных экономических системах:



Задание №2: Перечислите цели государственного регулирования:



Задание №3: Выделите методы государственного регулирования:



СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Республики Узбекистан. – Т.: «Узбекистан», 2003.
2. Земельный кодекс Республики Узбекистан – Т.: «Адолат», 2004.
3. Закон «О сельскохозяйственном кооперативе» – Т.: «Адолат», 2004.
4. Закон О фермерском хозяйстве – Т.: «Адолат», 2004.
5. Закон О дехканском хозяйстве – Т.: «Адолат», 2004.
6. Закон О внешнеэкономической деятельности – Т.: «Адолат», 2004.
7. Закон О собственности в Республике Узбекистан– Т.: «Адолат», 2003.
8. Закон О Центральном банке Республики Узбекистан- Т.: «Адолат», 2003.
9. О механизме функционирования рынка ценных бумаг- Т.: «Адолат», 2003.
10. О свободных экономических зонах – Т.: «Адолат», 2003.
11. Об акционерных обществах и защите прав акционеров- Т.: «Адолат», 2003.
12. О разгосударствлении и приватизации- Т.: «Адолат», 2003.
13. О профессиональных союзах, правах и гарантиях их деятельности- Т.: «Адолат», 2002.
14. Об охране труда- Т.: «Адолат», 2002.
15. О биржах и биржевой деятельности- Т.: «Адолат», 2001.
16. Налоговый кодекс Республики Узбекистан. – Т.: «Адолат», 2001.
17. О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках- Т.: «Адолат»
18. Об аренде- Т.: «Адолат», 2000.
19. О банках и банковской деятельности Т.: «Адолат», 1999.
20. О естественных монополиях- Т.: «Адолат», 1999.
21. О предпринимательстве и гарантиях деятельности предпринимателей – Т.: «Адолат», 1999.
22. Об образованииТ.: «Адолат», 1997.
23. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышение благосостояния народа» Доклад Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2009 году и важнейшим приоритетам экономической программы на 2010 год. «Правда Востока» 30 января 2010 г.
24. Каримов И.А. «Конституция Узбекистана – прочный фундамент нашего продвижения на пути демократического развития и формирования гражданского общества» Доклад Президента Ислама Каримова на торжественном собрании, посвященном 17-летию Конституции Республики Узбекистан «Правда Востока» 10

декабря 2009 г.
25.Каримов И.А. «Модернизация страны и построение сильного гражданского общества наш главный приоритет».Доклад на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса Республики Узбекистан. «Правда Востока» 28 января 2010 г.
26.Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009. – 56 с.
27.Каримов И.А. Высокая духовность - непобедимая сила. Т.: Маънавият. 2008. 176 с.
28.Каримов И.А. «Узбекистан: 16 лет независимого развития» Доклад Президента на совместном заседании Мажлиса Кабинета Министров, Аппарата Президента РУз. «Правда Востока» 31 августа 2007 г.
29.Каримов И.А. «Гарантия нашей благополучной жизни-построение демократического правового государства, либеральной экономики и основ гражданского общества». Народное слово, 13 февраля 2007 г.
30.Каримов И.А. Укрепление законодательной базы развития страны – основной критерии нашей деятельности. «Правда Востока» 25 февраля 2006.
31.Каримов И.А. Закрепляя достигнутые результаты, последовательно стремиться к новым рубежам. «Правда Востока» 11 февраля 2006.
32.Каримов И.А. «О банковской системы, денежном обращения, кредитах, инвестициях и финансовой стабильности. (сборник трудов)», Ташкент.: «Узбекистон», 2005
33.Каримов И. А. Наша главная цель – демократизация и обновление общества, реформирование и модернизация страны. – Т.: «Узбекистон». 2005, 95 стр.
34.Каримов И. А. Со старыми взглядами и подходами невозможно построить новую жизнь. – Т.: «Узбеки-стон». 2005.
35.Каримов И. А. При империи нас считали людьми второго сорта. Ответы на вопросы корреспондента «Независимой газеты» (г. Москва), 14 января 2005 г. – Т.: «Узбекистон». 2005 г, 64 стр.
36.Каримов И.А. Рациональное использование имеющегося потенциала и ресурсов – фактор прогресса. – Т.: «Узбекистон». 2004.
37. Каримов И.А. Избранный нами путь-это путь демократического развития и сотрудничества с прогрессивным миром. – Т.: «Узбекистон». 2003.
38. Каримов И.А. Либерализация экономики, эффективное использование ресурсов – наше главное направление. – Т.: «Узбекистон». 2002.
39. Каримов И.А. Основные направления дальнейшего углубления демократических преобразований и формирование основ гражданского общества в Узбекистане. – Т.: «Узбекистон». 2002.
40. Каримов И.А. Наша высшая цель-независимость и процветание Родины, свобода и благополучие народа.- Т.: «Узбекистон». 2000.
41. Каримов И.А. Узбекистан на пороге XXI века. Угрозы безопасности, условия и гарантии прогресса. – Т. : «Узбекистон». 1997.
42. Каримов И.А. Узбекистан: национальная независимость, экономика, политика, идеология.- Т.: «Узбекистон». 1996.
43. Каримов И А. Узбекистан по пути углубления экономических реформ.- Т.: «Узбекистон». 1995.
44. Каримов И.А. Узбекистан – собственная модель перехода на рыночные отношения. –Т.: «Узбеки-стон». 1993.
45. Каримов И.А. Узбекистан: свой путь обновления и прогресса. – Т.: «Узбекистон». 1992.
46. Экономическая теория.: Учебник. /И.К.Станковская, И.А.Стрелец. 3-е изд., испр. – М.: «Эксмо», 2009. – 448 с.
47. Экономика.: Учебник. /Самуэлсон Пол Э., Нордхаус Вильям Д. 18-е изд.: Пер с англ. – М.: ООО «И.Д.Вильямс», 2009. – 1360 с.
48. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Учебник. /Макконнел К.Р., Брю С.Л. 17-изд. - М.: ИН-ФРА-М, 2009. – 916 с.
49. Экономическая теория. Микроэкономика-1,2: Учебник. /Под общ. ред. Заслкженного деятеля науку РФ, Г.П.Журавлевой. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: «Дашков и К», 2008. – 934 с.
50. Экономическая теория.: Учебник. /С.С.Носова. 2-е изд., стер. – М.: «КРОНУС», 2008. – 800 с.
51. Экономическая развития: модели становления рыночной экономика: Учебник. /Р.М.Нуреев. 2-е изд., перераб. и доп.. – М.: «НОРМА», 2008. – 640 с.
52. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. Учебник. – М.: ТК Велби. «Проспект». 2005, 544 стр.
53. Куликов Л.М. Экономическая теория. Учебник. - М: ТК Велби. Проспект. 2005, 432 стр.
54. Экономическая теория. Учебник. /Под ред. В.И. Видяпина - М.: ИНФРА. М. 2005, 672 стр.

55. Экономика. Учебник, 8-е изд., пререраб. и дополненное -/Под ред. А.С. Булатова. М.: Экономист. 2005, 896 стр..
56. Иохин В.Я. Экономическая теория. Учебник. М.: Экономистъ, 2005, 861 стр.
57. Курс экономической теории, ./Автор.колл.под.ред. проф. М.Н.Чепурина.Учебник: 5-е изд. испр., дополнен. и перераб. – Киров: АСА. 2004, 832 стр.
58. Экономическая теория. Учебник./Под. ред. А.Г. Грязновой, Т.В. Чечеловой – М.: Экзамен. 2004.
59. Экономическая теория (Политэкономия)./Под общ.ред. акад. В.И.Видяпина, акад. Т.П. Журавлева. Учебник. 4-е издание.-М.:ИНФРА-М. 2004, 640 стр.
60. Шодмонов Ш.Ш., Баубекова Г.Д. Педагогическое мастерство и инновации в преподавании экономической теории. - Т.: Янги аср авлоди. 2004, 164 стр.
61. Беспалько В.П. Слагаемые педагогической технологии // М.: Педагогика, 1989.
62. Голиш Л.В. Что нужно знать обучающему о современных технологиях обучения? // Экспериментальное учебно-методическое пособие. Ташкент: ИРССПО, 2002.
63. Азизходжаева Н.Н. Педагогические технологии и педагогическое мастерство. Т.: ТГПУ им.Низами
64. Фарберман Б.Л., Мусина Р.Г. и др. Инструменты развития критического мышления. Т.: МинВУЗ, 2002.
65. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования // Учебное пособие для студ. пед. вузов и системы повыш. квалиф. пед. кадров / Е.С. Полат и др. М.: Изд. Центр «Академия»
66. Селевко Г.К. Современные образовательные технологии / Учебное пособие. М.: Народное образование, 1998.
67. Фарберман Б.Л. Передовые педагогические технологии // Т.: ФАН, 2000.
68. Н.Хужаев, П.Хошимов, Т.Джураев, О.Гимранова. Методика преподавания экономических дисциплин/ Учебное пособие// Т.: ТФИ, 2004
69. Камаев В.Д. и др. Экономическая теория краткий курс. М.: Кнорус, 2007 год
70. Макаркин Н.П. и др. «Микроэкономика» учебник, М.: Академический Проект, 2006 год
71. www.stat.uz www.uza.uz
72. www.economic.ru www.forex.ru

IV. Вопросы и упражнения (планы семинарских занятий)

Тема № 1: Значение, цель и задачи курса микроэкономика.
П Л А Н :
1. Микроэкономика как часть современной экономической теории.
2. Структура курса микроэкономика.
3. Методы микроэкономики.
Рекомендуемая литература:

Литература
1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.1, гл.1.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.

10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 2: Понятия экономического базиса.
План:
Материальные потребности и их безграничность.
Экономические ресурсы, их структура и ограниченность.
Кривая производственных возможностей.
Литература
1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993.Т.1 гл.2
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999,
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 3: Теория спроса и предложения.
1. Спрос и закон спроса.
2. Предложение и закон предложения.
Литература
1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993.Т.1, гл.4.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999,
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.

12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 4: Рыночное равновесие, максимальные и минимальные цены.

План:

1. Рыночное равновесие: её сущность.
2. Типы равновесия.

Литература

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.1, гл.4.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999,
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 5: Эластичность спроса и предложения

План:

1. Эластичность спроса.
2. Эластичность предложения.

Литература

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.2. гл.22.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 6: Теория потребительского выбора

План:

1. Полезность, предпочтение, спрос.
2. Подходы к анализу полезности и спроса.
3. Бюджетная линия. Оптимум потребителей.

Литература

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.2, гл.23.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 7: Эффект дохода и эффект замещения.

План:

1. Эффект дохода
2. Эффект замещения

Литература

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.2, гл.23.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 8: Рынок и риск

План:

1. Экономика неопределённости и страхование риска.
2. Спекуляция и риск.

Литература

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 9: Фирма и её организационно-экономические основы.

План:

1. Фирма: её сущность и типы.
2. Фирма в условиях конкуренции.

Литература

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.2, гл.24-25.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 10: Теория производства

План:

1. Производственная функция (изокванта).
2. Закон убывающей отдачи.

3. Производство. Совокупный (общий), средний и предельный продукт.
Литература
1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 11:Издержки производства.

План:
1. Издержки: сущность и виды.
2. Издержки в краткосрочном периоде.
3. Издержки в долгосрочном периоде.
Литература
1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.2, гл.24.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru
Тема № 12: Максимизация прибыли фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции.
План:
1. Совершенная конкуренция и её характеристика.
2. Максимизация прибыли в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции.
Литература

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.2, гл. 24.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 13: Равновесие фирмы в долгосрочном периоде.
План:
1. Предприятие и рынок в длительном периоде.
2. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде
Литература
1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.2, гл. 25.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 14: Конкуренция и монополия.
План:
1. Сущность и методы конкуренции.
2. Монополия и олигополия.
Литература
1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.

2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.2, гл. 26, 27, 28.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 15: Особенности формирования цен в условиях рыночного управления.
План:
1. Экономическая сущность цен и её роль
в рыночном хозяйстве.
2. Характеристика рынка монополистической конкуренции.
3.Особенности формирование цен в условиях
монополистической конкуренции.
Литература
1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.2, гл. 27-29.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 16: Рынок труда в использовании трудовых ресурсов на предприятии.
План:
1. Характеристика рынка труда и рабочей силы
2. Механизм саморегулирования рынка труда
Литература
1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.

2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.2, гл. 31.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 17: Капитальные вложения и рынок капитала
План:
1. Экономическая сущность рынка капитала и его формы
2. Механизм функционирования рынка капитала
Литература
1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.2, гл. 30.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Тема № 18: Государственное регулирование деятельности предприятий.
План:
1. Границы вмешательства государства в экономику.
2. Средства и методы государственного регулирования экономики.
3. Финансовая политика государства
Литература
1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.

3. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин.: 1993. Т.2, гл. 33.
4. Носова С.С. Экономичесая теория. Учебник для вузов. – М.: ВЛАДОС. 1999.
5. Нуреев Р.М. Микроэкономика . – М.: 2000. с .
6. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. М.: ИНФРА, 2002.
7. Экономическая теория Экспресс-курс учебное пособие. Под ред. А.Т. Грязиевой. – М.: КНОРУС, 2008 г.
8. Экономическая теория. Краткий курс. Учебник. Под ред. В.Д. Камаева, М.: КНОРУС, 2007 г.
9. Микроэкономика. Учебник. Под ред. И.П. Макаркина. М.: 2006 г.
10. Хамрокулова О.Д., Микроэкономика. Тесты лекций. Самарканд. 2004 г.
11. Хамрокулова О.Д., Альтернативное изучение микроэкономики по экономиксу. Методическое пособие. Самарканд. 2008 г.
12. www.academic.ru
13. www.economic.ru

Игры (задачи) по курсу «Микроэкономика»

ТЕОРИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

ЗАДАЧА 1.

Первый покупатель выделил 400 сум, второй 200 сум – для покупки товара X. На сегодняшний день цена товара меняется от 40 до 80 сум. Также вышли два продавца, которые готовы реализовать товар от 4 кг до 7 кг.

	40	50	60	80
1 покупатель	10	8	7	5
2 покупатель	5	4	3	2,5
Итог	15	12	10	7,5

	40	50	60	80
1 продавец	4	4,5	5	6
2 продавец	4	5,5	6	7
Итог	8	10	11	13

Определите рыночную цену и равновесный объём?

ЗАДАЧА 2.

Известна функция спроса населения в РУз на шариковые ручки в 2010 году. Функция спроса имеет вид $Q_D = 7 - P$ и функция предложения $Q_S = -5 + 2P$, где Q_D- объём спроса в миллион штук, Q_S – объём предложения в млн. штук, P – цена ручки в сумах.

Определить цену и объём товара в 2010 году. Нарисовать линию спроса и предложения.

ЗАДАЧА 3.

В таблице представлены данные, характеризующие различные ситуации на рынке консервированной фасоли.

А) Изобразите привую спроса и предложения по данным таблицы;

Б) Если рыночная цена на банку фасоли равна 8-ми пенсам, что характерно для данного рынка – излишки или дефицит? Каков их объём?

В) Если равновесная цена на банку фасоли составит 32 пенса, что характерно для данного рынка – излишки или дефицит? Каков их объём?

Г) Чему равна равновесная цена на этом рынке?

Д) Рост потребительских расходов повысил потребление консервированной фасоли на 15 млн.банок при каждом уровне цен. Каковы будут равновесная цена и равновесный объём производства?

Цена, пенсы	Объём спроса, млн. банок в год	Объём предложения, млн. банок в год
8	70	10
16	60	30
24	50	50
32	40	70
40	30	90

ЗАДАЧА 4.

Спрос и предложение на некий товар описываются уравнениями:

$Q_D = 2500 – 200 P$

$Q_S = 1000 + 100 P$.

Вычислите параметры равновесия на данном рынке?

Государство установило на данный товар фиксированную цену в 3 денежные единицы за единицу товара. Охарактеризуйте последствия такого решения.

РЕШЕНИЯ

ЗАДАЧА 1.

Составим таблицу спроса и предложения на товар Х.

Цена, в сумах	40	50	60	80
Q_S	8	10	11	13
Q_D	15	12	10	7,5
Разница	-7	-2	1	5,5

Для решения этой задачи построим график спроса и предложения

СКАНЕР

ЗАДАЧА 4.

По условию задачи приравняем Q_D к Q_S. Тогда получим следующее равенство:

$2500 – 200 P = 1000 + 100 P.$

$P_E = 5$; $Q_E = 1500$ шт.

Если $P_E = 3$, тогда

$Q_D = 2500 – 200 \times 3$

$Q_D = 2500 – 600$

$Q_D = 1900$

$Q_S = 1000 + 100 \times 3$

$Q_S = 1000 + 300$

$Q_S = 1300$

Товарный дефицит составляет 600 единиц.

РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ. МАКСИМАЛЬНЫЕ И МИНИМАЛЬНЫЕ ЦЕНЫ.

ЗАДАЧА 1.

В таблице представлены данные, характеризующие различные ситуации на рынке яблок. Цена за килограмм яблок поднимается на 2 сумма выше равновесного значения. Чему будет равен избыток яблок на рынке в данной ситуации?

P (сум)	Q_D (тонна)	Q_S (тонна)
8	10	5
10	8	5,5
12	7	7
14	6	8

ЗАДАЧА 2.

Рыночное предложение апельсинов и спрос на них показаны в таблице. Какая ситуация будет наблюдаться на рынке при увеличении цена на них на 1 доллар выше равновесной цены.

Общая величина предложения за неделю	Общая цена за кг., в долларах	Общая величина спроса за неделю
12000	5	2000

10000	4	4000
7000	3	7000
4000	2	11000
1000	1	16000

ЗАДАЧА 3.

Спрос и предложение на некий товар описываются уравнениями:

$Q_D = 2500 – 200\ P$

$Q_S = 1000 + 100\ P$.

где Q – количество товара, P – цена товара.

Вычислить параметры равновесия на рынке данного товара?

ЗАДАЧА 4.

Государство установило на данный товар фиксированную цену в 3 денежные единицы за единицу товара. Охарактеризовать последствия данного решения при сохранении условий предыдущей задачи 3.

РЕШЕНИЕ

Задача 1. 2 тонны;

Задача 2. $P_E = 3$ доллара, избыток составит 6000 тонн.

Задача 3. Для достижения равновесия необходимо чтобы $Q_D = Q_S = Q_E$, тогда $P_E = 5$; Q_E, = 1500 единиц.

Задача 4. При $P._{фикс.} = 3$; $Q_D = 1900$, а $Q_S = 1300$. В такой ситуации возникает товарный дефицит в 600 ед. товара.

Тесты по предмету «Микроэкономика».

1.Наука, изучающая общественно-экономические отношения, возникающие на микросистеме общества, называется?

А) микроэкономика;

Б) маркетинг;

В) статистика

Г) менеджмент.

2.Что является субъектом микроэкономики?

А) отдельное предприятие или фирма;

Б) ЧП и ООО;

В) ресурсы предприятий, доходы и издержки предприятий;

Г) вкусы и предпочтения потребителей.

3.Что такое спрос?

Б) потребность в товарах и услугах;

А) то количество товара, которое будет куплено за приемлемую цену в определённый промежуток времени;

В) потребность, вынесенная на рынок;

Г) это спрос на товары и услуги, предъявляемые потребителем.

4.Кто впервые сформулировал закон падающего спроса?

А) О.Курно;

Б) М.Кейнс;

В) Д.Хикс;

Г) К.Маркс.

5.Что происходит при падении рыночной цены ниже равновесной?

А) возникает товарный дефицит.

Б) появляются избытки товаров;

В) увеличивается общее количество товаров;

Г) падает цена ресурсов;

6.К чему может привести внедрение современной техники на производство?

А) к сокращению издержек производства;

Б) к понижению объёма предложения;

В) к уменьшению характера спроса;

Г) к уменьшению доходов.

7.Какие факторы, воздействующие на спрос, являются ценовыми?

А) цена товара, цены субститутов, цены дополняющих благ;

Б) доходы потребителей, цена товара, ожидание потребителей;

В) вкусы и предпочтения потребителей, цены субститутов;

Г) количество потребителей, цены товаров заменителей.

8. Неценовые детерминанты спроса – это:

А) доходы потребителей, вкусы и предпочтения потребителей, ожидание потребителей;

Б) ожидания продавцов, издержки производства;
В) цена товара, цены субститутов, цены дополняющих благ;
Г) количество потребителей, цены товаров заменителей.
9. Согласно Закону спроса…
А) с повышением цены товара кривая спроса опускается вниз;
Б) с ростом цены товара предложение увеличивается;
В) с ростом цены товара, как предложение, так и спрос увеличиваются;
Г) с ростом цены уменьшаются предложение и спрос.
10. Изменение какого фактора не вызывает сдвига кривой спроса?
А) цены товара;
Б) вкусов и предпочтений потребителей;
В) размера и распределения национального дохода;
Г) численности или возраста потребителей.
11.Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если:
А) спрос равен предложению;
Б) Цена равна издержкам плюс прибыль;
В) Уровень технологии постепенно меняется;
Г) На рынке товарный дефицит.
12. Если рыночная цена опускается ниже равновесной цены, то на рынке господствует:
А) Товарный дефицит;
Б) Излишек товаров;
В) Рыночное равновесие;
Г) Товарный профицит.
13. При уменьшении доходов и снижении покупательной способности происходит следующая ситуация:
А) Кривая спроса смещается параллельно вниз и влево;
Б) Кривая спроса смещается параллельно вверх и вправо;
В) Кривая предложения смещается влево;
Г) Кривая предложения смещается вправо.
14. При каком равновесии товарное предложение растёт, но не значительным образом?
А) Долгосрочном;
Б) мгновенном;
В) Краткосрочном;
Г) Среднесрочном.
15. При каком равновесии предприятие может сокращать издержки, увеличивая масштабы производства?
А) при долгосрочном равновесии;
Б) при краткосрочном равновесии;
В) при мгновенном равновесии;
Г) при равном равновесии.
16. Какому элементу важное значение уделяет теория рыночного равновесия?
А) времени.
Б) доходам;

В) увеличению и понижению;
Г) финансам;

17. Совокупный объём предложения падает, если кривая предложения перемещается:
А) влево и вниз
Б) вверх
В) вправо;
Г) влево;
18. Если перекрёстная эластичность спроса по цене является отрицательной, то…
А) с ростом цены на одни товар предложение других товаров падает.
Б) с ростом цены на один товар-заменитель спрос переключается на другие;
В) с ростом цены на один товар, спрос на другие товары падает;
Г) рост цены на один товар не действует на спрос относительно другого товара;
19. На что указывает эластичность спроса по цене?
А) степень реакции спроса на факторы;
Б) на сколько изменяется объём спроса при изменении цены на 1%;
В) отношение % изменения объёма цены;
Г) количественное изменение с помощью коэффициента эластичности спроса.
20. Определите, к какой формуле относится данная формула: $E^{Д}_{P} = \% \Delta Q / \% \Delta P$
А) формула определения эластичности спроса по цене;
Б) формула дуговой эластичности;
В) формула определения точечной эластичности;
Г) формула определения изменений объёма спроса.
21. Если эластичность составляет $E^{Д} > 1$, то такая эластичность называется…
А) низкой эластичностью;
Б) точечной эластичностью;
В) высокой эластичностью;
Г) определяющей эластичностью.
22. Отношение изменения дохода покупателей к изменению спроса, это?
А) эластичность спроса по цене;
Б) эластичность спроса по доходу;
В) дуговая эластичность;
Г) перекрёстная эластичность.
23. Если $E^{Д} = 0$, то график спроса представляет собой
А) вертикальную линию;
Б) кривую линию;
В) горизонтальную линию;
Г) параболу.
24. Формы перекрёстной эластичности:
А) отрицательная и точечная;
Б) дуговая, нулевая и точечная;
В) положительная, отрицательная и нулевая;
Г) дуговая, положительная и отрицательная.
25. Если два товара являются взаимозаменяемыми, то

А) их перекрёстная эластичность отрицательная;
Б) имеют эластичность спроса по доходу больше;
В) их перекрёстная эластичность положительная;
Г) имеют единичную эластичность.

26. Чему будут равняться предельные издержки при совершенной конкуренции?

А) доходу;
Б) цене этого товара;
В) цене заменителей;
Г) затратам одноимённого товара.

27. Ценовая эластичность спроса будет расти с увеличением продолжительности периода, в течении которого предъявляется спрос, так как

А) доходы потребителей увеличатся;
Б) произойдёт сдвиг вправо кривой спроса;
В) потребители смогут приобрести товары-заменители;
Г) изменений не произойдёт.

28. Какая из функций рынка побуждает товаропроизводителей к созданию новой продукции?

А) контрольная;
Б) информационная;
В) посредническая;
Г) стимулирующая.

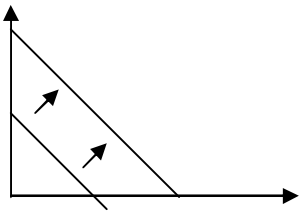
29. Что называется предельной полезностью выбора потребителя?

А) совокупность товаров и услуг, соответствующих вкусу потребителя;
Б) есть возможность выбирать любые виды товаров и услуг;
В) полезность от потребления дополнительной единицы продукта или услуги;
Г) правильного ответа нет.

30. Кривые безразличия – это…

А) график бюджетной линии;
Б) совокупность точек, показывающих на комбинацию товаров А и В;
В) геометрическое место точек, каждая из которых соответствует комбинации товаров Х и У, приносящих одну и ту же полезность потребителю;
Г) кривые рыночного равновесия.

31. К чему относится данный график:



А) эффекту товаров высшего порядка
Б) эффекту дохода;
В) эффекту замещения;
Г) эффекту товаров низкого порядка;

32. Совокупность конкурентных экономических отношений и связей между продавцами и покупателями называется:

А) магазин;
Б) базар;
В) рыночная экономика;
Г) бутик.

33. С помощью какой функции на рынке контролируется не только количество, но и качество производимых товаров и услуг?

А) стимулирующая;

Б) контролирующая;

В) ценообразующая;

Г) регулирующая.

34. Если рыночная цена опускается настолько низко, что она не может покрыть средние издержки, то в данном случае…

А) фирма продолжит свою деятельность;

Б) производство не становится целесообразным в долгосрочном периоде;

В) производство становится нецелесообразным даже в краткосрочном периоде;

Г) фирма воспользуется кредитом.

35. Рынок, в который осуществляется чрезмерное вмешательство государства, называется:

А) деформированным;

Б) товарным;

В) неразвитым;

Г) регулируемым.

36. Главной проблемой для развития малого бизнеса в Узбекистане считается:

А) проблема правовой неграмотности предпринимателей;

Б) финансовая проблема;

В) финансовая проблема и проблема правовой неграмотности предпринимателей;

Г) конкуренция.

37. Хозяйственная система, охватывающая экономические действия всех хозяйственников в единое целое называется:

А) акционерное общество;

Б) бизнес;

В) контракт;

Г) предприятие.

38. Как обозначают предельный продукт?

А) TP;

Б) MP;

В) AP;

Г) RP.

39. К чему относится следующая формула? $MP_L / P_L = MP_K / P_K$

А) средние постоянные издержки.

Б) минимизация издержек производства;

В) средний продукт труда;

Г) максимизация издержек производства;

40. Издержки фирмы на единицу дополнительно произведённой продукции, есть:

А) средние издержки (ATC);

В) общие переменные издержки (AVC);

Б) предельные издержки (MC);
Г) общие издержки (TC).
41. Что означает LRAC?
А) кривую долгосрочных средних издержек.
Б) кривую краткосрочных общих издержек;
В) кривую долгосрочных предельных издержек;
Г) кривую средних переменных издержек;
42. К фиксированным издержкам относятся:
А) обязательные платежи и другие выплаты, не связанные с процессом производства;
Б) издержки, связанные с объёмом производства;
В) затраты на приобретение сырья;
Г) транспортные затраты.
43. Средние общие издержки равны:
А) ATC = AFC + AVC;
Б) ATC = TVC / Q;
В) ATC = AFC - AC;
Г) ATC = TFC/ Q.
44. Какой вид имеет кривая предложения в краткосрочном периоде?
А) горизонтальный вид;
Б) отрицательный наклон;
В) восходящий вид;
Г) вертикальный вид.
45. Доход будет резко снижаться, если:
А) MC = MR;
Б) MR < MC;
В) MR > MC;
Г) AR = MC.
46. По какой формуле определяется совокупная прибыль?
А) TP = AR – AC;
Б) TP = AP x Q;
В) TP = AP / Q;
Г) TP = MR / Q.
47. В условиях очень низкой прибыли в долгосрочном периоде происходит…
А) вовлечение в отрасль новых фирм;
Б) расширение производства;
В) сокращение объёма производства;
Г) понижение цен на товары.
48. Основные причины возникновения монополий – это:
А) административно-правовые методы и экономические методы;
Б) административно-правовые методы;
В) экономические методы;
Г) социальные методы.
49. В каких сферах национальной экономики Узбекистана существуют естественные монополии?

А) электро-, водо- и газоснабжение;
Б) охрана окружающей среды;
В) охрана границы и национальной безопасности;
Г) во всех вышеприведённых отраслях и сферах.

50. Определите признаки олигополии:
А) абсолютная мобильность производственных ресурсов.
Б) однородность патентов и лицензий;
В) единственность патентов и лицензий;
Г) лицензии

51. Конкуренция порождается:
А) зависимостью каждого рыночного субъекта от конъюнктуры рынка;
Б) наличием множества равноправных рыночных субъектов;
В) противоборством за удовлетворение покупательского спроса;
Г) всеми вышеназванными условиями.

52. До какого момента фирма-монополист может наращивать своё производство?
А) пока предельный доход не станет больше её издержек;
Б) пока предельный доход не станет меньше её предельных издержек;
В) пока совокупный доход не превысит издержек фирмы;
Г) пока совокупный доход не станет меньше средних издержек.

53. Что происходит с предложением труда при увеличении заработной платы?
А) предложение труда не изменяется;
Б) предложение труда уменьшается;
В) предложение труда увеличивается;
Г) спрос на труд будет равен предложению труда.

54. Спрос подразделяется на следующие основные виды:
А) реализованный, действительный, неудовлетворённый;
Б) реализованный, действительный, явный;
В) скрытый, реализованный, неудовлетворённый;
Г) явный, скрытый, накопленный, текущий.

55. Рынок товаров и услуг находится в равновесном состоянии, если:
А) спрос равен предложению;
Б) цена равна издержкам;
В) на рынке товарный дефицит;
Г) на рынке товарный излишек.

56. Если рыночная цена опускается ниже равновесной цены, то на рынке господствует:
А) рыночное равновесие;
Б) излишек товаров;
В) товарный дефицит;
Г) товарный профицит.

57. При уменьшении доходов и снижении покупательской способности происходит следующая ситуация:
А) кривая предложения смещается вправо.
Б) кривая спроса смещается параллельно вниз и влево;
В) кривая предложения смещается влево;

Г) кривая спроса смещается параллельно вверх и вправо;

58. Как определяется эластичность спроса по цене?

А) $\mathbf{E^{Д}_{P} = \Delta Q_i/Q_{i0} \ / \ \Delta P_g/ P_{g0}}$**.**

Б) $\mathbf{E^{Д}_{P} = \Delta Q/Q \ / \ \Delta P/P;}$

В) $\mathbf{E^{Д}_{P} = - (Q_1 - Q_2 / P_1 - P_2) \times (P_2 + P_1 / Q_2 + Q_1);}$

Г) $\mathbf{E^{Д}_{P} = \% \ \Delta Q / \% \ \Delta P;}$

59. Чем характеризуется связь товаров -дополнителей и товаров-заменителей и их цен, влияющих на объём спроса?

А) эластичностью спроса по доходу.

Б) точечной эластичностью спроса по цене;

В) дуговой эластичностью спроса по цене;

Г) перекрёстной эластичностью спроса по цене;

60. Если перекрёстная эластичность между товарами равна нулю, то:

А) с ростом цены на 1 дополняющий товар спрос другого падает;

Б) с ростом цены на 1 товар-заменитель спрос переключается на другой;

В) рост цены на 1 товар не влияет на спрос другого;

Г) рынки товаров взаимосвязаны.

61. Если эластичность спроса по отношению к цене товара равна нулю, то график спроса представляет собой;

А) вертикальную линию;

Б) горизонтальную линию;

В) кривую линию;

Г) биссектрису.

62. При выборе каких точек относительно линии бюджетного ограничения доход потребителя не будет использован целиком?

А) точек на самой бюджетной линии;

Б) точек справа от бюджетной линии;

В) точек слева от бюджетной линии;

Г) точек слева и справа от бюджетной линии.

63. Если цена товара А растёт, а цена товара В не изменилась, как изменяется бюджетная линия?

А) бюджетная линия изменяет угол своего наклона.

Б) бюджетная линия сдвигается вправо вверх;

В) бюджетная линия сдвигается вниз влево;

Г) не изменяется;

64. Сколько точек пересечения имеют кривые безразличия?

А) 1 точку;

Б) 2 точки;

В) 3 точки;

Г) не пересекаются.

65. Какие возможности имеет потребитель при выборе между тремя и более комбинациями товаров и услуг?

А) предпочесть комбинацию товаров А комбинации товаров В;

Б) предпочесть благо В благу С;

В) предпочесть комбинацию А комбинации С;

Г) предпочесть комбинацию товаров А.

66. Согласно эффекту дохода, если цена на один товар понижается, то потребление другого товара:

А) товары потребляются одинаково.

Б) сокращается;

В) увеличивается;

Г) не изменяется;

67. Согласно эффекту замещения, если цена на один товар понижается, то потребление другого товара:

А) товары потребляются одинаково.

Б) сокращается;

В) увеличивается;

Г) не изменяется;

68. Каким товарам не характерен эффект замещения?

А) нормальным товарам;

Б) товарам высшего порядка;

В) товарам низшего порядка;

Г) товарам не низшего порядка.

69. В чём заключается суть рыночных отношений?

А) возмещению затрат производителей;

Б) удовлетворению платежеспособного спроса населения;

В) получению прибыли товаропроизводителей;

Г) увеличение доходов населения.

70. Основная функция рынка, соединяющая процесс производства, сферу потребления и торговцев-посредников в единый процесс, есть:

А) стимулирующая;

Б) интегрирующая;

В) ценообразующая;

Г) функция экономичности.

71. Если фирма несёт убытки и решит прекратить производство, чему будет равна величина убытков после закрытия фирмы?

А) не будет иметь никаких потерь;

Б) постоянным издержкам;

В) переменным издержкам;

Г) средним переменным издержкам.

72. Наиболее распространённые формы предпринимательства:

А) инновационное предпринимательство;

Б) индивидуальное предпринимательство;

В) коллективное предпринимательство;

Г) частное предпринимательство

73. Какие задачи должен решать малый бизнес?

А) создать рабочие места, смягчая проблему безработицы в стране;

Б) поддержание конкуренции во всех сферах экономики;

В) наполнить рынок товарами местного производства;

Г) все ответа верны.

74. Хозяйственная деятельность индивидов или групп людей с использованием новизны, риска и изобретательства с целью получения дохода – это…

А) предпринимательство;

Б) рынок;

В) монополия;

Г) бизнес.

75. Краткосрочный период – это…

А) в этот период фирмы свободно могут войти или выйти из отрасли.

Б) период, в течение которого хотя бы один фактор производства является фиксированным;

В) период, в течение которого все факторы производства являются переменными;

Г) период, когда никакие факторы производства не меняют своей величины;

76. Закон убывающей отдачи гласит:

А) предельный или добавочный продукт, полученный от единицы переменного фактора, имеет тенденцию повышения в краткосрочном периоде;

Б) предельный или добавочный продукт, полученный от единицы переменного фактора, имеет тенденцию понижения в краткосрочном периоде;

В) предельный или добавочный продукт, полученный от единицы переменного фактора, не изменяется в краткосрочном периоде;

Г) верного ответа нет.

77. Долгосрочный период – это:

А) период, когда никакие факторы производства не меняются;

Б) период, в течение которого хотя бы один фактор является фиксированным;

В) период, в течение которого все факторы являются переменными;

Г) в этот период фирмы не могут ни войти, ни выйти из отрасли.

78. Изокванта иллюстрирует:

А) кривую общего объёма продукта;

Б) производственную функцию;

В) различные объёмы продуктов, которые можно произвести при заданных количествах ресурсов;

Г) кривую среднего продукта.

79. Какие издержки являются основными в анализе деятельности фирм (предприятий)?

А) MC.

Б) АФС;

В) АВС;

Г) АТС;

80. Что представляет собой монопольная фирма?

А) обыкновенный рынок;

Б) когда на рынке отдельных товаров или услуг господствует один производитель и множество покупателей;

В) ситуация, когда один покупатель и множество продавцов;

Г) рынок совершенной конкуренции.

81. Причины возникновения монополий:

А) большая капиталоёмкость и экономия масштаба;

Б) единственность патентов и лицензий;

В) владение единственным или редким сырьевым и техническим ресурсом;

Г) все ответы являются правильными.

82. Издержки производства – это:

А) прибыль от производимых товаров и услуг;

Б) затраты на приобретение вводимых факторов производства;

В) производимые товары и услуги;

Г) экономические ресурсы.

83. Предельные издержки - это:

А) издержки, не связанные с производством продукции;

Б) издержки фирмы на единицу произведённой продукции;

В) увеличение в общих расходах, связанных с выпуском дополнительной единицы продукции;

Г) издержки, непосредственно связанные с производством продукции.

84. Формула общих издержек производства выглядит следующим образом:

А) TC = TFC + TVC;

Б) TC = TFC - TVC;

В) TC = TFC / TVC;

Г) ATC = TC / Q.

85. Издержки производства подразделяются на:

1) фиксированные; 2) переменные; 3) общие; 4) предельные.

А) 1,2,3,4.

Б) 1,2,3;

В) 2,3,4;

Г) 1,3,4;

86. Укажите формулу реальной заработной платы, где W – реальная заработная плата, W^1- номинальная заработная плата, P- уровень цен.

А) $W = W^1 - P$;

Б) $W = W^1 + P$;

В) $W = W^1 / P$;

Г) $W = W^1 \times P$

87.Конкурентный рыночный механизм – это способ:

А) согласования и синхронизации этих решений;

Б) согласование решений потребителей, производителей и владельцев факторов производства;

В) синхронизация этих решений;

Г) ни синхронизация, ни согласования этих решений.

88. При наличии множества недостатков у ценового механизма есть одно неоспоримое преимущество. Оно выражается:

А) в эффективном распределении ресурсов;

Б) в предоставлении личной свободы всем агентам рынка;

В) в уравнительном распределении дохода;
Г) в стабильном развитии экономики.
89. Проблема « как производить» в рыночной экономике решается:
А) через стремление производителей к получению прибыли, следовательно, к минимизации издержек производства;
Б) на основе динамики и объема потребительского спроса, которые определяются через цены на конечные продукты;
В) на основе широкого использования в экономике средств производства;
Г) на основе специализации, которая используется при применении разных технологических способов производства.
90. Решение проблемы «что производить» в рыночной экономике связано с :
А) развитие рынка совершенной конкуренции;
Б) определением уровня специализации экономики;
В) выбором между производством средств производства и производством предметов потребления;
Г) развитие рынка несовершенной конкуренции
91.Какие из этих социальных явлений связаны с общественным разделением труда:
А) ни одно из этих явлений не связано с данной тенденцией;
Б) появление денег, необходимых для обмена;
В) появление капитала;
Г) взаимосвязь людей в обращении.
92. Термин «несовершенный конкурент» в рыночной экономике относится к продавцу, который:
А) предлагает достаточный объем товаров, чтобы влиять на цены;
Б) действует вне системы специализации и цен;
В) пытается разрушить существующий стандарт потребительских предпочтений;
Г) сознательно или бессознательно использует неэффективные способы производства.
93. В рыночной экономике проблема «для кого производить» решается следующим образом:
А) производители устанавливают цены на производственные ресурсы (в соответствии с их полезностью), определяя таким образом денежный доход;
Б) на основе распределения доходов в соответствии с потребностями;
В) на основе конкуренции;
Г) производители диктуют цены на рынке.
94.Если справедливо, что большая часть потребляемых обществом товаров создана в прошлые годы, а производимые в настоящее время товары предназначены для будущего, то следует ли из этого. Что общество в широких масштабах использует:
А) капитал;
Б) рекламу;
В) деньги;
Г) разделении труда.

95.Земля, капитал, труд – базовая классификация факторов производства. Можно ли отнести к капиталу:
А) ни деньги, ни акции не относятся к капиталу;
Б) деньги акции, облигации;
В) только акции и облигации;
Г) ни облигации не относится к капиталу.
96. Какими проблемами в рыночной экономике должно заниматься государство?
А) Определять круг товаров и услуг, в которых нужаается общество. Независимо от вкусов и предпочтений какой-то группы или всего населения;
Б) распределением денежных доходов населения;
В) оказывать помощь конкретному потребителю с ограниченными доходами;
Г) определять, что и сколько нужно произвести из наличных ресурсов.
97. Роль государства в решении проблемы «для кого производить» значительна, если она:
А) стимулирует рост эффективности экономики;
Б) способствует усилению равенства в обществе;
В) содействует экономической стабилизации;
Г) росту доходов в обществе.
98. Какая из названных характеристик не относится к рыночной экономике?
А) централизованное планирование;
Б) конкуренция;
В) частная собственность;
Г) свобода предпринимательского выбора,
99. Чьим интересам соответствует максимизация прибыли;
А) частным фирмам;
Б) земельным собственникам;
В) рабочим;
Г) потребителям;
100. В смешанной экономике роль государства:
А) ограничена;
Б) никак не проявляется;
В) значительна;
Г) проявляется в определенные секторах хозяйства.
101.Какие два типа рынка включены в модель кругооборота?
А) рынок продуктов и услуг и рынок ресурсов;
Б) реальный и денежный;
В) денежный рынок и рынок ресурсов;
Г) рынок продуктов и услуг.
102. Какая из этих характеристик противоречит понятию «конкурентный рынок»?
А) наличие немногих покупателей, предъявляющих спрос на все товары;
Б) диффузия экономической власти;

В) большое число продавцов;
Г) относительно легкое вхождение производителей в данный рынок.
103. Закон спроса предполагает, что:
А) когда цена товара падает, объем планируемых покупок растет;
Б) превышение предложения над спросом вызовет снижение цены;
В) если доходы у потребителей растут. Они обычно покупают больше товаров;
Г) кривая спроса обычно имеет положительный наклон.
104. Какой термин отражает способность и желание людей платить зза что либо?
А) спрос;
Б) потребность;
В) желание;
Г) нужда.
105. Рыночный спрос не испытывает влияния:
А) доходов потребителей;
Б) цен на ресурсы;
В) цены на рабочую силу;
Г) численности покупателей.
106. Если спрос падает, кривая спроса сдвигается:
А) вниз и влево;
Б) по часовой стрелки;
В) вверх и вправо;
Г) не сдвигается.
107. Изменение какого фактора не вызывает сдвига кривой спроса?
А) цены товара;
Б) вкусов и предпочтений потребителей;
В) численности или возраста потребителей;
Г) поло – возрастной состав потребителей.
108. Готовность покупать дополнительные единицы производимого товара только по более низкой цене лучше всего объясняет:
А) принцип убывающей предельной полезности;
Б) эффект дохода;
В) закон предложения;
Г) закон спроса.
109. Если предложение и спрос на товар возрастает, то:
А) увеличится общее количество товара;
Б) цена повысится;
В) цена падает;
Г). Цена остается стабильной.
110.Если цена товара ниже точки пересечения кривой спроса и кривой предложения, то возникает:
А) дефициты;
Б) избыток;
В) растет безработица;

Г) растут цены.
111. Деятельность спекулянтов:
А) усиливает тенденцию к нестабильности цен;
Б) увеличивает риск для законного предпринимательства;
В) всегда приносит прибыль;
Г) вызывает экономические бумы и рецессии.
112. Закон предложения, если цены растут, а прочие условия неизменны проявляется:
А) в росте объема предложения;
Б) в росте предложения;
В) в падении объема предложения;
Г) стабилизует предложение.
113. Спрос и предложение могут быть использованы для объяснения координирующей роли цены:
А на любом рынке;
Б) на рынке рабочей силы;
В) на валютном рынке;
Г) на рынке ресурсов,
114. Вполне вероятно, что причиной падения цены на продукт является:
А) Падение цен на производственные ресурсы;
Б) рост потребительских расходов;
В) рост налогов на частное предпринимательство;
Г) снижение доходов потребителей.
115. Если два товара взаимозаменяемы. То рост цены на первый, вызовет:
А) рост спроса на второй товар;
Б) падение спроса на второй товар;
В) снижение цены на второй товар;
Г) увеличение спроса на второй товар.

116.Ценовая эластичность спроса будет выше:
А) чем менее необходим товар потребителю;
Б) на товары первой необходимости, чем на предметы роскоши;
В) в тех случаях. когда потребители используют товар с наибольшей пользой для себя;
Г) чем больше альтернативные издержки производства товаров.
117. Сокращение предложения товара ведет увеличению:
А) спроса на взаимозаменяемые товары;
Б) спроса на этот товар;
В) спроса на взаимо дополняемый товар;
Г) общий выручки продавца, если спрос на товар является эластичным по цене.
118. По мере того, как цена товара снижается, а величина спроса растет при линейной функции спроса:
А) Общая выручка увеличиваются до точки, в которой эластичность равна , после чего выручка уменьшается;

Б) эластичность спроса по доходу сокращается;
В) происходит нарушение закона спроса;
Г) коэффициент эластичности не изменяется.
119. Если однопроцентное сокращение цены на товар приводит к двух процентному увеличению объема спроса на него, то этот спрос:
А) эластичный;
Б) неэластичный;
В) абсолютно неэластичный;
Г) абсолютно эластичный.
120.Если цена товара выросла с 1,5 долл. до 2 долл., а объем спроса сократился с 1000 до 900 единиц, то коэффициент ценовой эластичности равен:
А) 0,37;
Б) 3,00;
В) 2, 71;
Г) 1,5.
121. Какое из следующих утверждений не относится к характеристике эластичного спроса на товар?
А) коэффициент ценовой эластичности меньше единицы;
Б) общая выручка продавца сокращается, если цена растет;
В) покупатели относительно чутко реагируют на изменение цены;
Г) общая выручка продавца растет, если цена уменьшается.
122.Какой из следующих утверждений не относится к характеристике неэластичного спроса на товар?
А) имеется большое число товаров- заменителей;
Б) данный товар является для потребителей товаром первой необходимости;
В) период времени. В течение которого предъявляется спрос, является очень коротким;
Г) относительно полное изменение объема спроса меньше, чем относительное изменение цены.
123.Если уменьшение цены на 5% приводит к снижению объема предложения на 8%, то данное предложение:
А) эластично;
Б) неэластично;
В) единичной эластичности;
Г) абсолютно эластично.
124. Изокванта иллюстрирует:
А) производственную функцию;
Б) кривую общего объема продукта;
В) Кривую среднего продукта;
Г) кривую предельного продукта.
125.Постоянные издержки фирмы – это:
А) издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукция не производится;
Б) затраты на ресурсы по ценам, действовавши в момент их приобретения;

В) минимальные издержки производства;
Г) неявные издержки.
126. Какие из следующих видов издержек не принимаются во внимание при выработке решений об оптимальном объеме производства фирмы?
А) средние постоянные издержки;
Б) средние переменные издержки;
В) предельные издержки;
Г) неявные издержки.
127. Какое из следующих утверждений является правильным?
А) Бухгалтерская прибыль – неявные издержки=экономическая прибыль;
Б) Экономическая прибыль – неявные издержки= бухгалтерская прибыль;
В) Явные издержки + неявные издержки= бухгалтерские издержки.
Г) Экономическая прибыль – бухгалтерская прибыль= явные издержки.
128. В долгосрочном периоде:
А) все издержки являются переменными;
Б) все издержки являются постоянными;
В) все издержки выступают как неявные;
Г) постоянные издержки растут быстрее, чем переменные.
129. В краткосрочном периоде фирма производит 500 единиц продукции. Средние переменные издержки составляет 2 долл., средние постоянные издержки – 0,5 долл. Общие издержки составляют:
А) 1250 долл.,
Б)2,5 долл.
В) 750 долл.
Г) 1100 долл
130. Какое из следующих утверждений означает. Что условия совершенной конкуренции не выполняются:
А) Кривая спроса на продукт фирмы имеет отрицательный наклон;
Б) фирма находится в равновесии. Когда её предельный доход равен предельным издержкам;
В) кривая предельных издержек пересекает кривую средних издержек в точке, соответствующий минимальному значению АТС,
Г) кривая спроса на продукт фирмы – горизонтальная линия.
131. В краткосрочном периоде конкурентная фирма, максимизирующая прибыль или минимизирующая убытки, не будет продолжать производство, если:
А) цена продукта ниже минимума средних переменных издержек;
Б) цена продукта ниже минимальных средних издержек;
В) цена продукта ниже предельных издержек;
Г) общий доход не покрывает общих издержек фирмы.
132. Какой из следующих рынков больше всего соответствует условиям совершенной конкуренции?
А) акций и облигаций фирм;
Б) стали;
В) услуг парикмахерских;

Г) автомобилей
133. Рост экономической прибыли на конкурентном рынке не способствует:
А) повышению рыночной цены продукта;
Б) повышению цен на используемые ресурсы;
В) притоку в отраслях новых фирм;
Г) возникновению сил. Которые постепенно сведут эту прибыль к нулю.
134.Экономическая прибыль:
А) не может иметь место на конкурентном рынке в долгосрочном периоде;
Б) эквивалентна нормальной бухгалтерской прибыли;
В) имеет место всякий раз, когда общие издержки превышают общий доход фирмы;
Г) существует всегда, когда предельный доход превышают предельные издержки.
135. В отрасли функционируют 1000 фирм. У каждой фирмы предельные затраты при производстве 5 единиц продукта в месяц составляют 2 долл., 6 единиц – 3 долл., 7 единиц – 5 долл. Если рыночная цена единицы продукта равна 3 долл.. то отраслевой выпуск в месяц составит:
А) 6000 единиц;
Б) не более 5000 единиц;
В) 5000 единиц;
Г) 7000 единиц.
136.Если рыночная цена в предыдущем поднимается до 6, то отраслевой выпуск в месяц составит:
А) не менее 7000 единиц;
Б) 5000 единиц;
В) 6000 единиц;
Г) не более 5000 единиц.
137.Какое из следующих определений наиболее точно соответствует понятию «нормальная прибыль»?
А) минимальная прибыль, необходимая для того, чтобы фирма оставалась в пределах данного направления деятельности;
Б) прибыль, получаемая типичной фирмой в отрасли;
В) прибыль, которую фирма получила бы при нормальном ведении дел;
Г) прибыль, обеспечивающая предпринимателю комфортный уровень жизни.
138. В отличие от конкурентной фирмы монополист:
А) при данной кривой рыночного спроса может выбрать комбинацию цены и объема выпуска; которая дает максимум прибыли;
Б) может назначить любую цену на свой продукт;
В) максимизирует прибыль при равенстве предельного дохода и предельных издержек;
Г) сталкивается с совершенно эластичной кривой спроса.
139. Примером естественной монополии является:
А) городской метрополитен
Б) компания IBM

В) частный банк
Г) издательство газеты
140. Ценовая дискриминация – это:
А) продажа по разным ценам одной и той же продукции различным покупателям
Б) различия в оплате труда по национальному признаку или по полу
В) установление высоких цен для потребителей
Г) повышение цены на товар более высокого качества
141. В отличие от конкурентной фирмы простая монополия стремится:
А) производить продукцию меньше, а цену устанавливать выше
Б) максимизировать прибыль
В) выбирать более высокий объем производства
Г) устанавливать высокие цены
142. Большинство рынков в экономике Узбекистана представляют собой:
А) совокупность конкурентных и монополистических элементов
Б) совершенную конкуренцию
В) нерегулируемые монополии
Г) естественные монополии
143. Весь потребительский излишек присваивает фирма, которая:
А) осуществляет совершенную ценовую ценовую дискриминацию
Б) монополизирует рынок
В) сегментирует рынок
Г) максимизирует валовую прибыль
144. Монополист, максимизирующий прибыль, будет снижать цену на свой продукт, если:
А) предельный доход выше предельных издержек
Б) средние издержки падают
В) затраты на рекламу растут
Г) предельный доход равен переменным издержкам
145. Чтобы получить максимум прибыли, монополист должен выбрать такой объем выпуска. При котором:
А) предельный доход равен предельным издержкам
Б) предельный доход равен общим издержкам
В) средние издержки равны цене продукта
Г) предельные издержки равны цене продукта
146. У монополиста предельные издержки обычно меньше цены продукта потому что:
А) цена больше предельного дохода
Б) цена меньше предельного дохода
В) предельные издержки меньше средних издержек
Г) предельные издержки больше средних издержек
147. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:
А) на рынке оперируют множество покупателей и продавцов
Б) выпускаются дифференцированные товары

В) выпускаются однородные товары
Г) поведение фирм зависит от поведения покупателей
148. Предельный доход не ниже рыночной цены Y:
А) совершенных конкурентов
Б) монополистических конкурентов
В) монополистов
Г) участников картелей
149. Первым экономистом, кто попытался создать теорию олигополии, был:
А) Джоан Робинсон
Б) Эдвард Чемберлин
В) Джон Гэлбрейт
Г) Карл Маркс
150. Какой из перечисленных продуктов никогда не производится в рамках картельного соглашения производителей?
А) Пшеница
Б) нефть
В) кофе
Г) сахар
151. Наиболее вероятно, что участник картеля мог бы увеличить свою прибыль:
А) продавая свои товары по более низкой цене, чем у других участников картеля
Б) устанавливая более высокую цену, чем у других участников картеля
В) проводя активную неценовую конкуренцию
Г) ограничивая выпуск своей продукции ниже установленной квоты.
152. Сторонники точки зрения, состоящей в том, что монополистическая конкуренция достаточно эффективна и выгодна потребителям, утверждают, что:
А) дифференциация продукта благоприятствует лучшей реализации разнообразных вкусов потребителей
Б) в условиях монополистической конкуренции фирмы производят эффективный, с точки зрения рынка, объем продукции
В) совершенная конкуренция ведет к ожесточенной ценовой войне между фирмами
Г) в условиях монополистической конкуренции достигается эффективное использование ресурсов
153. Олигополия – это рыночная структура, где оперирует:
А) небольшое количество конкурирующих фирм
Б) только одна крупная фирма
В) только один крупный покупатель
Г) большое количество конкурирующих фирм
154. «Ломаная» кривая спроса для олигополиста обязательно предполагает:
А) разрыв в кривой предельного дохода
Б) разрыв в кривой предельных издержек
В) цена товара не должна быть выше предельного дохода

Г) поведение фирмы не оптимально

155. долгосрочное равновесие на рынке монополистической конкуренции ведет к :

А) исчезновению экономической прибыли

Б) превышению цен под средними издержками

В) превышению предельных издержек над рыночными ценами

Г) предельные издержки должны быть равны рыночным ценам

156. Монополистическая конкуренция возникает на рынках тех товаров, где эластичность спроса:

А) как правило, высока

Б) как правило, низка

В) равна 1

Г) может быть какой угодно

157. «Первооткрывателем» монополистической конкуренции является:

А) Э.Чемберлин

Б) П.Самуэльсон

В) Ф.Энгельс

Г) А.Курно

158. Монополистическая конкуренция характеризуется тем, что:

А) фирмы, действующие на рынке, выпускают дифференцированную продукцию

Б) фирмы не могут свободно входить в рынок и выходить из него

В) на рынке действует небольшое число фирм

Г)фирмы на рынке не обладают полной информацией о рынке

159. Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка называется:

А) олигополией

Б) монополией

В) совершенной конкуренцией

Г) монополистической конкуренцией

160. Если фирмы действующие на рынке, неполучают экономической прибыли в долгосрочный период, то такая рыночная структура называется:

А) олигополией

Б) монопсонией

В) дуополией

Г) монополией

161. Свобода входа и выхода с рынка характерна только для:

А) совершенной конкуренции

Б) монополии

В) олигополии

Г) монополистической конкуренции

162. Предельный продукт фактора производства в денежном выражении:

А) равен изменению общего размера выручки при использовании дополнительной единицы фактора производства

Б) представляет собой продажную цену последней единицы продукта

В) невозможно определить в условиях совершенной конкуренции
Г) невозможно определить в условиях несовершенной конкуренции
163. Конкурентная фирма, стремясь максимизировать прибыль, должна нанимать дополнительных работников в том случае, если:
А) предельный продукт труда в денежном выражении превышает ставку заработной платы
Б) общая выручка меньше общих издержек
В) величина предельного продукта в денежном выражении снижается
Г) величина предельного продукта в денежном выражении растет
164.Когда конкурентная фирма достигает уровня производства, при котором денежное выражение предельного продукта каждого ресурса равно цене этого ресурса, то она:
А) получает максимальную прибыль при минимальных издержках производства
Б) производит продукт при минимальных издержках, но не обязательно получает максимальную прибыль
В) получает максимальную прибыль при минимальных издержках производства
Г) не обязательно получает максимальную прибыль, либо достигает минимального уровня издержек
165. Если конкурентная фирма максимизирует прибыль, продавая продукцию по цене 2 долл. за единицу и покупает ресурс по цене 10 долл.. то денежное выражение предельного продукта данного ресурса равно:
А) 20 долл.
Б) 10 долл.
В) 5 долл.
Г) 2 долл.
166.Изменения в уровне реальной заработной платы можно определить, сопоставляя изменения в уровне номинальной зарплаты с изменениями в :
А) уровне цен на товары и услуги
Б) норме прибыли
В) ставках налогообложения
Г) продолжительности рабочего времени
167. При увеличении ставок заработной платы:
А) произойдет сокращение занятости, если спрос на труд эластичен
Б) произойдет сокращение занятости. Если спрос на труд абсолютно неэластичен
В) произойдет увеличение занятости. Если спрос на труд эластичен
Г) произойдет сокращение занятости. Если спрос на труд неэластичен
168. Для фирмы, максимизирующей прибыль, ставка заработной платы рабочих не будет равняться денежному выражению предельного продукта труда, если:
А) фирма является монопсонистом на рынке труда
Б) рабочие организованы в профсоюз
В) рабочие не организованы в профсоюз

Г) используется дешевый труд иммигрантов

169. Что из перечисленного ниже не оказывает влияния на спрос на труд?

А) изменения в номинальной заработной плате, вызванной инфляционными явлениями

Б) спрос на конечные продукты

В) технология производства

Г) отношение предельного продукта к предельным продуктам других ресурсов

170. Предельные издержки на оплату труда:

А) представляют собой увеличение общих издержек на труд при найме дополнительного рабочего

Б) абсолютно эластичны для монополиста

В) абсолютно неэластичны для монополиста

Г) представляют собой увеличение переменных издержек при увеличении объема выпускаемой продукции на единицу.

171. В соответствии с теорией предельной производительности кривая спроса на труд на конкурентном рынке:

А) совпадает с кривой предельного продукта в денежном выражении

Б) совпадает с кривой предельных издержек на оплату труда

В) совпадает с кривой предельного продукта труда

Г) не зависит от стоимости производимого продукта

172. При прочих равных условиях, спрос на труд будет менее эластичным. Если спрос на продукт данного вида труда:

А) является неэластичным

Б) является эластичным

В) характеризуется единичной эластичностью

Г) является абсолютно эластичным

173. Предположим, что два рабочих получают вместе заработную плату 46 долл. в день. Когда конкурентная фирма нанимает третьего рабочего, то их общая заработная плата увеличивается до 48 долл. в день. Можно утверждать, что :

А) денежное выражение предельного продукта труда третьего рабочего Равно 14

Б) фирма не должна нанимать третьего рабочего

В) предельный продукт каждого из первых двух рабочих равен 23

Г) предельный продукт каждого из первых двух рабочих равен 25

174. По сравнению с конкурентной фирмой монопсонист будет платить:

А) меньшую ставку заработной платы и нанимать меньше рабочих

Б) большую ставку платы и нанимать меньше рабочих

В) меньшую ставку заработной платы, но нанимать больше рабочих

Г) меньше ставку заработной платы, нанимая то же количество рабочих

175. Труд и капитал являются ресурсами – субститутами. Цена капитала растет. Если эффект объема превышает эффект замещения, то:

А) количество, как капитала, так и труда будет уменьшаться

Б) количество. Как капитала. Так и труда будет увеличиваться

В) количество капитала будет уменьшаться, а количество труда увеличиваться
Г) количество капитала остается прежним. А количество труда будет увеличиваться
176. Кривая предложения труда для фирмы:
А) выражает абсолютно эластичное предложение
Б) выражает абсолютно неэластичное предложение
Г) имеет отрицательный наклон
177. Ставка процента по облигациям будет тем ниже, чем:
А) короче срок, на который они выпущены
Б) больше возможный риск
В) ниже ликвидность
Г) больше ожидаемая инфляция
178. Какое из следующих понятий представляет собой производительный экономический ресурс:
А) Средства производства
Б) денежный капитал
В) процент
Г) прибыль
179. Земельная рента будет расти при прочих равных условиях, если:
А) растет спрос на землю
Б) снижается цена земли
В) сокращается спрос на землю
Г) предложение земли растет
180. Предложение земли:
А) абсолютно неэластично
Б) абсолютно эластично
В) эластично
Г) неэластично
181. Если номинальная процентная ставка составляет 10%, а темп инфляции определен в 4% в год, то реальная процентная ставка составит:
А) 2,5 %
Б) 14 %
В) 4%
Г) 6%
182.Фирма предполагает взять банковскую ссуду на строительство нового предприятия. Годовая ставка процента составляет 18%. Ожидаемая норма прибыли определена в 20%. При этих условиях фирма:
А) будет строить новое предприятие
Б) не будет строить новое предприятие
В) несмотря на убыток, решит строить предприятия
Г) такая ситуация не может иметь места
183. Субъект, который держит деньги на банковском счете при 8 процентной годовой ставке решил подписаться на журнал. Годовая подписка стоит 12

долл., а двухгодичная – 22 долл. В какую сумму обошлась ему подписка на второй год?
А) 10,8 долл.
Б) 10 долл.
В) 9,6 долл.
Г) 11 долл.
184. Положительное решение о строительстве моста, который будет служить 200 лет и приносить ежегодно прибыль в размере 10%, будет принято при условии. Что процентная ставка составляет:
А) 10% и менее
Б) 10% и более
В) не более 2%
Г) не более 20%
185. Субъект направляет свои деньги на приобретение государственных ценных бумаг лишь в том случае, если он ожидает, что:
А) процентные ставки сначала вырастут, а затем снизятся
Б) процентные ставки не изменяться
В) процентные ставки вскоре значительно вырастут
Г) не будет наблюдаться роста цен
186. Рост процентной ставки приведет к :
А) росту объема предложения заемных средств
Б) росту объема спроса на заемные средства
В) росту спроса на заемные средства
Г) росту предложения заемных средств
187. При данном спросе на инвестиции их величина:
А) будет сокращаться, если будет расти процентная ставка
Б) не зависит от процентной ставки
В) может либо расти, либо сокращаться при росте процентной ставки
Г) будет расти. Если будет увеличиваться процентная ставка
188. Равновесная процентная ставка выравнивает:
А) объем спроса и предложения заемных средств
Б) потребление и сбережение
В) номинальную процентную ставку
Г) реальную процентную ставку
189. При прочих равных условиях увеличение производительности средств производства приведет к:
А) росту спроса на заемные средства и росту равновесной ставки процента
Б) росту спроса на заемные средства
В) сокращению равновесной ставки процента
Г) не повлияет на указанные процессы
190. При принятии решений об инвестициях фирмы принимают во внимание:
А) реальную процентную ставку
Б) номинальную процентную ставку
В) номинальную процентную ставку за вычетом реальной ставки процента

Г) реальную ставку процента за вычетом номинальной

191. Под издержками производства понимают:

А) затраты материальных ресурсов и денежных средств, которые несет общество на производство продукции

Б) денежные расходы,которые несет фирма при закупке сырья, материалов, топлива

В) денежные расходы, которые несет фирма по покупке рабочей силы

Г) издержки на собственный ресурс

192. Внутренние издержки представляют собой:

А) затраты материальных ресурсов и денежных средств, которые несет производитель при производстве продукции

Б) издержки на собственный ресурс

В) издержки на самостоятельно используемый ресурс

Г) денежные расходы на покупку рабочей силы

193. Чтобы удержать предпринимателя в рамках данного предприятия, необходимо:

А) обеспечить ему «нормальную прибыль»

Б) снизить налоги

В) за счет увеличения стоимости товара

Г) обеспечить возмещение ему издержек производства

194. Расходы на рекламу продукции по телевидению возмещаются:

А) из прибыли торгового предприятия

Б) из прибыли производителя

В) за счет увеличения стоимости товара

Г) за счет роста цены

195.Какой из предложенных вопросов решается только на микроэкономическом уровне:

А) что и сколько производить

Б) каким образом можно достичь уровня полной занятости

В) как избавиться от инфляции

Г) как стимулировать экономический рост

196. Что означает категория «редкость ресурсов»:

А) ограниченность

Б) высокое качество

В) неповторимость

Г) трудоемкость

197. Каковы источники экстенсивного пути развития:

А) увеличение количества факторов производства

Б) новые изобретения и технологии

В) повышение квалификации работников

Г) современная техника

198. Каковы источники интенсивного пути развития:

А) новые технологии

Б) новые месторождения

В) освоение новых земель

Г) рост численности рабочей силы

199. Полное использование всех ресурсов на кривой производственных возможностей показывает любая точка6

А) на кривой производственных возможностей

Б) вне кривой производственных возможностей

В) внутри кривой производственных возможностей

Г) на пересечении кривой производственных возможностей

200. Какое из положений не имеет отношения к определению предмета микроэкономики:

А) природные ресурсы

Б) эффективность рыночной экономики

В) типы рыночных структур

Г) проблемы редкости и выбора ресурсов.

Ответы

№	Вариант	№	Вариант	№	Вариант	№	Вариант
1	А	51	А	101	А	151	А
2	А	52	А	102	А	152	А
3	А	53	А	103	А	153	А
4	А	54	А	104	А	154	А
5	А	55	А	105	А	155	А
6	А	56	А	106	А	156	А
7	А	57	А	107	А	157	А
8	А	58	А	108	А	158	А
9	А	59	А	109	А	159	А
10	А	60	А	110	А	160	А
11	А	61	А	111	А	161	А
12	А	62	А	112	А	162	А
13	А	63	А	113	А	163	А
14	А	64	А	114	А	164	А
15	А	65	А	115	А	165	А
16	А	66	А	116	А	166	А
17	А	67	А	117	А	167	А
18	А	68	А	118	А	168	А
19	А	69	А	119	А	169	А
20	А	70	А	120	А	170	А
21	А	71	А	121	А	171	А
22	А	72	А	122	А	172	А
23	А	73	А	123	А	173	А

24	A	74	A	124	A	174	A
25	A	75	A	125	A	175	A
26	A	76	A	126	A	176	A
27	A	77	A	127	A	177	A
28	A	78	A	128	A	178	A
29	A	79	A	129	A	179	A
30	A	80	A	130	A	180	A
31	A	81	A	131	A	181	A
32	A	82	A	132	A	182	A
33	A	83	A	133	A	183	A
34	A	84	A	134	A	184	A
35	A	85	A	135	A	185	A
36	A	86	A	136	A	186	A
37	A	87	A	137	A	187	A
38	A	88	A	138	A	188	A
39	A	89	A	139	A	189	A
40	A	90	A	140	A	190	A
41	A	91	A	141	A	191	A
42	A	92	A	142	A	192	A
43	A	93	A	143	A	193	A
44	A	94	A	144	A	194	A
45	A	95	A	145	A	195	A
46	A	96	A	146	A	196	A
47	A	97	A	147	A	197	A
48	A	98	A	148	A	198	A
49	A	99	A	149	A	199	A
50	A	100	A	150	A	200	A

VI. Вопросы контрольной работы

Варианты вопросов промежуточного контроля

Билет №1
1.Понятие спроса и закон падающего спроса.
2.Государственное регулирование экономики.

Билет №2
1.Эффект дохода при выборе потребителя.
2.Равновесие на рынке труда.

Билет №3
1.Предложение и закон изменения предложения.
2.Условия максимизации прибыли фирмы.

Билет №4

1.Рыночное равновесие, максимальные и минимальные цены.
2.Экономические потери и прибыль в условиях неопределённости.

Билет №5
1.Конкуренция и монополия в системе рыночного механизма.
2.Факторы, влияющие на рыночное равновесие.

Билет №6
1.Естественные и искусственные монополии.
2.Понятие эластичности. Точечная и дуговая эластичности спроса.

Билет №7
1.Методы государственного регулирования деятельностью предприятий.
2.Кривые безразличия и их свойства.

Билет №8
1.Перекрёстная эластичность и её формы. Эластичность предложения.
2.Особенности ценообразования на рынке капитальных услуг.

Билет №9
1.Равновесие фирмы в долгосрочном периоде.
2.Полезность – как основа выбора потребителя.

Билет №10
1.Труд и заработная плата на предприятии.
2.Кривые безразличия и иные кривые.

Билет №11
1.Эффект замещения.
2.Издержки производства в краткосрочном периоде.

Билет №12
1.Понятие рынка, условия возникновения и функции рынка.
2.Кругооборот капитала. Основной и оборотный капитал.

Билет №13
1.Организационно-экономические основы предпринимательства.
2.Особенности формирования цены на рынке труда.

Билет №14
1.Особенности деятельности фирм в условиях Узбекистана.
2.Производство в краткосрочном периоде.

Билет №15
1.Условия максимизации прибыли фирмы.
2.Понятие рынка капитала и прибыли.

Билет №16
1.Производство в долгосрочном периоде.
2.Совершенная конкуренция и общественная эффективность.

Билет №17
1.Издержки производства в долгосрочном периоде.
2.Капитал и капитальные вложения.

Билет №18
1.Спрос на продукцию фирмы и её предложение в краткосрочном периоде.
2.Равновесие фирмы в долгосрочном периоде.

Билет №19
1.Особенности ценообразования на рынке земли.
2.Эффект замещения.

Билет №20
1.Особенности формирования цены на рынке труда.
2.Рыночное равновесие, максимальные и минимальные цены.

Билет №21
1.Кругооборот капитала. Основной и оборотный капитал.
2.Парадокс Гиффена.

Билет №22
1.Кривая «цена-потребление»
2.Условия максимизации прибыли фирмы.

Билет №23
1.Функция спроса и закон падающего спроса О.Курно.
2.Точечная и дуговая эластичности спроса.

Билет №24
1.Факторы, влияющие на объём предложения товаров и его график.
2.Полезность – как основа выбора потребителя.

Варианты итогового контроля

ВАРИАНТ № 1
1. Структура и методы микроэкономики.
2. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде.
3. Теория производства, производственная функция.

ВАРИАНТ № 2
1. Экономические ресурсы, их структура и ограниченность.
2. Максимизация прибыли в краткосрочном периоде.
3. Издержки производства: сущность, виды.

ВАРИАНТ № 3
1. Спрос и закон спроса.
2. Закон убывающей отдачи.
3. Монополия и олигополия.

ВАРИАНТ № 4
1. Предложение и закон предложения.
2. Особенности формирования цен в условиях монополистической конкуренции.

3. Эластичность спроса.

ВАРИАНТ № 5
1. Рыночное равновесие: сущность, типы.
2. Модели конкуренции.
3. Издержки производства.

ВАРИАНТ № 6
1. Эластичность спроса и предложения.
2. Цены: сущность и функции.
3. Издержки производства в долгосрочном периоде.

ВАРИАНТ № 7
1. Теория потребительского выбора.
2. Рынок капитала: сущность, формы.
3. Совершенная конкуренция и её характеристика.

ВАРИАНТ № 8
1. Эффект дохода и эффект замещения.
2. Рынок рабочей силы и его характеристика.
3. Микроэкономика – часть современной экономической теории.

ВАРИАНТ № 9
1. Цены: сущность, функции.
2. Рынок капитала: сущность, формы.
3. Модели конкуренции.

ВАРИАНТ № 10
1. Кривая производственных возможностей.
2. Рынок и риск.
3. Издержки производства: сущность, виды.

ВАРИАНТ № 11
1. Рынок капитала: сущность, формы.
2. Спрос и закон спроса.
3. Бизнес и предпринимательство.

ВАРИАНТ № 12
1. Организационно-правовые формы предпринимательства.
2. Предложения и закон предложения.
3. Структура и методы микроэкономики.

ВАРИАНТ № 13
1. Эластичность спроса и предложения.
2. Цены: сущность и функции.
3. Издержки производства в долгосрочном периоде.

ВАРИАНТ № 14
1. Теория потребительского выбора.
2. Рынок капитала: сущность, формы.
3. Совершенная конкуренция и её характеристика.

ВАРИАНТ № 15
1. Эффект дохода и эффект замещения.
2. Рынок рабочей силы и его характеристика.
3. Микроэкономика – часть современной экономической теории.

VII. Основные вопросы

1. Дайте характеристику понятиям потребности, спроса, платежеспособной потребности и платежеспособного спроса?
2. Какие виды спроса вы знаете?
3. Опишите расположение кривой спроса?
4. Сформулируйте закон О.Курно относительно спроса и предложения?
5. Какие факторы влияют на объём и структуру совокупного спроса и совокупного предложения?
6. Покажите графически изменение объёма спроса и предложения?
7. Покажите графически изменение характера спроса и предложения?
8. Что такое товарное предложение?
9. Что означает движение кривой совокупного спроса вправо?
10. Что означает движение кривой совокупного предложения влево?
11. Дайте общее понятие рыночного равновесия?
12. Когда возникает ситуация рыночного равновесия?
13. Какие факторы, влияют на создание ситуации рыночного равновесия?
14. Нарисуйте график рыночного равновесия?
15. Обоснуйте понятия рыночной равновесной цены и равновесного количества товара?
16. Что означает смещение равновесной точки вверх или вниз?
17. Охарактеризуйте с помощью графика мгновенное рыночное равновесие?
18. Охарактеризуйте с помощью графика краткосрочное рыночное равновесие?
19. Охарактеризуйте с помощью графика длительное рыночное равновесие?
20. Как изменится рыночное равновесие при условии увеличения жизненного уровня населения?
21. Как вы понимаете эластичность относительно тех или иных товаров?
22. От чего зависит эластичность?
23. Что показывает коэффициент эластичности спроса по цене?
24. Приведите формулу расчёта коэффициента эластичности спроса по цене?
25. Дайте понятие и график дуговой эластичности?
26. Дайте понятие и график точечной эластичности?
27. Методы расчёта точечной и дуговой эластичности?
28. Понятие и формы перекрёстной эластичности?
29. Метод расчёта перекрёстной эластичности?
30. Метод расчёта эластичности спроса по доходу?
31. Метод расчёта эластичности предложения по цене?
32. Понятие бюджетной линии и её график?
33. Что означает движение кривой бюджетных ограничений параллельно вправо или влево?
34. В каких случаях бюджетная линия поменяет угол наклона относительно оси координат?
35. Что означает понятие предельная полезность потребителя?
36. Что означают предельные издержки?
37. Представьте графически ситуацию предельного выигрыша потребителя?
38. Опишите графически кривую безразличия?
39. Какими свойствами обладает кривая безразличия?
40. Что называется кривой «цена-потребление»?

41. Какие факторы влияют на выбор потребителя в условиях рынка?
42. Что такое эффект дохода?
43. Графическое описание эффекта дохода?
44. Что влияет на рост показателя эффект дохода?
45. Понятие эффекта замещения?
46. В каких экономических ситуациях проявляется эффект замещения?
47. Графическое описание эффекта замещения?
48. Какие товары являются товарами-субститутами?
49. Какие товары считаются комплементарными благами?
50. В чём состоит эффект Гиффена?
51. Какой из эффектов проявляется больше, почему?
52. В чём состоят объективные условия возникновения рынка?
53. Как вы понимаете термин «рынок»?
54. Изобразите схематично современную экономическую систему?
55. Охарактеризуйте функции рынка?
56. Какие из функций рынка вы бы назвали наиважнейшими?
57. Охарактеризуйте понятия «неопределённость» и «риск»?
58. К какой категории приверженцев риска вы себя относите?
59. Изобразите графически экономическую ситуацию убыточности фирм?
60. Что такое операционная прибыль?
61. В каких ситуациях целесообразно прекратить дальнейшую деятельность фирмы, с чем это связано?
62. Чем отличаются термины «предпринимательство» и «бизнес»?
63. Дайте основные черты предпринимательской деятельности?
64. Назовите формы предпринимательства?
65. Дайте характеристику организационным формам бизнеса?
66. Какие барьеры препятствуют широкомасштабному развитию предпринимательства в Узбекистане?
67. Какие задачи возложены на класс предпринимательства и бизнеса?
68. Какие независимые структуры призваны содействовать деятельности предпринимателей?
69. Какие законы и постановления правительства регулируют и упорядочивают предпринимательскую деятельность в Узбекистане?
70. Дайте понятие краткосрочного и долгосрочного периодов производства?
71. Что гласит закон убывающей отдачи?
72. Охарактеризуйте средний и предельный продукты труда?
73. Метод расчёта среднего продукта предприятия?
74. Понятие переменных и постоянных факторов производства?
75. Приведите формулу минимизации издержек производства?
76. Графическое расположение изоквант?
77. Графическое описание изокост?
78. Понятие издержек производства?
79. Явные и скрытые издержки производства?
80. Понятие прибыли и формула её расчёта?
81. Общее понятие и графическое изображение переменных и фиксированных издержек производства?
82. Формулы расчёты средних фиксированных и средних переменных издержек?
83. Понятие средних издержек, формула расчёта?
84. График средних издержек?
85. Графически проанализируйте взаимосвязь издержек в краткосрочном и долгосрочном периодах?
86. Положительное и отрицательное значение эффекта масштаба?
87. Как объясняется эффект убывающей производительности?

88. Что подразумевается под рыночной и нерыночной (индивидуальной) ценой продукта?
89. Дайте понятие среднему и предельному доходу фирмы?
90. Как посчитать совокупный доход фирмы?
91. Изобразите графики среднего, предельного и совокупного доходов?
92. Дайте понятие предельных издержек фирмы?
93. Опишите графически равновесие фирмы в краткосрочном периоде?
94. Как вы понимаете метод совокупных показателей, каким путём он р.?
95. Назовите формулу расчёта величины средней прибыли предприятия?
96. Какие условия необходимы для привлечения новых фирм в отрасль?
97. Раскройте понятие операционной прибыли?
98. Как вы понимаете механизм «невидимой руки» рынка, каково его влияние на рыночное равновесие?
99. Изобразите график равновесия фирмы в долгосрочном периоде?
100. Производство каких групп товаров являются малорентабельным и почему?
101. Каков эффект от масштаба производства?
102. Какие условия лежат в основе зарождения конкуренции?
103. Какие преимущества даёт конкуренция для потребителя?
104. Чем отличается совершенная конкуренция от несовершенной? Приведите примеры.
105. Основные черты совершенной конкуренции?
106. Сущность, черты, условия возникновения и виды монополий?
107. Изобразите график равновесия фирмы-монополиста в краткосрочном периоде?
108. Как рассчитывается общий объём монопольной прибыли?
109. Покажите на графике участок общей и средней прибыли монополиста?
110. Какими экономическими методами государство регулирует деятельность монополий?
111. В каких отраслях экономики и видах деятельности следует придерживаться монопольного производства, почему?
112. Изобразите графически кривую индивидуального предложения труда?
113. Какие факторы влияют на сдвиг кривой рыночного предложения конкретного вида труда, а какие вызывают непосредственное движение по самой кривой?
114. Графическое описание трансфертных заработков?
115. Как устанавливается объём заработной платы в условиях несовершенной конкуренции?
116. Объясните образование экономической ренты в условиях рынка?
117. В чём состоят особенности ценообразования на рынке капитала в краткосрочном периоде?
118. В чём состоят особенности ценообразования на рынке капитала в долгосрочном периоде?
119. Как определяется цена земельного участка?
120. Механизм образования и величина земельной ренты?
121. От чего зависит равновесный уровень земельной ренты?
122. Назовите специфические черты фактора труд?
123. Как определить стоимость рабочей силы?
124. Какие виды товаров включаются в минимальную потребительскую корзину?
125. Что лежит в основе заработной платы?
126. Назовите сущность и основные элементы рынка труда?
127. В чём выражаются основные функции рынка труда?
128. По какой формуле определяется объём реальной заработной платы?
129. Эффект дохода и эффект замещения на рынке труда?
130. Как графически выражаются эффекты замещения и дохода?
131. Графическое описание условий полной занятости и безработицы?
132. Понятие капитала, физический и нефизический капитал?
133. Какие существуют формы капитала?
134. Назовите основные свойства капитала и поясните с помощью примеров?
135. Что представляют собой капитальные вложения?
136. Раскройте понятия физического и морального износа капитала?

137. Чем отличаются чистые инвестиции от валовых инвестиций?
138. Перечислите возможные источники инвестиционных ресурсов?
139. В каких сферах национальной экономики происходит движение капитальных средств?
140. От каких факторов зависит время оборота капитала? Назовите формулу расчёта?
141. По каким свойствам отличается основной капитал от оборотного капитала?
142. Из каких соображений исходит необходимость государственного регулирования экономики?
143. Назовите субъектов государственного регулирования?
144. Какие задачи призвано выполнить государство в процессе вмешательства в экономические процессы?
145. Какие средства государственного регулирования экономики вам известны?
146. Какие из средств государственного регулирования наиболее часто используются правительством Узбекистана, почему?
147. Какие из средств государственного регулирования наиболее часто используются в развитых странах, почему?
148. Как вы понимаете термины «децентрализация» и «дерегулирование»?
149. Что представляет собой корпоративное управление, в чём его преимущества?

VIII. Раздаточный материал

Тема 1: Сущность, цель и задачи курса микроэкономика.

Цель лекции: определить сущность, цель и задачи курса микроэкономики, дать понятие структуры курса, раскрыть методы микроэкономического анализа.

План:

1. Микроэкономика как часть современной экономической теории.
2. Структура курса микроэкономика.
3. Методы микроэкономики.

Микроэкономика как часть современной экономической теории

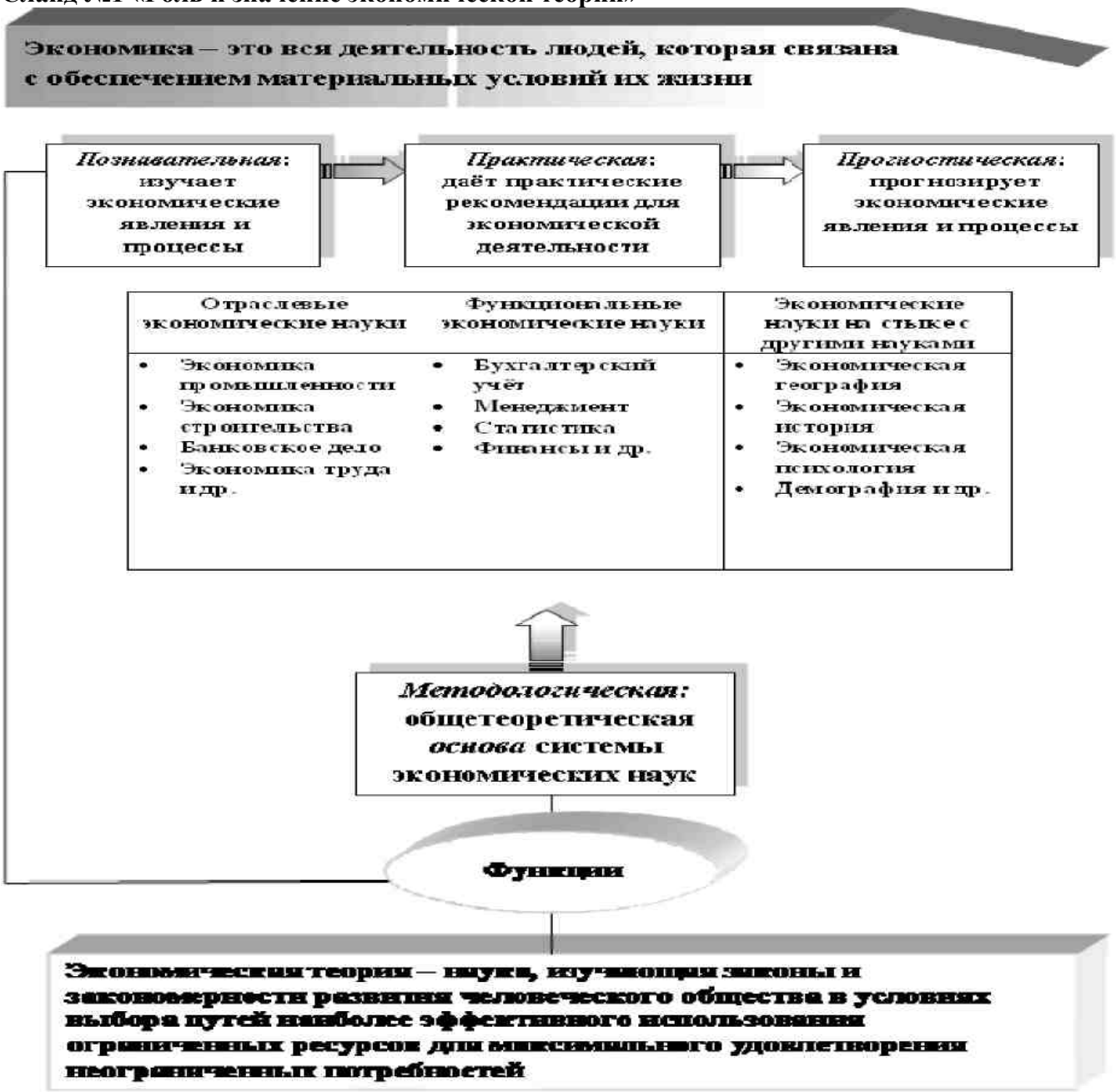
Экономика как наука, или экономическая теория (economics), в самом широком ее понимании изучает закономерности, присущие деятельности и отношениям людей в процессе производства, распределения, обмена и потребления совокупности благ, необходимых для поддержания жизни отдельного человека и общества в целом, а также способы решения людьми проблемы естественной ограниченности благ и ресурсов, их распределения с целью производственного или личного потребления. В конечном счете, она призвана дать ответ на три простых знаменитых вопроса: что производить (как удовлетворить общественные потребности), как производить (как использовать ресурсы) и для кого производить (кто получит произведенный продукт)?

Поэтому общепризнано, что любая экономическая система всегда сталкивается с проблемой ограниченности, недостаточности или редкости применительно к потребительским благам, производственным ресурсам или же к внешним (природным, социально- политическим и т.п.) условиям своего функционирования. Ограниченность благ и ресурсов имеет естественное происхождение, однако носит относительный характер, поскольку всегда соотносится как с объективными условиями их совместного использования, так субъективно-объективными, социально и психологическими обусловленными потребностями производства и потребления.

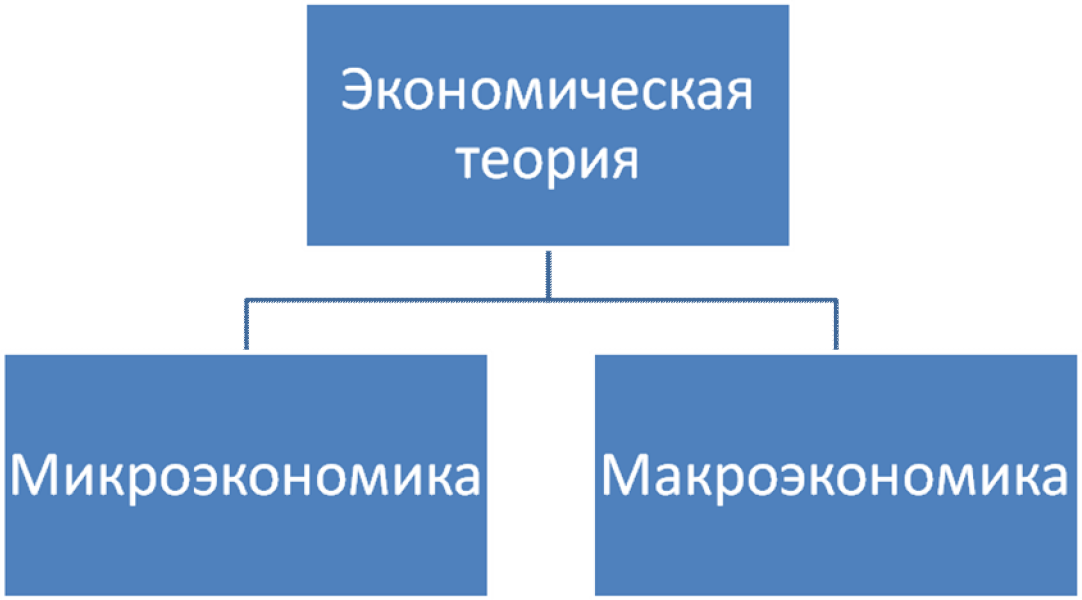
Система выбора для отдельного индивида, фирмы или всей экономической системы является предметом особых исследований в экономической теории. Необходимо понять, что любое принимаемое решение всегда связано с альтернативностью выбора. Итак, экономическая теория

изучает, что, как и для кого, общество должно производить в условиях неограниченных потребностей индивидов и ограниченных возможностей экономических систем.

Слайд №1 «Роль и значение экономической теории»



Система экономических знаний под общим названием «экономическая теория» традиционно подразделяется на два больших раздела – макроэкономику и микроэкономику. Имея один и тот-же объект исследования – национальное хозяйство, микро- и макро- экономика различаются кругом изучаемых проблем и инструментами анализа.



Объектом внимания микроэкономики (microeconomics) являются привычные звенья экономической системы – отдельные производители и потребители (фирмы, домашние хозяйства и др.). Микроэкономический подход основан на методологии индивидуализма, в соответствии с которой характер функционирования экономической системы выводится из поведения отдельных экономических субъектов, действующих на рынке и являющихся продавцами и покупателями товаров и производственных ресурсов. Макроэкономика изучает их деятельность, которая «не видна» при общем макроэкономическом взгляде на экономическую систему: процесс разработки, принятия и реализация решений для достижения собственных экономических целей, условия совместимости их хозяйственных планов, механизм взаимодействия и координации.
Таким образом, предметом изучения курса «Микроэкономика» являются экономические отношения, законы и закономерности, проявляющиеся во взаимодействии факторов производства в процессе функционирования отдельного субъекта экономики.

Структура курса микроэкономика

Практически любое социально-экономическое событие в той или иной мере отражается на конъюнктуре рынка, а, следовательно, и на цене. Однако каждый из множества ценообразующих факторов воздействуют на цену либо через спрос, либо через предложение, которые вступают в качестве двух агрегированных факторов, определяющих конкретное значение цены. В тоже время для анализа процесса формирования цены и ее роли необходимо выяснить, что стоит за этими феноменами рынка.

Спрос на каждое благо определяется в результате составления планов потребления индивидами, стремящимся при заданных средствах максимально удовлетворить свои потребности. При этом ассортимент и объем потребляемых благ зависят, с одной стороны, от их полезности, с другой – от бюджета потребителя. Второй фактор – бюджет – формируется из текущего дохода и фонда сбережений, образовавшегося из непотребленной части предыдущих доходов.

Немаловажную роль в механизме рыночного ценообразования играет государство, воздействующее на равновесие рынка и уровень конкуренции через налоги, дотации, регулируемые цены.

Таким образом, структура курса «Микроэкономика» включает в себя следующие разделы.
1.Основы теории спроса и предложения.

2.Эластичность спроса и предложения.
3.Государственное регулирование рынка.
4.Основы теории поведения потребителя.
5.Теория производства.
6.Издержки производства, валовой доход и прибыль фирмы.
7.Предприятие в условиях совершенной конкуренции.
8.Предприятие в условиях несовершенной конкуренции.
9.Производство, спрос на экономические ресурсы и их использование.
10.Инвестирование капитала.
11.Общее равновесие, эффективность и общественные блага.

Методы микроэкономики

Метод — ***это способ познания, раскрытия сущности изучаемого объекта***

Метод наблюдения предполагает слежение за происходящими явлениями, их **регистрацию, систематизацию, выявление каких-то закономерностей**

Статистический метод изучает экономические явления и процессы, **выражая** их **через количественные определенности и соотношения**

Метод абстракции— метод отвлечения от конкретных форм проявления сущности изучаемого явления, которые могут быть нетипичными, случайными, второстепенными и несущественными, и **выделение типичного, главного и существенного. На основе абстрагирования строится категориальный**

аппарат науки
Метод индукции - движение мысли от частного к общему, в ходе которого на основе выделения отдельных, внешне разрозненных фактов делается объединяющий эти факты **общий вывод**
Метод дедукции предполагает движение мысли от общего к частному, через цепь умозаключений
Анализ - метод научного познания, требующий расчленения изучаемого объекта на составные части
Синтез — соединения родственных элементов как объектов изучения **в** единое целое
Логический метод — метод предполагающий соблюдение определенной последовательности при изучении экономических явлений и процессов
Исторический метод - метод требующий учета исторической последовательности развития экономики и происходящих в ней явлений
Диалектический метод - изучение явлении и систематизация понятии строится на принципах всеобщей взаимосвязи и развития
Функциональный метод позволяет выявлять зависимости одних явлений от других

В микроэкономике широко применяются математические методы и приемы анализа: функциональный, предельный, графический.

Функциональный анализ в микроэкономике состоит в установлении и исследовании зависимостей одних экономических величин от других. Функция устанавливает определенную форму такой взаимосвязи. Как правило, функциональная зависимость задается математически. Независимая величина (аргумент) называется экономическим фактором. Например, двухфакторная производственная функция Q = f (K, L) показывает зависимость объема выпуска от количественных значений израсходованных на производство данной продукции экономических ресурсов (факторов производства).

Предельный (маржинальный) анализ представляет собой способ анализа экономических показателей (величин), предполагающий исследование их динамики – прироста, сокращения, изменения. Термин «предельный» здесь следует понимать как «дополнительный», «добавочный». Сущность предельного анализа состоит в том, что исследуется именно дополнительная, изменяющаяся часть экономической величины, выясняются её характеристики и таким образом определяются тенденции изменения (развития) всей совокупности в целом.

Графический анализ получил широкое распространение вследствие своей наглядности и простоты. Он состоит в моделировании экономических состояний и действий при помощи графиков функций, схем и иных форм графического представления. Как правило, данный метод используется в сочетании с другими методами экономического анализа.

Одним из важнейших методов экономического анализа является **моделирование** – метод исследования объекта, который основан на создании и последующем анализе искусственного объекта, имеющего существенное сходство с реальным и обладающего рядом свойств последнего. По языку представления экономические модели подразделяются на вербальные (словесно-описательные), математические и графические. В микроэкономической теории используются все три типа моделей, но предпочтение отдается математическим, из-за их наглядности. Иногда встречаются смешанные модели. Существует огромное множество экономических моделей: модель спроса и предложения, модель мультипликатора, модель «жизненного цикла товара» и т.д.

Взаимодействие отдельных экономических субъектов в ходе реализации своих планов отражается посредством равновесных моделей. Если модели поведения экономических субъектов предназначены для определения наилучшего способа достижения цели при заданных ресурсах, то равновесные модели определяют условия совместимости индивидуальных планов и выявляют инструменты их согласования.

Тема 2: Понятия экономического базиса.

Цель лекции: Объяснить трактовку материальных потребностей и причину их безграничности, дать понятие экономическим ресурсам, их структуре и ограниченности, начертить кривую производственных возможностей, выявить закономерность её построения.

План:

1. Материальные потребности и их безграничность.
2. Экономические ресурсы, их структура и ограниченность.
3. Кривая производственных возможностей.

Материальные потребности и их безграничность

Конечной целью функционирования любой экономической системы является удовлетворение потребностей общества и индивидов. С расходованием ресурсов для удовлетворения потребностей связаны все проблемы экономического развития. И все решения этих проблем базируются на двух фундаментальных экономических аксиомах.

Первая аксиома – потребности общества (индивидов) безграничны, полностью неутолимы.

Вторая аксиома – ресурсы общества, необходимые для производства товаров и услуг, ограничены или редки.

Отмеченное противоречие разрешается путем выбора. Не случайно одно из определений экономики как общественной науки гласит: *экономика описывает и анализирует выбор из ограниченных ресурсов для максимального удовлетворения потребностей.*

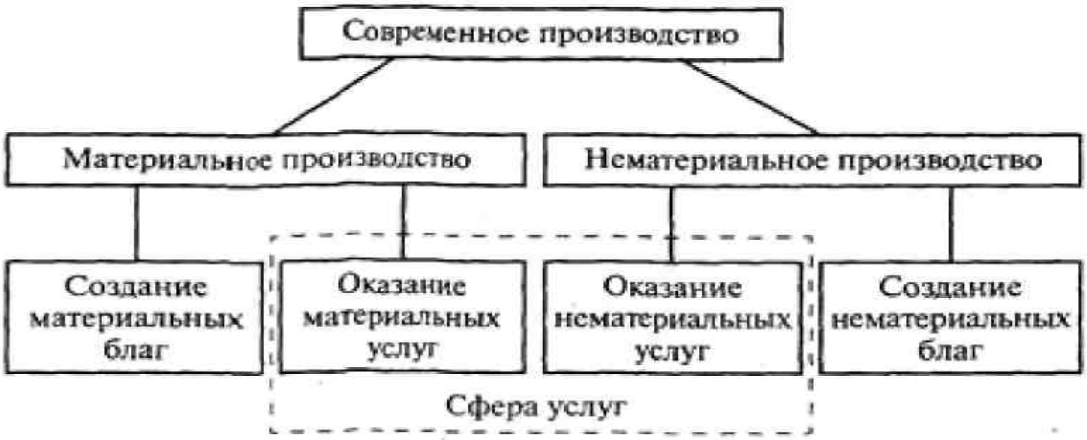
Потребность – это нужда человека (общества) в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности, развития личности и государства в целом.

Потребности подразделяются:

- *Первичные* – удовлетворяющие жизненно важные нужды человека (одежда, питание, жилье)
- *Вторичные* – все остальные (например: учёба, кино, театр, спорт)

Средства, с помощью которых удовлетворяются потребности, называются *благами.* Одни блага имеются в распоряжении общества в неограниченном количестве (например, воздух), другие – в ограниченном. Последние называют *экономическими благами.*

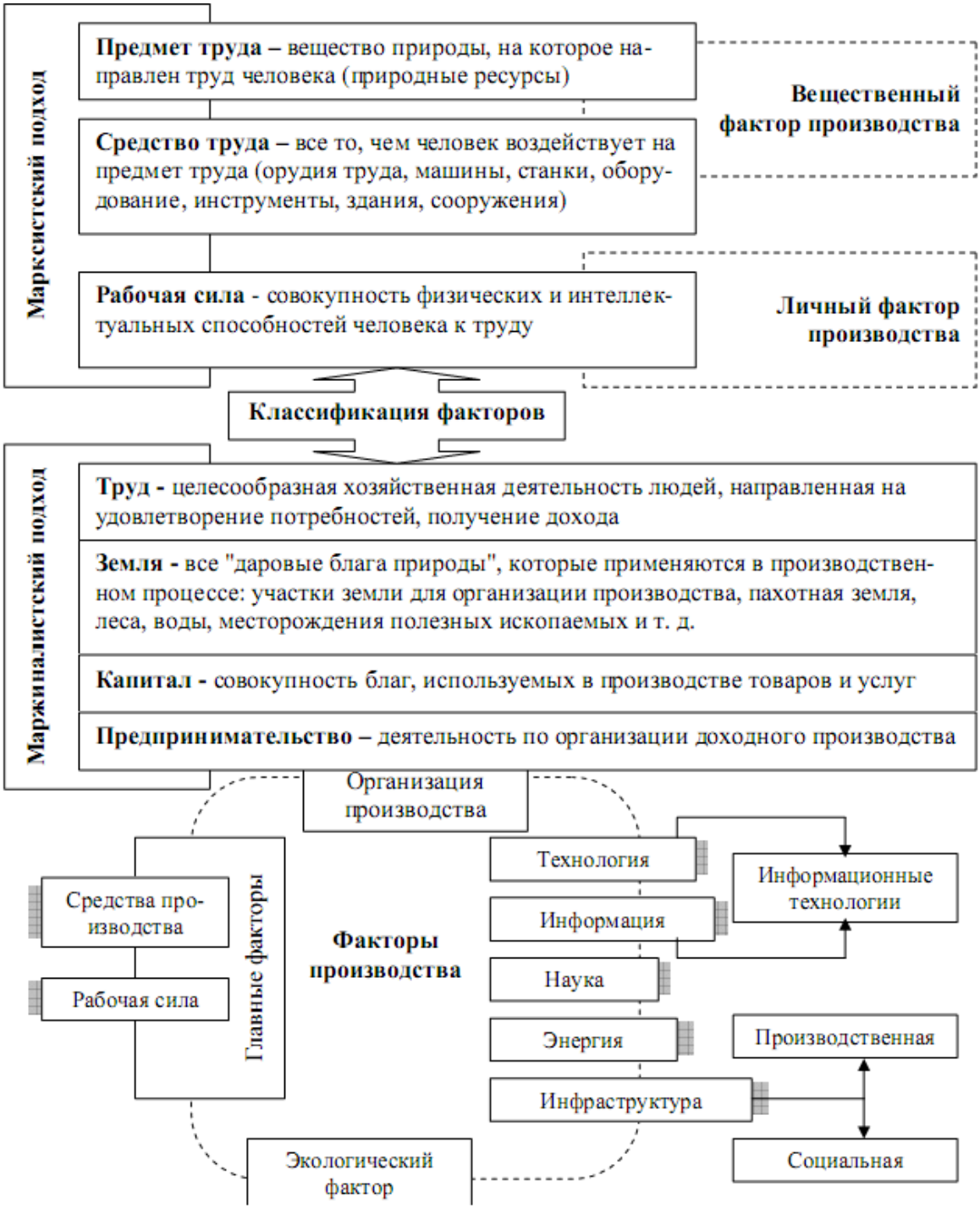
Новейшая структура производства



Концептуальная таблица «Процесс производства»

Аспект освещения	**Состав, этапы**	**Классификация, виды**	**Факторы влияния**	**Тенденции**
Производство	Производство, распределение, обмен, потребление	Материальное производство, нематериальное производство	Разделение труда, специализация, закон экономии времени	Расширяется нематериальное производство (сфера услуг)
Факторы производства	Рабочая сила, предмет труда, средство труда. Земля, труд, капитал, предпринимательская способность.	Марксизм Маржинализм	Технология, предпринимательская способность, взаимозаменяемость	Приоритет принадлежит интеллектуальным и информационным ресурсам
Результаты производства	Продукт Общий результат Конечный результат	Натуральный, стоимостной; ВНП, ВВП, промежуточный, конечный продукт, необходимый, прибавочный продукт	Экономическая эффективность производства, рентабельность, фондоемкость, материалоемкость, фондоотдача	Сегодняшний выбор той или иной альтернативы производства влияет на завтрашние производственные возможности общества

Современная структура производства



Экономические ресурсы, их структура и ограниченность

Вид фактора производства	Качественная характеристика фактора	Количественная характеристика фактора
1. Капитал	1. Производственный капитал 2. Финансовый капитал 3. Ссудный капитал 4. Фиктивный капитал	1. В абсолютном выражении – это величина достаточности для ведения эффективного бизнеса 2. В относительном выражении – это процент на капитал
2. Труд	1. Уровень производительности труда	1. Уровень занятости, уровень безработицы
3. Земля	1. Экономическое плодородие земли (качество земли для ведения бизнеса)	1. Количество земли в гектарах
4. Предпринимательская деятельность	1. Уровень прибыли или доходов фирмы	----------
5. Информация	1. Уровень прибыли или доходов фирмы	----------

Под экономическими ресурсами – понимаются все природные, людские и произведенные человеком ресурсы, которые используются для производства товаров и услуг, т.е. благ.

Ресурсы подразделяются на следующие виды:

- Материальные ресурсы – земля, или сырьевые материалы, и капитал;
- Людские ресурсы – труд и предпринимательская способность.

Производственный капитал – основной и оборотный капитал, натуральная форма основного капитала (здания, сооружения, машины). Экономическая характеристика основного капитала – участвует в нескольких кругооборотах, переносит свою стоимость на изготовленный продукт по частям по мере износа.

Оборотный капитал - (сырье, материалы) – участвует только в одном кругообороте, требуется постоянное возобновление, полностью переносит стоимость на изготовляемый продукт.

Финансовый капитал – разновидность денежного капитала, является основой любого другого капитала.

Ссудный капитал – специальная форма денежного капитала, который функционирует на условиях срочности, платности и возвратности.

Фиктивный капитал – ценные бумаги.

Понятие *капитал, или инвестиционные ресурсы* охватывает все произведенные средства, используемые в производстве товаров и услуг и доставке их конечному потребителю (здания, оборудование и т.д.). Процесс использования капитальных товаров (машин, оборудования, стройматериалов) для расширения или совершенствования производства называют *инвестированием.*

К понятию *«земля»* относятся все естественные ресурсы: пахотные земли, леса, месторождения полезных ископаемых, водные ресурсы.

Термином *«труд»* обозначают все физические и умственные способности людей, применяемые в производстве товаров и услуг.

Уровень занятости – отношение количества работающих к общему числу трудоспособного населения.

Под *«предпринимательской способностью»* или, проще, предприимчивостью, понимается особый вид человеческих ресурсов, заключающийся в способности наиболее эффективно использовать все факторы производства.

Все экономические ресурсы, факторы производства, обладают одним общим свойством: в каждый данный момент они имеются в ограниченном количестве. Эта ограниченность относительна и означает, что ресурсов, как правило, меньше, чем необходимо для удовлетворения всех потребностей при данном уровне экономического развития.

Обществу приходиться выбирать – производить пушки или масло, или производить и пушки, и масло в определенной пропорции. При этом возникает проблема рационального ведения общественного хозяйства. Эта проблема *выбора* всегда была и будет.

Виды потребностей:

- Личные – спрос одного индивидуума
- Коллективные
- Общественные.

Между видами потребностей существуют противоречия. Из названных видов потребностей более широким спектром отличаются личные потребности.

Проблема эффективности – основная проблема экономической теории, которая исследует пути наилучшего использования или применения ограниченных ресурсов с тем, чтобы достичь наибольшего или максимально возможного удовлетворения безграничных потребностей общества (цель производства).

Таким образом, *экономическая наука это наука об эффективном использовании ресурсов.*

Кривая производственных возможностей

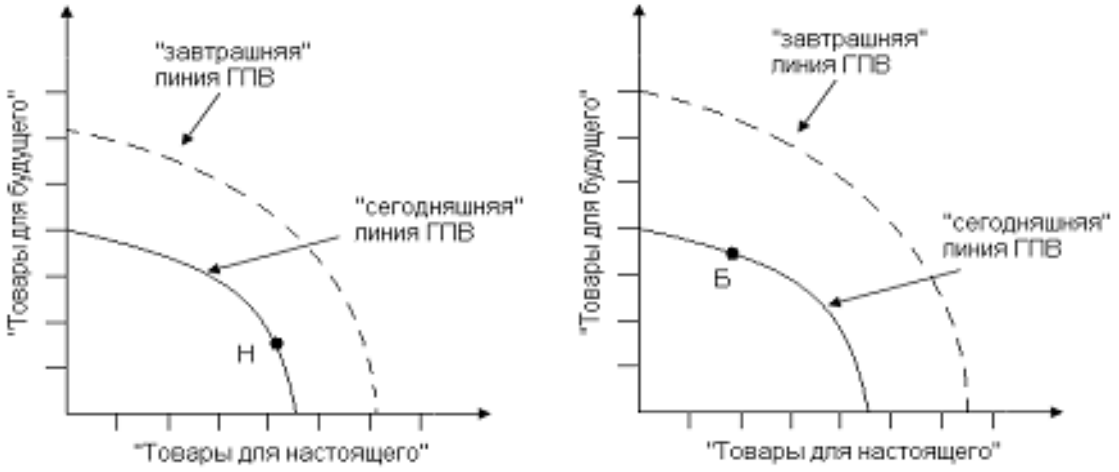
Ограниченность ресурсов диктует необходимость выбора оптимума производственных ценностей и самого процесса производства, базируясь на принципах комбинации, замещения факторов с учетом эффекта масштаба производства и закона падающей производительности.

Уровень потребности определяется уровнем технического развития и развития общества в целом.

Проблема между безграничностью потребностей и ограниченностью ресурсов – может графически быть представлена в виде кривой производственной возможностей.

Рассмотренный случай показывает, что экономика полной занятости всегда альтернативна, т.е. она должна выбирать между военным и гражданским производством путем перераспределения ресурсов.

Производственные возможности – это максимальное количество товаров и услуг (в определенном их наборе), которое может быть одновременно произведено за данный период, при данных ресурсах и уровне технологии, при полном использовании ресурсов



Выбор структуры текущего производства и производственные возможности общества

Граница области производственных возможностей – это экономическая модель, которая иллюстрирует производственные возможности страны, фирмы или отдельного производителя.

Сегодняшний выбор той или иной альтернативы производства влияет на завтрашние производственные возможности общества.

Избрав структуру производства, которая благоприятствует техническому прогрессу, будет обеспечен больший экономический рост.

Важнейшим показателем функционирования общественного производства является *его* ***эффективность***. Она определяется **отношением результатов производства к его затратам**.

$$\text{Эффективность} = \frac{\text{Результаты производства (стоимость продуктов и услуг)}}{\text{Затраты факторов производства (себестоимость произведенных работ)}}$$

Факторами повышения эффективности производства являются:

1. Ускорение научно-технического прогресса.
2. Структурная перестройка народного хозяйства.
3. Совершенствование хозяйственного механизма.
4. Повышение социальной активности населения.

Производственные возможности и эффективность производства

Таблица 2.1. *Рисунок 2.1.*

Таблица 2.1.

Альтернативные возможности производства масла и пушек

Возможности	Пушки	Масло
А	15	0
Б	14	1
В	12	2
Г	9	3
Д	5	4
Е	0	5

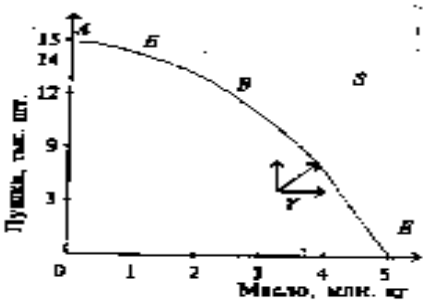


Рис. 2.1. Кривая производственных возможностей национального хозяйства

Кривая производственных возможностей показывает значение альтернатив для общества. При абсолютном использовании ресурсов (*экономике полной занятости*) все точки возможных комбинаций производства пушек и масла находятся на границе производственных возможностей (*линии производственных возможностей – ЛПВ*).

Кривая производственных возможностей, т.е. граница области производственных возможностей, характеризует одновременно и возможный, и желательный выпуск продукции. Из точек, лежащих на этой кривой и представляющих различные возможные сочетания выпуска альтернативных товаров, мы и должны выбрать ту, которая для нас наиболее предпочтительна.

Рисунок 2.3.

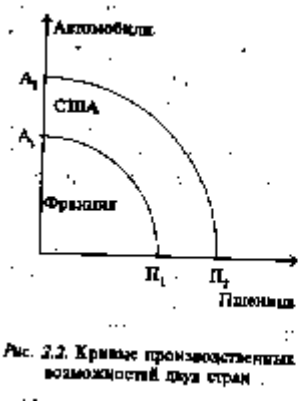


Рис. 2.2. Кривые производственных возможностей двух стран

Рис. 2.3. График производственных возможностей

Сравним точки *B* и *C*. Выбрав точку *B*, мы предпочтем производство меньшего количества предметов потребления (*Хв*) и большего количества капитальных товаров (*Ув*), чем выбрав точку *C* (*Хс, Ус*). Точнее, при переходе из точки *B* в точку *C* мы получим дополнительно *X=0Xc – 0Xв* единиц предметов потребления, пожертвовав для этого *Y=0Yв – 0Yc* единиц капитальных товаров.

Экономисты называют количество одного товара, которым необходимо пожертвовать для увеличения другого товара на единицу, *вмененными* (альтернативными) затратами, или затратами упущенных возможностей.

Кривая производственных возможностей служит иллюстрацией четырех основных идей:

- Ограниченность ресурсов подразумевает, что все комбинации выпуска продукции, расположенные с внешней стороны кривой производственных возможностей, неосуществимы;
- Возможность выбора находит выражение в необходимости для общества проводить отбор из разных достижимых комбинаций продуктов, расположенных на (внутри) этой кривой;

- Нисходящий наклон кривой подразумевает понятие о вмененных издержках (альтернативных затратах);
- Вогнутость кривой показывает увеличение вмененных издержек и, как следствие, уменьшение доходности.

В условиях рынка вопрос – *что производить*, определяет производитель, через платежеспособность. Вопрос – *как производить* – определяет товаропроизводитель в условиях конкурентной борьбы. В рынке действует закон *«невидимой руки»* – Адама Смита.

Ее суть – целью любого производителя является получение и максимизация прибыли.

В условиях конкуренции товаропроизводитель стремиться к уменьшению издержек производства, таким образом, цель максимизации прибыли трансформируется в цель производства товаров необходимых обществу с минимальными издержками.

Для кого производить определяется доходами, дифференцированными в условиях рынка.

Проблема – *как производить, и с какими издержками* – определяется на основе нормативов, расхода сырья, материалов, энергии.

Для кого производить – определяется средней зарплатой, которая обеспечивает приобретение прожиточного минимума установленного нормативами.

Ресурсный потенциал Узбекистана

Узбекистан расположен в Средней Азии, в центре материка, и обладает мощным ресурсным потенциалом, как природно-сырьевым, так и трудовым и научным. На карте мира немного государств, которые бы владели такими богатствами, какими располагает земля Узбекистана.

1.Земля. Площадь Узбекистана- 447,4 тыс. км. Из 30 млн. га, используемых в сельском хозяйстве, 4,4 млн. га орошаемые.

Недра Республики содержат около 100 видов минерального сырья, пользующегося значительным спросом на мировых рынках. По запасам золота, меди, урана, серебра, цинка, вольфрама Узбекистан является одним из мировых лидеров. Большая часть территории Республики перспективна для добычи нефти и природного газа.

Система орошения и плодородные почвы позволяют стране иметь мощный аграрный потенциал. Выращивая ежегодно около 4 миллионов тонн хлопка-сырца, страна выступает крупнейшим мировым производителем и экспортером хлопка. Среди стран СНГ Узбекистан занимает ведущее место по производству плодоовощной продукции, фруктов и винограда, коконов, каракуля, шерсти.

2. Труд. Население Узбекистана превысило 26 млн. Трудовые ресурсы составляют 12 млн. чел. Характерной особенностью Узбекистана является высокий образовательный уровень его населения, уровень грамотности которого составляет 99,06%, что ставит республику в один ряд с экономически развитыми странами. Ядром научного потенциала является Академия Наук Республики Узбекистан - ведущий научный и экспериментальный центр в Центральноазиатском регионе. Регулирование научно-технической деятельности в республике осуществляется по известному принципу государственной поддержки развития науки и инновационной деятельности.

3. Капитал. Узбекистан - индустриально-аграрная страна. В наследие независимому Узбекистану достались значительной степени физически изношенные и морально устаревшие основные производственные фонды. Главным фактором ускорения структурных преобразований экономики послужило создание в республике благоприятного инвестиционного климата. Более 50% инвестиций направляется на модернизацию и техническое перевооружение производства.

4. Предпринимательские способности. Коренные преобразования в отношениях собственности и формирование на этой основе класса реальных собственников - ключевой вопрос реформирования экономики. Государство создает прочный правовой фундамент для развития частного бизнеса, обеспечения равенства различных форм собственности, свободы предпринимательства.

Тема 3: Теория спроса и предложения.

Цель лекции: дать понятие спроса и предложения в условиях рыночной экономики, раскрыть алгебраический и графические виды функции спроса и предложения, определить соответствующие детерминанты спроса и предложения.

План:

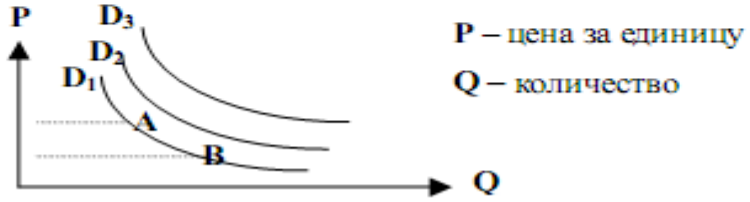
1. Спрос и закон падающего спроса.
2. Предложение и закон изменения предложения.

Спрос и закон падающего спроса

Спрос – количество товаров и услуг, имеющееся на данном рынке, которое покупатель готов приобретать по определенной цене независимо от того, действует он рационально или под влиянием среды.

Величина спроса – это количество товара (услуг), которое покупатели готовы купить по данной цене в определенное время и в определенном месте.

Закон спроса - на любом рынке, в любой момент времени при прочих равных условиях существует отрицательная зависимость между ценой товара и величиной спроса на него.



Спросом называют количество товара, которое будет куплено за приемлемую цену в определенный промежуток времени.

Под спросом следует понимать представленную на рынке потребность в товарах лишь тех, которые подлежат удовлетворению и обеспечены денежным эквивалентом, т.е. платежеспособную потребность.

Различают также понятие платежеспособного спроса. В отличие от платежеспособной потребности, платежеспособный спрос – это потребность, не только обеспеченная денежным эквивалентом, но и обязательно «вынесенная на рынок». По Кейнсу, это эффективный спрос. В отличие от платежеспособной потребности, он очень конкретен, так как ориентирован всегда на покупку определённого товара или услуги.

Различают платежеспособный спрос на факторы производства (спрос производства) и на предметы потребления (спрос населения). Последний во многом зависит от размеров денежных средств, находящихся на руках населения, депозитах, различных выплат и наследства, масштабов рынка, цены, полезности и качества товаров, субъективных вкусов и предпочтений.

Спрос подразделяется на:

- Действительный – реально-предъявляемый на товары и услуги;
- Реализованный – это часть действительного спроса, которая реализована на рынке в купленных товарах и услугах;
- Неудовлетворённый – это нереализованная часть действительного спроса в виду отсутствия нужных товаров или несоответствия их ассортимента и качества требованиям покупателей. В свою очередь, неудовлетворённый спрос приобретает самые различные формы: скрытый, явный, текущий, накопленный и т.п.

Спрос, как таковой, очень подвижен и изменчив, ибо на его величину и динамику влияют многочисленные факторы экономического, социального и технологического характера. Спрос на товар, например, может увеличиваться в результате использования рекламы, изменений моды, вкусов и предпочтений потребителей, окружающей среды, доступности товаров, величины

доходов, полезности вещи, цен на взаимозаменяемые товары, количества населения, в ожиданиях будущих цен и многое другое.

В связи с этим различают *экзогенный и эндогенный* спрос. Экзогенный спрос - спрос, изменение которого вызвано вмешательством правительства или каких-либо сил извне системы свободного рынка. Эндогенный, или внутренний спрос – это спрос, который образуется внутри общества благодаря факторам, существующим в обществе.

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

На графике кривая DD опускается сверху вниз. Это обусловлено *законом падающего спроса.*

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

Этот закон впервые сформулировал французский математик О.Курно в работе «Исследование математических принципов теории богатства». В соответствии с его формулировкой закона, спрос на товар составляет некоторую функцию цены, причём, как правило, убывающую. Такое положение вполне обосновано и не противоречит рынку. Закон падающего спроса О.Курно формулируется так:

$$D = f(P),$$

где $f(P) > 0$, D – спрос, f - функция, P – цена.

В общем виде спрос является функцией следующих факторов:

$$D = F(P, I, Z, W, P_{SUB}, P_{COM}, N, B),$$

где I – доход, Z – вкусы потребителей, W - ожидания, P_{SUB} - цены на товары-субституты (заменители), P_{COM} – цены на комплементарные товары (дополняющие), N – количество покупателей, B – прочие факторы.

Отсюда, функция спроса – это функция, определяющая величину спроса в зависимости от влияющих на него различных факторов.

Итак, спрос – это величина переменная. При этом следует различать изменение величины спроса или объёма спроса и изменение характера спроса. Величина спроса меняется тогда, когда переменна только цена данного товара. Характер же спроса меняется тогда, когда изменяются факторы, имевшие раннее постоянные величины.

Графически изменение объёма спроса выражается в «движении» по кривой спроса вниз или вверх . Изменение же характера спроса выражается в «движении» кривой спроса, т.е. её смещении вправо или влево (рис.1).

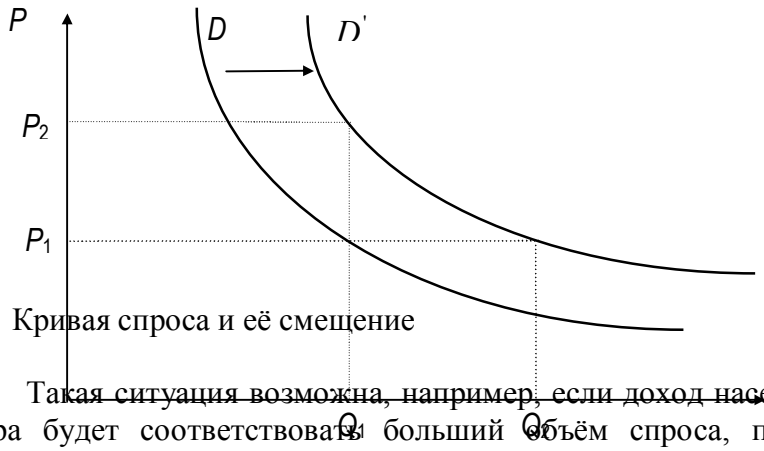


рис.1 Кривая спроса и её смещение

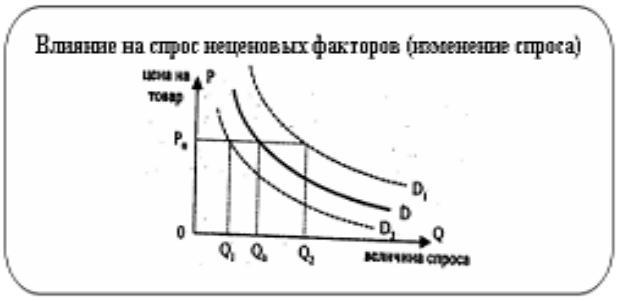
Такая ситуация возможна, например, если доход населения увеличится, тогда каждой цене товара будет соответствовать больший объём спроса, произойдёт сдвиг прямой вправо из положения DD в положение D_2D_2.. Напротив, уменьшение дохода приведёт к смещению линии спроса влево в положение D_1D_1.

Изменение вкусов и предпочтений потребителей также оказывает влияние на положение кривой спроса. Если тяга к личному автомобилю у населения возрастает, то линия спроса на авто сдвигается вправо. Если наоборот, то линия спроса на автомобили сдвигается влево.

Однако, для комплементарных товаров характерна обратная ситуация: уменьшение цены товара У ведёт к увеличению спроса на товар Х. «Классическими» примерами дополняющих товаров являются автомобили и бензин, зубные пасты и щётки, монитор и процессор компьютера и т.п.

Кривая спроса - графическое отображение обратной зависимости Q_d от P. Она имеет отрицательный угол наклона и обозначается DD.
D (demand) - спрос, P(price) - цена, Q-количество товара на который, предъявляется спрос

Изменение величины спроса происходит под действием цены товаров, при этом сам спрос не меняется



Неценовые факторы спроса

- изменение вкусов потребителей
- изменение числа покупателей
- изменение доходов потребителей
- изменение цен на сопряженные товары
- изменения в ожиданиях потребителей
- степень удовлетворения потребностей

Предложение и закон изменения предложения

Предложение- это товары, которые находятся на рынке или могут быть туда доставлены за короткий промежуток времени. Различают натурально-вещественную (по ассортименту) и стоимостную (выраженную в деньгах) формы товарного предложения. Объём предложения при этом составляет то количество товара, которое продавцы готовы предложить покупателю в конкретном месте и в конкретное время.

Предложение – это количество данного товара, которое могут и намерены продать производители на рынке по различным ценам.

Величина предложения - количество товара, которое будет предложено для продажи при данной цене в конкретный промежуток времени.

Закон предложения - на любом рынке, в любой момент времени при прочих равных условиях существует положительная зависимость между ценой товара и величиной его предложения.

Кривая предложения **- графическое отображение прямой зависимости Q_s от P.**
Она имеет положительный угол наклона и обозначается SS.
Кривая предложения показывает, какое *количество продукции готовы продать производители по различным ценам в данный момент времени*

К товарному предложению относятся все товары, находящиеся на рынке, включая товары в пути. Оно формируется за счёт объёма структуры товарной продукции производства, товарных запасов и импорта. Объём предложения у каждого производителя, как правило, меняется в зависимости от цены. Кроме того, на объём предложения оказывают влияние следующие детерминанты (факторы):

- Цены взаимозаменяемых товаров;
- Цены взаимодополняемых товаров;
- Цены ресурсов;
- Уровень техники и технологии производства;
- Налоги и субсидии;
- Перспективные ожидания производителей (продавцов);
- Степень монополизации производства и рынка и другие.

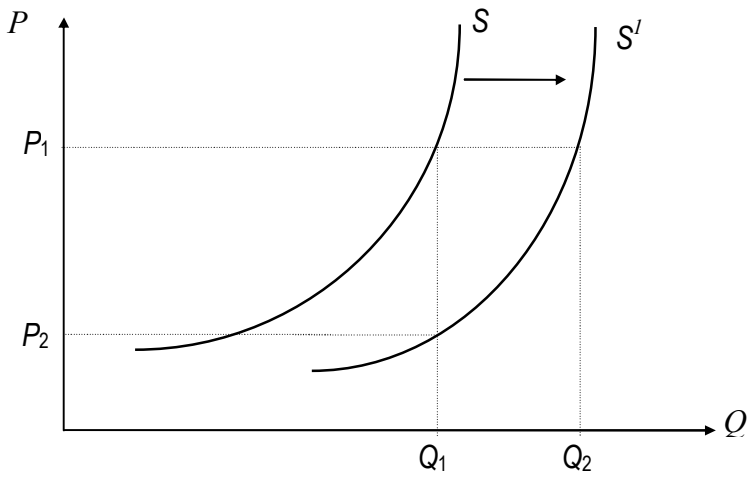


Рис 2. Кривые предложения.

Кривая предложения показывает, какое количество продукции готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени. На графике 2 кривая предложения представляет собой плавно изогнутую и поднимающуюся кверху кривую. Она показывает зависимость между рыночными ценами и количеством продукции, которое производители могут произвести и продать. Эту зависимость О.Курно описал в виде формулы:
S = f (P),

где S – предложение, f – функция, P – цена.
Это есть закон изменения предложения. Её суть состоит в том, что объём предложения товара, увеличивается при росте цены и уменьшается при её снижении.
Одним из весомых факторов, влияющих на предложение, является технический прогресс. Он позволяет снижать издержки производства и изменить предложение товара. Форма кривой предложения товара обусловлена во многом технологией его производства, доступностью ресурсов, используемых при изготовлении данного товара и т.п.
Предложение является функцией всех факторов, определяющих его изменение:

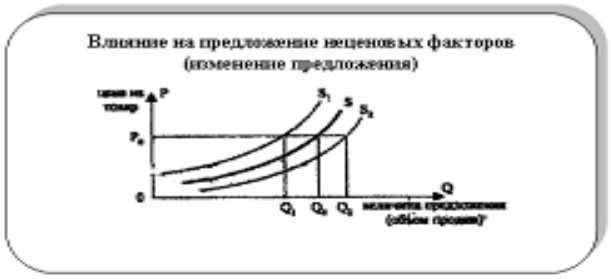
$S = f(P, P_r, K, T, N, B)$,

где P_r, - цены ресурсов, K – характер применяемой технологии, T – налоги и субсидии, N – количество продавцов, B – прочие факторы.

Аналогично спросу различаются изменение предложения и изменение объёма предложения. Объём предложения меняется тогда, когда изменяется только цена товара. Изменения предложения происходит тогда, когда изменяются все отличные от цены другие факторы, которые раньше принимались за постоянные.

Предположим, что используется новая технология, которая позволяет при тех же затратах выпустить больше продукции. Тогда кривая предложения сдвигается вправо в положение S_1.

Если увеличиваются налоги, растут издержки производства и обращения, то кривая предложения смещается влево в положение S_2.



Все факторы, кроме изменения цены товара, называются **«неценовыми»**.

Они ведут не к перемещению из одной точки кривой SS в другую, а к изменению самого предложения:
- если предложение **растет** - кривая SS сдвигается вправо (вправо - вниз)
- если предложение **падает** - влево (влево - вверх)

S=f (P, Pr, K,T,N,B).
Pr-цены ресурсов, K-характер применяемой технологии, T-налоги и субсидии.

На предложение влияют

- изменение цен на ресурсы
- изменение технологий
- изменение налогов и субсидий
- изменение цен на сопряженные товары
- изменение числа производителей

Тема 4: Рыночное равновесие, максимальные и минимальные цены.

Цель лекции: дать понятие рыночного равновесия, графическое изображение ситуации рыночного равновесия, определить условия и факторы равновесия в мгновенном, краткосрочном и долгосрочном периоде, охарактеризовать область минимальных и максимальных ценовых различий.

ПЛАН:

1. Понятие рыночного равновесия и его график. Равновесие в мгновенном, краткосрочном и долгосрочном периоде.
2. Максимальные и минимальные цены.

Понятие рыночного равновесия и его график. Равновесие в мгновенном, краткосрочном и долгосрочном периоде.

Равновесие - это ситуация на рынке, когда предложение и спрос совпадают или эквиваленты при приемлемой цене для потребителя → **Равновесная цена** - это цена, уравновешивающая спрос и предложение в результате действия конкурентных сил

Рыночное равновесие – это ситуация на рынке, когда предложение и спрос совпадают или эквивалентны при приемлемой для потребителя и производителя цене.

Рыночное равновесие возникает в результате взаимодействия спроса и предложения. Для этого совместим кривые спроса и предложения на одном графике.

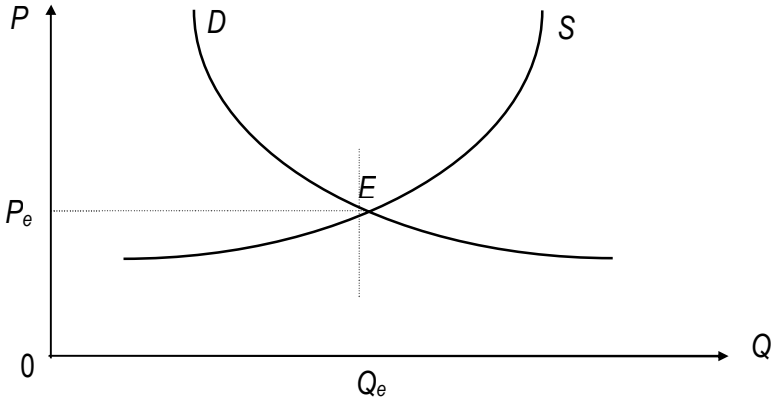
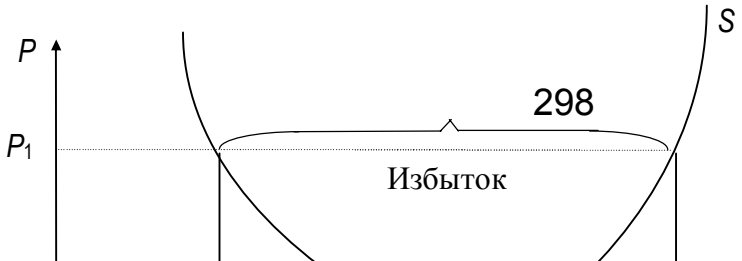


Рис.1. Равновесная цена и равновесное количество товаров

В точке Е достигается равновесие. Координатами точки Е являются равновесная цена P_E и равновесный объём Q_E. Точка Е характеризует равенство $Q_E = Q_S = Q_д$, где Q_S – объём предложения, $Q_д$ – объём спроса (рис.2 Кривые спроса и предложения)



Если реальная цена будет больше равновесной ($P_{.1}$), то объём спроса при такой цене будет меньше объёма предложения. В этом случае производители предпочтут снизить цену, нежели продолжать выпуск продукции в объёме, существенно превышающем объём спроса. Избыток предложения будет оказывать понижающее давление на цену.

Если реальная цена на рынке будет ниже равновесной ($P_{.2}$), то объём спроса станет равен Q_4, товар станет дефицитным. Отдельные покупатели предпочтут заплатить более высокую цену. В результате избыток спроса будет оказывать повышающее давление на цену.

Свойства равновесной цены и равновесного количества товаров:

1. Товаров представлено на рынке не больше и не меньше, чем нужно для потребления людей. Все затраты на производство благ окупаются их продажей по равновесной цене.
2. В точке равновесия выражен наибольший социальный эффект. За равновесную цену потребитель приобретает предельное (для его дохода) количество полезностей
3. На рынке не обнаруживается ни избытка товаров (количества, которое излишне для продажи при данном объеме доходов населения), ни дефицита (нехватки) благ.

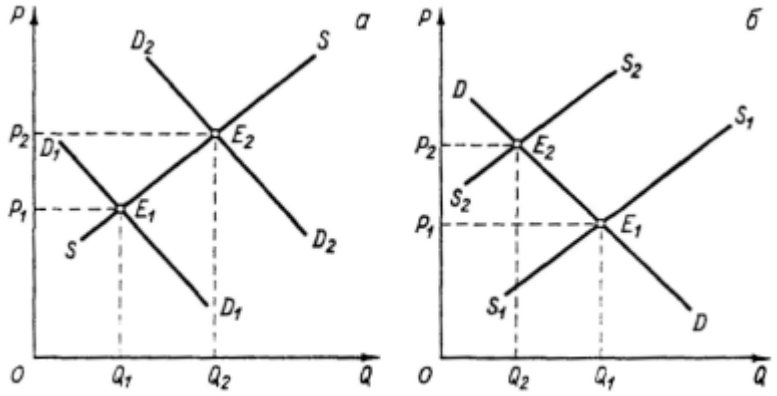


Рис. 2.6. Сдвиг равновесия.

На рис. 2.6 линии спроса и предложения имеют "нормальный" (соответственно отрицательный и положительный) наклон. Сдвиг линии спроса приводит к росту равновесной цены с P1 до P2 при одновременном увеличении равновесных объемов с Q1 до Q2. Сдвиг линии предложения влево ведет к повышению равновесной цены при одновременном сокращении равновесного объема. Комбинируя обе части рисунка, мы можем рассмотреть различные варианты сдвига равновесия в результате одновременного сдвига линий спроса и предложения.

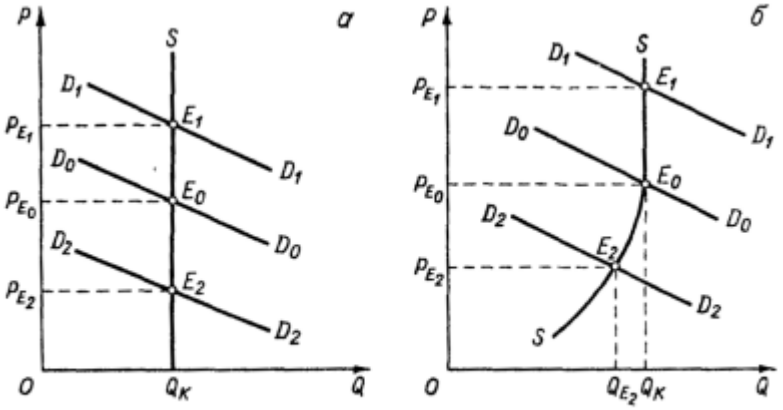


Рис. 2.7. Равновесие в мгновенном периоде. *а* — товары, не подлежащие хранению; *б* — товары, подлежащие хранению.

При использовании метода сравнительной статики принято различать три периода. Первый, в котором все факторы производства рассматриваются как постоянные, называют мгновенным периодом (синонимы: очень короткий, рыночный). Другой, в котором одна группа факторов рассматривается как постоянная, а другая как переменная, называют коротким периодом. Третий, в котором все факторы производства рассматриваются как переменные, называют длительным периодом. Некоторые экономисты выделяют еще и четвертый, очень длительный (или "вековой") период, в течение которого может меняться не только объем применяемых ресурсов и интенсивность их использования, но и характер применяемой технологии.

В мгновенном периоде продавец вообще лишен возможности приспособить объем предложения к объему спроса, поскольку количество производственных ресурсов и интенсивность их использования заданы. Однако тот факт, что продавец обладает фиксированным количеством товара, не означает, что все это количество должно быть обязательно продано независимо от уровня цены. Многое зависит от природы данного товара. Если товар скоропортящийся и не подлежит хранению, линия предложения будет перпендикулярна оси абсцисс. Как видно из рис. 2.7,а, в этом случае равновесная цена определяется исключительно спросом, точнее, совпадает с ценой спроса, тогда как объем продаж однозначно задан объемом предложения и не зависит от функции спроса.

Если товар не подлежит порче и может быть сохранен, то линия предложения может быть представлена состоящей из двух сегментов: одного, имеющего положительный наклон, и второго, представленного вертикальным отрезком (рис. 2.7,6). При цене PEo продавец предложит к продаже весь фиксированный объем товара QK- Точно так же он поступит и в том случае, если цена превысит уровень PEo, например PE1. Однако при цене ниже PEo, например PE2, объем предложения составит QE2 тогда как количество товара в размере QK ≈ QE может быть сохранено до наступления более благоприятной конъюнктуры. Если же хранение избытка затруднено или связано с высокими затратами, не возмещаемыми ожидаемым повышением цены, соответствующее количество товара может быть распродано по бросовым ценам. В качестве примера можно указать на распродажу капусты накануне приближения заморозков.
В коротком периоде линия предложения (рис. 2.8) также состоит из двух сегментов.

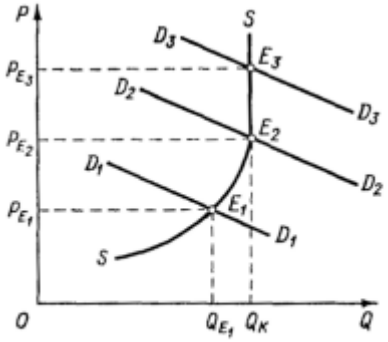


Рис. 2.8. Равновесие в коротком периоде.

Первый, имеющий положительный наклон, ограничен по оси абсцисс точкой, соответствующей производственной мощности QK- Второй участок кривой предложения представлен вертикальным отрезком, что указывает на невозможность выйти в условиях короткого периода за пределы, ограниченные наличной производственной мощностью. Вплоть до этой границы равновесный объем и цена определяются пересечением линий спроса и предложения, а за ее пределами, как и в мгновенном периоде, цена определяется спросом, тогда как объем предложения ≈ размером производственных мощностей.
Наконец, в длительном периоде производитель может не только варьировать интенсивность использования производственных мощностей, но и изменять их размеры, а

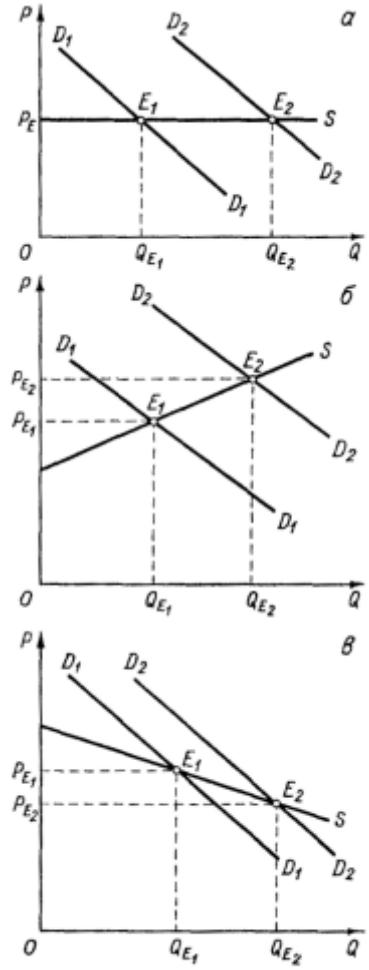


Рис. 2.9. Равновесие в длительном периоде. *а* — при неизменных затратах; *б* — при возрастающих затратах; *в* — при снижающихся затратах.

значит, и масштабы производства.

На рис. 2.9 представлены три ситуации, возможные в длительном периоде. В первом случае, когда изменение масштаба производства происходит при неизменных затратах, рост равновесного объема происходит без изменения равновесной цены. Во втором, когда изменение масштаба производства происходит при возрастающих затратах (скажем, за счет роста цен на используемые ресурсы), рост равновесного объема сопровождается и ростом равновесной цены. В третьем, когда изменение масштаба производства происходит при снижающихся затратах (скажем, за счет снижения цен на используемые ресурсы), рост равновесного объема сопровождается снижением равновесной цены. В дальнейшем все эти три ситуации будут исследованы подробнее.
На рис. 2.10 показано приспособление предложения к изменившемуся спросу в длительном периоде. Здесь S0S0≈ линия предложения, а D0D0 ≈ линия спроса в коротком периоде. Как

видим, спрос и предложение сбалансированы при цене P0 на уровне полного использования производственной мощности QK.
Допустим, что спрос внезапно вырос и представлен теперь линией D1D1, лежащей правее линии D0D0. Поскольку резерв мощности отсутствует, новое равновесие достигается исключительно за счет повышения цены до P1 при сохранении, естественно, прежнего объема продаж QK. В длительном периоде масштаб производства увеличивается за счет ввода новых мощностей и линия предложения смещается в положение S1S1 (при возрастающих затратах). Новое равновесие достигается в точке E2 при цене P2 более высокой, чем P0, но ниже, чем P1, и объеме производства Q2 большем, чем QK-
Различие ситуаций равновесия, представленных на рис. 2.10, важно при оценке уровней цен на различных рынках. Например, высокие цены на легковые автомашины в России оказываются близкими к равновесным, если рассматривать их с точки зрения короткого периода, когда производственные мощности по выпуску их фиксированы, а коэффициент их использования высок. Однако они представляются завышенными с позиций длительного периода, в течение которого возможен рост мощностей, строительство новых предприятий.

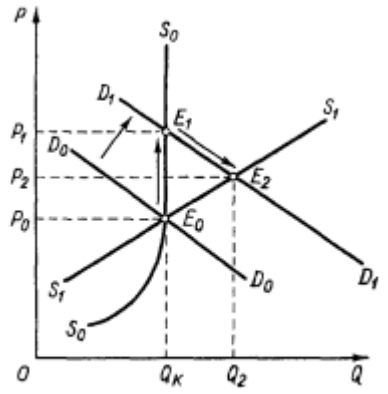


Рис. 2.10. Переход от короткого к длительному периоду.

Максимальные и минимальные цены

Рынок стихийно, автоматически способствует формированию равновесных цен (этот процесс А.Смит назвал механизмом «невидимой руки»). Превышение цены спроса над ценой предложения способствует перераспределению ресурсов в пользу отраслей с высоким платежеспособным спросом. Высокие цены свидетельствуют об относительной редкости благ, побуждая к расширению их производства и тем самым к лучшему удовлетворению общественных потребностей. Поскольку равновесная цена значительно превышает издержки у тех отраслей, затраты которых ниже средних, то она способствует перераспределению ресурсов от худших производителей к лучшим, повышая эффективность функционирования национальной экономики.

Однако, устойчивость рыночного равновесия носит относительный характер. Рост доходов покупателей, развитие их потребностей приведут к изменению объёма спроса при прежних ценах. Рост спроса, при неизменном предложении, вызывает смещение всей кривой спроса вправо вверх, тогда устанавливается новый более высокий уровень равновесной цены и новый больший объём количества продаж товаров.
В свою очередь, рост производительности труда, снижение издержек производства при прежних ценах будут стимулировать увеличение выпуска продукции – изменится положение кривой предложения, которая сместится вправо вниз. В результате положение точки равновесия изменится, а равновесная цена установится на более низком уровне ($P_{.1}$). И наоборот, снижение предложения – смещение кривой влево – установит более высокую равновесную цену ($P_{.2}$) и меньшее количество продаж товара (Q_2).

На основании сделанного анализа можно прийти к следующим выводам:

- Увеличение спроса вызывает рост равновесной цены и равновесного количества товара;

- Уменьшение спроса приводит к паданию равновесной цены и равновесного количества товара;
- Рост предложения влечёт за собой уменьшение равновесной цены и увеличение равновесного количества товара;
- Сокращение предложения ведёт к увеличению равновесной цены и уменьшению равновесного количества товара.

В теории рыночного равновесия важное значение уделяется элементу времени, т.е.:
А) мгновенное равновесие – когда предложение неизменно;
Б) краткосрочное равновесие – когда предложение растёт без увеличения оборудования;
В) длительное равновесие – когда производители заменяют и увеличивают оборудование, а количество самих производителей может изменяться за счёт свободного входа и выхода их из отрасли.

Тема 5: Эластичность спроса и предложения.

Цель лекции: дать понятие эластичности. Показать алгебраический и графический виды эластичности спроса, объяснить природу возникновения и определения перекрёстной эластичности и её формы. Эластичность предложения.

ПЛАН:

1. Понятие эластичности. Точечная и дуговая эластичности спроса.
2. Перекрёстная эластичность и её формы. Эластичность предложения.

Понятие эластичности. Точечная и дуговая эластичности спроса

Различные товары отличаются друг от друга по степени изменения спроса под воздействием того или иного фактора. Степень реакции спроса на эти факторы поддаётся количественному измерению с помощью коэффициента эластичности спроса.
Рассмотрим различные варианты коэффициента эластичности спроса и предложения.

1. Коэффициент эластичности спроса по цене.

Эластичность спроса относительно цены показывает, насколько изменяется объём спроса при изменении цены на 1%. Эластичность спроса по цене определяется как отношение процентного изменения объёма спроса к процентному изменению цены, то есть

E^D_p = % изменения Q / % изменения P,

где E^D_p - коэффициент эластичности по цене, Q – количество товара, на который предъявлен спрос, P. – рыночная цена товара.

Если $E^D > 1$, спрос называется эластичным, если $E^D = 1$ – то спрос единичный, если $E^D < 1$ – то спрос неэластичен относительно цены товара.

В микроэкономике различают точечную и дуговую эластичность.

Точечная эластичность определяется при помощи проведения касательной к кривой спроса и определяется по формуле:

$E^D_p = [\#Q / Q] / (\#P / P) = - (\#Q / \#P) \times (P / Q)$.

Эластичность – мера реакции одной экономической переменной на изменение другой

Эластичность спроса на товар - это ***процентное соотношение между изменением в цене или доходе и изменением спроса.***

$$E(p) = \frac{\delta Qd\,(\%)}{\delta P(\%)}$$

E (p) – эластичность спроса по цене;
(Qd (%) – процентное изменение спроса;
(P (%) – процентное изменение цены.

Пример.

Если величина спроса на товар составляла 10000 единиц, а затем уменьшилась на 2 500, то произошло изменение спроса на 25%.

Однако увеличение спроса на данный товар с 7500 единиц до 10000 даст 33% увеличение спроса.

Поэтому в экономической теории используют более универсальный метод, названный формулой средней точки Аллена.

Тогда:

$$\delta Qd\,(\%) = \frac{Qd_2 - Qd_1}{\frac{1}{2}(Qd_2 + Qd_1)} x\ 100\%,$$

где Q_2 и Q_1 – конечный и начальный спрос;

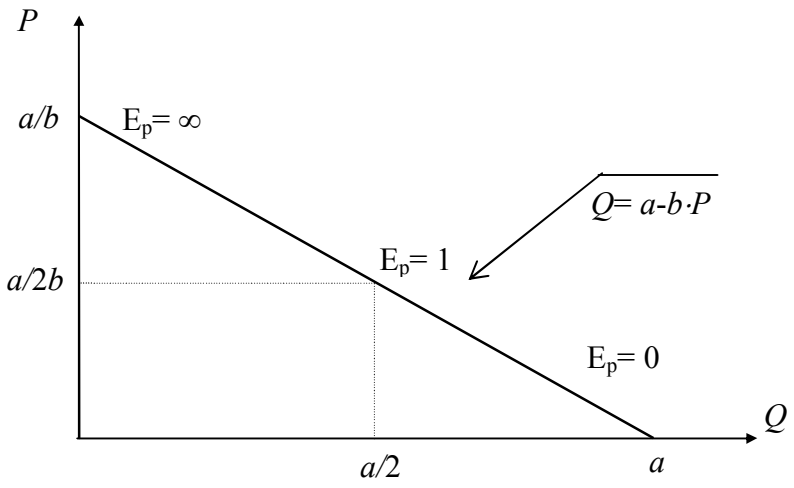
$$\delta P(\%) = \frac{P_2 - P_1}{\frac{1}{2}(P_2 + P_1)} x100\%,$$

где P_2 и P_1 – конечная и начальная цена.

Выделяют несколько видов эластичности спроса по цене в зависимости от величины коэффициента эластичности.

E > 1 – эластичный спрос (на товары роскоши);
E < 1 – неэластичный спрос (на предметы первой необходимости);
E = 1- спрос с единичной эластичностью (зависит от индивидуального выбора);
E = 0 – совершенно неэластичный спрос (соль, медикаменты);
$E \to \infty$ – совершенно эластичный спрос (в условиях совершенного рынка).

Дуговая эластичность – показывает среднюю реакцию спроса на изменение цены товара, выраженной кривой спроса на некотором отрезке D_1D_2.



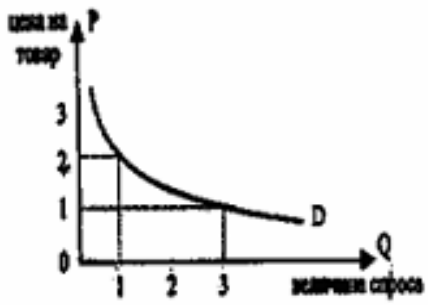
Дуговая эластичность определяется по формуле:

$$E^D_p = - (\#Q / \#P) \times (P / Q) = - (Q_2 - Q_1) / (P_2 - P_1) \times (P_2 + P_1) / (Q_2 + Q_1).$$

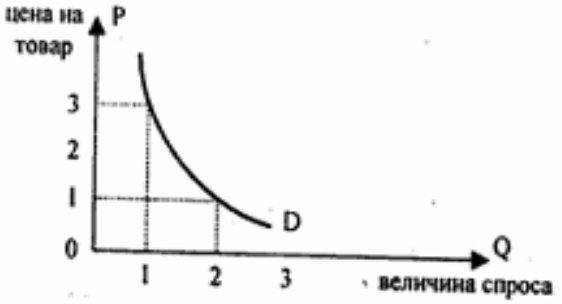
При эластичном спросе ($E^D > 1$, когда падение цены вызывает резкое увеличение спроса) – объём реализации возрастает, при единичной эластичности ($E^D = 1$) – объём продаж не изменяется, при неэластичном спросе ($E^D < 1$) снижение цены вызывает лишь незначительное увеличение количества продаж товара, так что выручка падает.

Эластичность спроса

А) эластичный спрос (Ed >1)



Б) неэластичный спрос (Ed<1)



Закон ценовой эластичности:

1) если спрос эластичен, изменение цены вызовет изменение общей выручки в обратном направлении.

2) если спрос не эластичен, изменение цены вызовет изменение общей выручки в том же направлении.

Эластичность спроса по доходу

показывает, какова реакция потребителя на изменения в его доходах при неизменности цен.

$$Ed(y) = \frac{\delta Qd(\%)}{\delta Y(\%)},$$

где sY (%) – процентное изменение дохода

Для нормальных товаров повышение дохода вызывает повышение спроса (доход и спрос меняются в одном направлении - эластичность спроса по доходу является положительной).

Для товаров низшего качества увеличение дохода вызывает уменьшение спроса (доход и спрос меняются в противоположных направлениях - эластичность спроса по доходу является отрицательной).

Перекрестная эластичность

характеризует **чувствительность спроса на один товар при изменении цен на другой.**

$$E(k) = \frac{\delta Q_1(\%)}{\delta P_2(\%)}, \quad \text{где}$$

E (k) – перекрестная эластичность;

(Q_1 (%) – процентное изменение спроса на один товар;

(P_2 (%) – процентное изменение цены на другой товар.

С помощью коэффициента эластичности можно определить следующие виды перекрестной эластичности:

а) E (k) > 0 для товаров-субститутов;

б) E (k) < 0 для товаров- комплементов;

в) E (k) = 0 для индифферентных (независимых) товаров.

Перекрёстная эластичность и её формы. Эластичность предложения

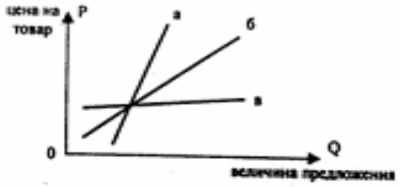
Эластичность предложения товара (по цене) – это процентное соотношение между изменением в цене и изменением предложения.

$$Es(p) = \frac{\delta Qs(\%)}{\delta Ps(\%)}$$

E <1-не эластичен
E =1-ед.э.
E >1 -эластичный
E → S-совершенно эластичный

На эластичность предложения влияет **только фактор времени.**

Различный рад периодов для анализа предложения в **кротчайший** - все факторы постоянны,
краткосрочный - отдельные факторы переменны,
долгосрочный - все факторы переменны.
Чем больше у производителей времени на принятие решения о производстве того или иного товара тем, эластичнее предложение.



Теория эластичности спроса и предложения имеет важное практическое значение.

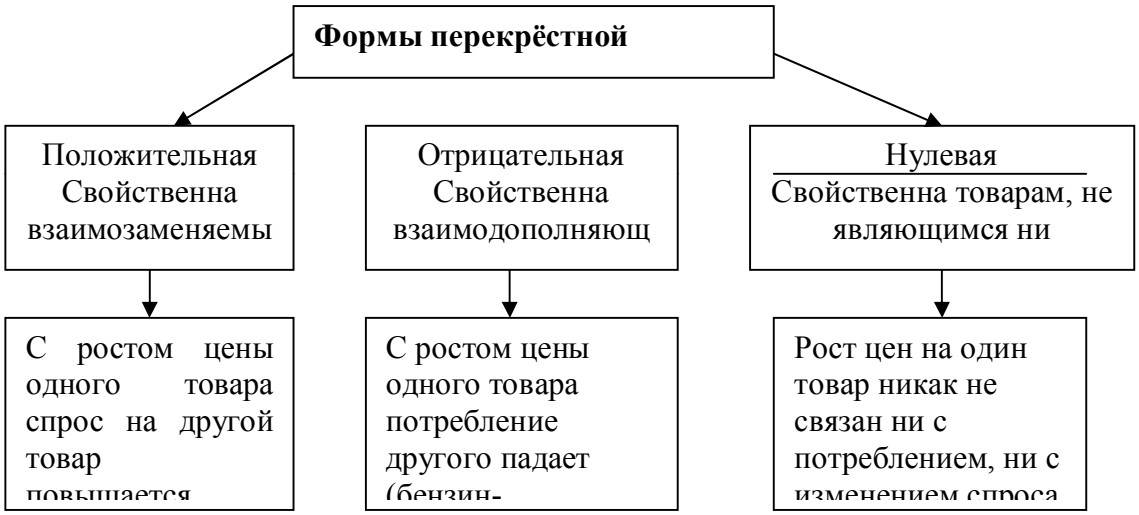
Эластичность спроса является важным фактором, влияющим на ценовую политику фирмы.

Другим примером фактического использования теории эластичности является государственная налоговая политика, а также политика в области занятости.

Так как объём спроса зависит не только от цены данного товара, но также от цен товаров заменителей и дополнителей, то для характеристики данного процесса используется *перекрёстная эластичность спроса по цене*, которая измеряет чувствительность объёма спроса на один товар относительно изменения цены другого.
Существуют следующие формы перекрёстной эластичности.

Перекрёстная эластичность исчисляется отнесением процентного изменения количества одного товара (спрашиваемого - $\#Q_i$) к процентному изменению цены другого товара ($\#Pj$):

$E_p = (\#Q_i / Q_0) / (\#Pj / P_0)$.



Реакция объёма спроса на изменение доходов покупателей определяется *эластичностью спроса по доходу*.

$$E^{D}_{R} = \frac{\text{Процентное изменение объёма спроса (Q)}}{\text{Процентное изменение дохода P.}}$$

где E^{D}_{R} – коэффициент эластичности спроса по доходу, $_{R}$ – доход.

Степень изменения объёма предложения в зависимости от изменения цены характеризует *эластичность предложения по цене.* Он рассчитывается как отношение объёма предложения (в %) к росту цен (в %), т.е. по формуле:

$$E^{S}_{P} = \frac{\text{Процентное изменение S}}{\text{Процентное изменение P}}$$

где E^{S}_{P} – коэффициент эластичности предложения, S – предложение, P – цена.

Тема 6: Теория потребительского выбора

Цель лекции: ввести студентов в курс теории потребительского выбора, объяснить факторы, оказывающее влияние на потребительский выбор, дать понятие кривых безразличия и их свойств, определить графическое изображение кривой «цена-потребление» и иных кривых.

ПЛАН:

1. Полезность – основа выбора потребителя.
2. Кривые безразличия и их свойства.
3. Кривые безразличия и иные кривые

Полезность – основа выбора потребителя

Потребительское поведение – процесс формирования спроса потребителей на разнообразные товары и услуги, что определяет развитие их производства и предложения на рынке

Теория потребительского поведения
основана на предположении, что
потребители ведут себя на рынке рационально (не под воздействием чувств и эмоций), т.е.
потребители располагают свои потребности в соответствии с собственными предпочтениями, стремясь приобрести такой набор благ, который обеспечил бы ему максимальное удовлетворение его потребностей при неизбежно ограниченном размере его денежного дохода

Кардиналистская (количественная) **теория полезности**

Полезность любого блага может быть измерена с помощью гипотетических единиц – **ютилей.** Потребитель в состоянии оценить степень удовлетворения, приносимую ему получением тех или иных товаров. (Напр., он может сказать, что полезность потребления им одной булочки на завтрак = 10u, 2-х булочек = 17u, двух булочек и чашки кофе = 25u и т.д.
Предельная полезность обозначается буквами - MU (marginal utility).

каждая **дополнительная единица потребляемого блага приносит** потребителю дополнительную (маржинальную) или **предельную полезность**

полезность блага для потребителя снижается с каждой последующей порцией товара - т.е. **маржинальная полезность каждой последующей единицы меньше, чем предыдущей**

сумма предельных полезностей всех единиц потребляемого блага образует общую, или совокупную, **полезность** блага.(Если полезность 1-го яблока = 6u, 2-го = 4u, 3-го = 1u, то общая полезность составит 6+4+1=11u) 11 ютилей

предельная полезность блага будет определяться полезностью последней единицы в наборе (в нашем примере MU = 1u).

Основными агентами на рынке готовой продукции являются домохозяйства и фирмы. Поведение домохозяйств определяет спрос на товары и услуги. Поведение фирм-производителей характеризует предложение товаров и услуг.

Эта проблема представляет не только теоретический, но и практический интерес. Как потребителю сориентироваться среди обилия товаров и услуг, как сделать выбор, при котором полезность была бы максимальной, а затраты – минимальными? Потребители чаще всего ищут ответы на эти вопросы интуитивно, на основе опыта, методом проб и ошибок. Предприниматели расходуют на изучение спроса немало средств, пытаясь понять особенности потребительского выбора и воздействовать на поведение домохозяйств. Что же лежит в основе поведения потребителя? Основными теоретическими подходами,

Полезность - свойство товаров и услуг обеспечивать удовлетворение материальных и духовных потребностей, т.е. свойство быть источником удовольствия.

Общая (TU)- полезность, получаемая от всего набора потребляемого блага, возрастает по мере приобретения дополнительных единиц блага.

Предельная (маржинальная - MU) - полезность, приносимая каждой дополнительной единицей приобретаемого блага. По мере насыщения потребности маржинальная полезность **имеет тенденцию к сокращению**

Предельная полезность товарного набора **определяется полезностью последней единицы потребляемого товара**

В качестве счетной единицы **используется гипотетическая единица и - «ютиль» (от англ. – полезность)**

***Ординалистская (порядковая)* теория полезности**

Потребитель в состоянии упорядочить все возможные товарные наборы в соответствии с «предпочтительностью» с его субъективной точки зрения

1) объясняет поведение потребителя на рынке с помощью «***эффекта дохода***» и «***эффекта замещения***»

2) инструментом анализа служат:
- **кривые безразличия**
- **бюджетная линия**

«***Эффект дохода***» - если цена товара снижается, то покупательная способность дохода потребителя увеличивается
Напр., доход потребителя - 200 руб. Он сможет приобрести 20 кг картофеля по цене 10 руб. за кг. Если цена снизится до 5 руб., потребитель сможет купить 40 кг

«***Эффект замещения***» - при снижении цены на товар люди стремятся заменить подешевевшим благом другие, относительно дорогие товары и услуги.

Подешевевший картофель заменит другие продукты, напр., крупы и макаронные изделия.

объясняющими поведение потребителя, являются теория предельной полезности и анализ кривых безразличия/.

Представим, что всё многообразие товаров на рынке сведено к двум продуктам. Это не будет большим прегрешением против действительности, поскольку часто в быту вопрос стоит именно так: купить на обед продукты или купить одежду, автомобиль или заплатить за обучение сына.

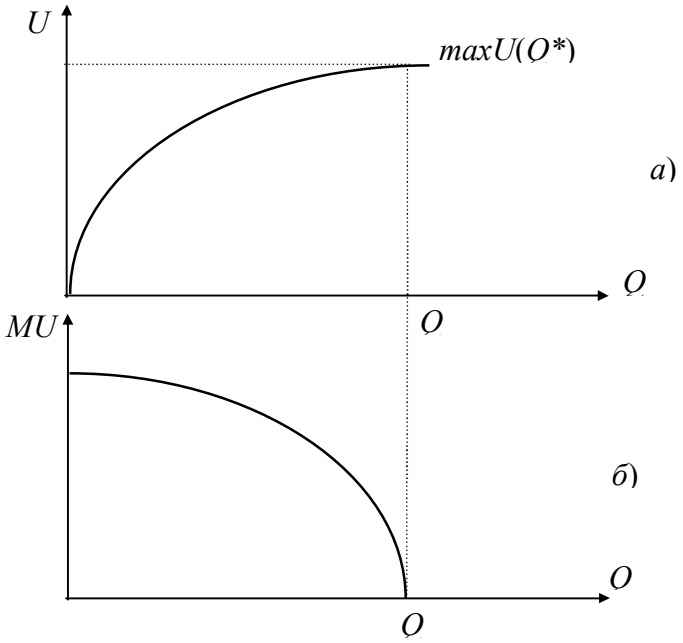
Если весь доход будет потрачен исключительно на приобретение товара А, то на вертикальной оси мы получим точку, показывающую, сколько единиц этого товара можно будет потребить. Это количество товаров определяется, с одной стороны, доходом потребителя и, с другой стороны, ценой товара А. Если весь доход будет потрачен на приобретение товара В, количество единиц товара В (в зависимости от его цены) будет отображено соответствующей точкой на горизонтальной оси. Соединив эти две точки, мы получим бюджетную линию, или линию бюджетного ограничения.

Рис.1. Бюджетная линия.

Бюджетная линия – есть совокупность точек, каждая из которых показывает некоторую комбинацию из двух товаров А и В, которых можно приобрести полностью израсходовав весь доход. Все точки слева от бюджетной линии характеризуют возможные выборы для потребителя. Однако, при этом его бюджет не будет использован целиком. Точки, находящиеся справа от бюджетной линии, находятся вне бюджетных возможностей данного потребителя. Соответствующие этим точкам рыночные решения не могут быть приняты.

Совокупность точек слева от бюджетной линии и всех точек, принадлежащих самой бюджетной линии, характеризует область допустимых значений потребительского выбора при данном уровне дохода и заданных ценах, или поле выбора. Поле выбора может менять свою форму и размеры в зависимости от размеров дохода, цены товара А и цены товара В. При изменении одного только дохода бюджетная линия будет перемещаться параллельно вправо, если доход растёт, и влево, если величина дохода падает.

Если же цена товара А растёт, а цена товара В неизменна и доход остался прежним, то бюджетная линия изменит угол своего наклона. При прежнем бюджете покупатель сможет купить меньше подорожавшего товара А. Следовательно, бюджетная кривая пересечёт горизонтальную ось в прежней точке (цена товара В не менялась), а вертикальную ось – на более низком уровне.



Q -неъмат ми=дори

Бюджетная линия несколько опустится вниз, а поле возможностей потребителя сократится.

В микроэкономике существует понятие предельной полезности выбора потребителя. *Предельная полезность* это есть полезность от потребления дополнительной единицы продукта или услуги (MU). Сумма предельный полезностей есть совокупная полезность данного количества одноимённого товара (TU).

Рациональный покупатель обязательно сопоставит свой выигрыш (предельную полезность) с предельными издержками.

Предельными издержками потребителя будут затраты на приобретение дополнительной единицы товара. При совершенной конкуренции предельные издержки равны цене этого товара. Покупка и потребление очередной единицы одноимённого товара имеет смысл только в том случае, если предельная полезность будет больше, чем предельные издержки. Положительная разница между предельной полезностью и предельными издержками (ценой товара) составляет предельный выигрыш потребителя. Этот показатель означает, что потребитель оценивает данную единицу товара выше уровня рыночной цены.

Кривые безразличия и их свойства

Кривые безразличия – это геометрическое место точек, каждая из которых соответствует комбинации товаров X и Y, приносящих одну и тужу совокупную полезность потребителю. Другими Словами, потребитель безразличен по отношению к точкам A, B, C и т.д., лежащим на кривой, поскольку в результате потребления любой из соответствующих этим точкам комбинаций двух товаров он получит равнозначную полезность.

Потребители имеют возможность выбирать между комбинациями доступных им товаров и услуг. В данном случае потребитель имеет три возможности: предпочесть товар A товару B, или предпочесть товар B товару C. Если потребитель предпочитает благо A благу B, а благо B – благу C, то при выборе между A и C он всегда предпочтёт A.

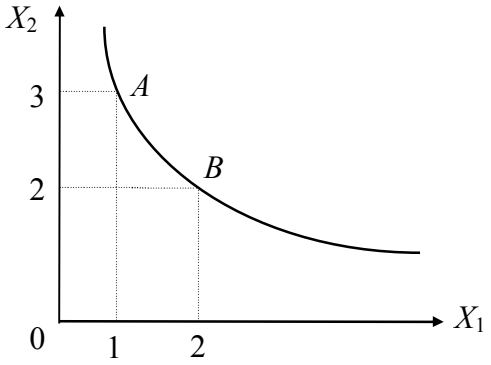


Рис. 3. Кривая безразличия

Зависимость полезности товара от количества его потребления
(закон убывающей предельной полезности)

Q (quantity) – количество товара,
U (usefulness) – полезность товара.

Бюджетная линия

Линия MN – бюджетная линия или линия возможностей потребителя. Показывает сколько товаров А и В может приобрести потребитель при фиксированном денежном доходе.

Бюджетные ограничения – денежный доход потребителя, в пределах которого может быть предъявлен спрос на отвечающие его запросам блага и услуги.
Кривые безразличия – кривые, показывающие все комбинации (наборы) потребления товаров, которые имеют для потребителя одинаковую совокупную полезность.
Карта безразличия – совокупность кривых безразличия, каждой из которых соответствует разный уровень полезности.

Кривые и карты безразличия

Кривая II – кривая безразличия. Показывает наборы (комбинации) потребления товаров А и В, которые имеют для потребителя одинаковую совокупную полезность.
В зависимости от уровня удовлетворения потребностей кривая II может занимать положение I, III, IV и др.
Набор кривых безразличия I, II, III, IV на графике образуют карту безразличия

Кривые безразличия обладают следующими свойствами:

1. Кривых безразличия на каждой карте может быть бесконечно много;
2. Кривые, расположенные дальше от начала координат, соответствуют более высоким уровням совокупной полезности.
3. Кривые безразличия, принадлежащие одной карте предпочтений, никогда не пересекаются, так как каждая из них показывает только один уровень полезности, отличный от других;
4. Кривые выгнуты в сторону начала координат.

Кривые безразличия и иные кривые.

На основе кривых безразличия и бюджетных ограничений можно вывести обычную *кривую спроса.* На рис. 4 изображено, как поворачивается бюджетная линия, меняя свой наклон, в результате понижения цены товара X с $P_{.1}$ до $P_{.4}$. Каждая из соответствующих бюджетных линий (B_1, B_2, B_3, B_4) касается особенной кривой безразличия (I_1, I_2, I_3, I_4). В каждом случае рациональный выбор потребителя представлен иным набором товаров X и Y.

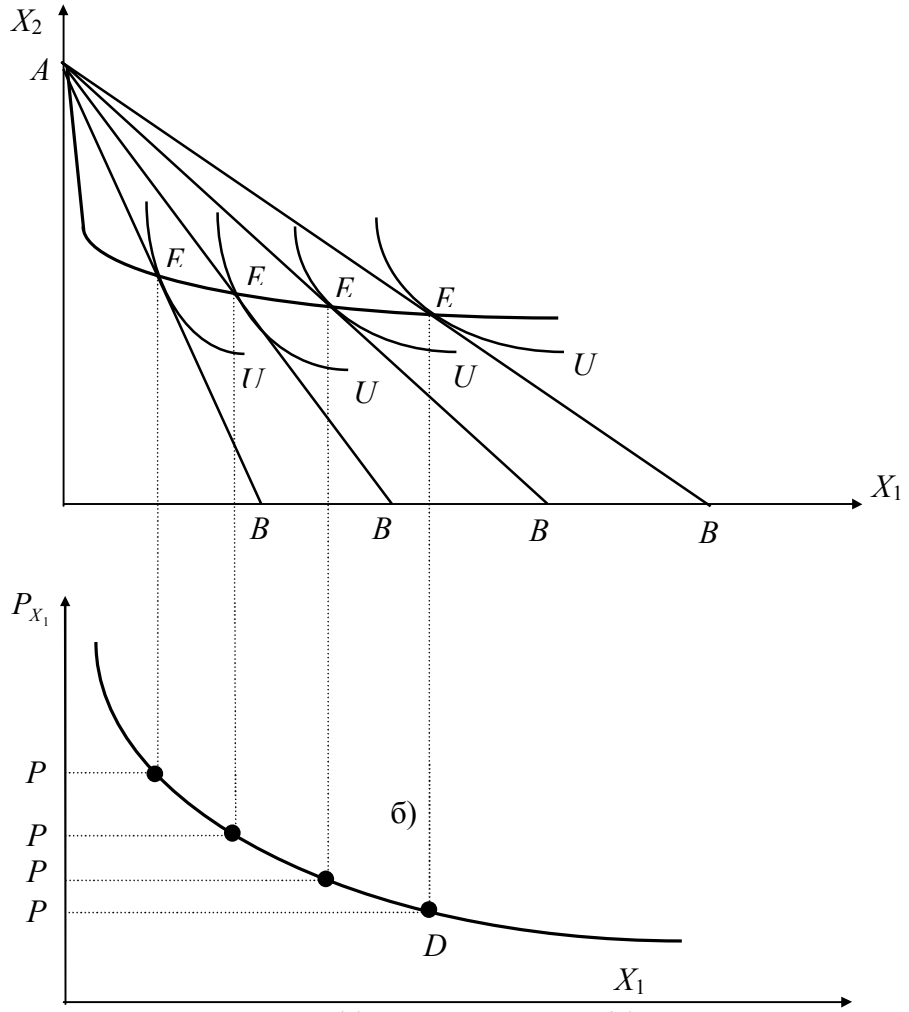


Рис.4. Кривая цена-потребление (а) и кривая спроса (б)

Пусть зафиксированные уровни цены товара X равны $P_{.1}$, $P_{.2}$, $P_{.3}$, $P_{.4}$. Кривая спроса представлена эластичной кривой спроса ДД. Отметим оптимальные количества потребления товара X для каждого из указанных уровней цены. Соотнеся эти объёмы спроса с ценами на товар X, получим четыре точки на нижнем графическом поле. Эти точки принадлежат кривой спроса на товар X.

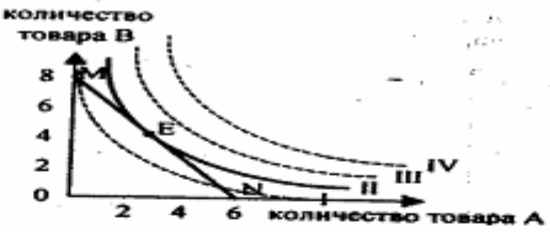
Таким образом, оба указанных на рис. 4 графика взаимосвязаны и по-разному освещают изменение цен на товар и соответствующее изменение характера потребления.

Кривая «цена-потребление». Мы убедились, что при изменении цены одного из двух товаров меняется поведение потребителя. Этот процесс может быть проиллюстрирован при помощи так называемой кривой «цена-потребление».

На рис. 4 изображены кривые безразличия I_1, I_2, I_3, I_4. Также отмечены повороты бюджетной линии в соответствии с изменением цены товара X. Каждая бюджетная линия имеет свою собственную точку касания с определённой кривой безразличия I. Это точки A, B, C, Д. Каждая точка касания характеризует оптимальный выбор потребителя, наиболее рациональную комбинацию двух товаров, которая при данном уровне дохода и при данном уровне товарных цен

максимизирует полезность потребителя. Соединив точки рационального выбора А, В, С, Д получим кривую, называемую кривой «цена-потребление».

Предельная полезность при фиксированном денежном доходе



Точка Е – набор товаров А и В, который дает потребителю наивысшую полезность

Убывающая предельная полезность помогает объяснить закон спроса.

Кривая спроса совпадает с кривой предельной полезности, т. к. с увеличением количества товара цены на каждую единицу падают.
Это происходит из-за снижения полезности от потребления каждой дополнительной единицы товара.

Линия бюджетного ограничения - линия, уравнение которой можно записать следующим образом:

$$I = P_1 Q_1 + P_2 Q_2,$$

где I – доход потребителя;
P_1; P_2 – цена товаров А и Б;
Q_1; Q_2 – количество товаров А и Б.

Точка касания кривой безразличия с линией бюджетного ограничения показывает ***положение равновесия потребителя (оптимум потребителя).***

В оптимальной точке (Е) величина дополнительной полезности в расчете на одну денежную единицу должна быть одинакова для всех товаров и услуг.

Потребительское равновесие достигается, когда отношения предельных полезностей отдельных товаров к их ценам равны:

$$MU_1 : P_1 = MU_2 : P_2$$

Выводы.
1. Теория потребительского поведения исходит из рационального поведения потребителей и предполагает, что потребители, выбирая из двух товаров, так распределят и потратят свой доход, что бы получить от этой комбинации максимальную полезность, т.е. выберут точку потребительского оптимума.
2. Максимизация полезности и потребительское равновесие достигается в той единственной точке, где кривая безразличия проходит по касательной с линией бюджетных ограничений.
3. Точка потребительского оптимума рассчитывается исходя из бюджетного ограничения в форме дохода, на который он может рассчитывать при покупке.
4. Точку оптимума для двух товаров можно рассчитать по формулам:

$$X1 = I/2*P1,$$

$$X2 = I/2*p2$$

5. Модель потребительского поведения составляет основу формирования индивидуального спроса на любой товар.

Тема 7: Эффект дохода и эффект замещения

Цель лекции: дать понятие эффекта дохода и эффекта замещения, объяснить их различия. Определить влияние эффекта замещения в выборе потребителя. Сущность парадокса Гиффена и его проявление.

ПЛАН:

1. Эффект дохода при выборе потребителя.
2. Эффект замещения. Парадокс Гиффена.

Эффект дохода при выборе потребителя

По мере продвижения вправо по оси X, т.е. по мере увеличения потребления одноимённого продукта в заданное время, мы всё меньше ценим данный продукт, а при его изобилии и доступности (например, вода) вообще не ценим, не бережём и не собираемся платить за приобретение ещё одной дополнительной единицы продукта. Поэтому кривая спроса будет всё больше склоняться к оси X.

Вместе с тем, если продукт является редким и в силу этого его потребление сильно ограничено (бриллиант, иномарки последнего поколения и т.п.), люди склонны, очень высоко оценивать полезность такого продукта т готовы платить большие деньги за приобретение единицы этого товара.

В связи с этим рассмотрим эффект дохода и эффект замещения в потребительском поведении.

Изменения цен неоднозначно влияют на поведение домохозяйств как потребителей. Экономисты различают два следствия от ценовых изменений, известных как эффект дохода и эффект замещения.

Эффект дохода. При прочих равных условиях понижение цены товара X ведёт к росту благосостояния домохозяйств-потребителей. Понижение цены равнозначно увеличению дохода, который можно истратить на приобретение большего, чем ранее, количества товара X, равно как и любого другого товара или услуги. При этом произойдёт перемещение вниз по кривой спроса на товар X и параллельный сдвиг вправо кривой спроса на другие товары (например, на товар У).

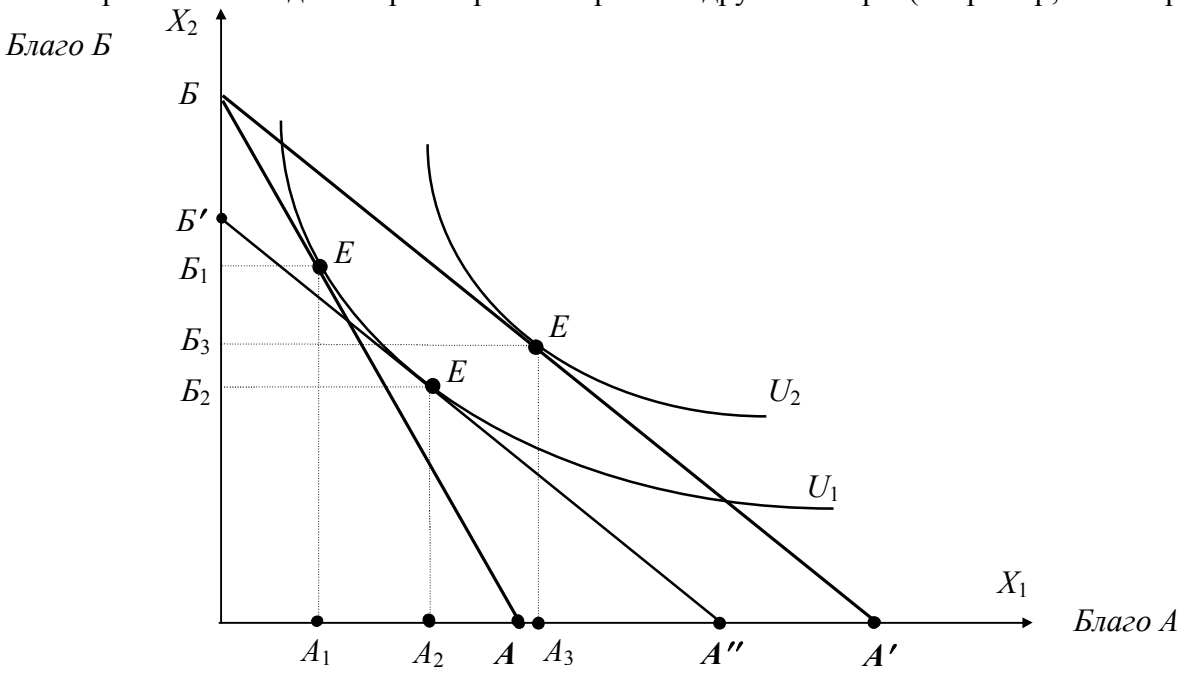


Рис. 1. Эффект дохода для нормальных товаров.

Эффект дохода от понижения цены товара X состоит в увеличении потребления товара X в связи с ростом благосостояния. Это равнозначно повышению реального дохода, т.е. бюджетная линия передвигается параллельно вправо.

Теперь определим, каким *должен был бы быть денежный доход* потребителя, чтобы при изменившемся соотношении цен обеспечить ему прежний уровень удовлетворения. Для этого проведем вспомогательную бюджетную прямую *K'L*▒, параллельную линии KL_1 (т.е. отражающую новое соотношение цен), так, чтобы она касалась кривой безразличия U_1U_1 (т.е. обеспечивала бы прежний уровень удовлетворения). Отметим точку касания E_3 и соответствующий объем потребления товара X_3-

Заметим, что при переходе от первоначального к дополнительному (расчетному) оптимуму (от E_1 к E_3) реальный доход потребителя не меняется, он остается на прежней кривой безразличия U_1U_1. Значит, сдвиг от E_1 к E_3 и характеризует *эффект замены* товара *Y* относительно подешевевшим товаром *X*. Он равен разности $X_3 \approx X_1$. Следовательно, *эффект дохода* составит $X_2 \approx X_3$- Заметим также, что в результате действия эффекта дохода потребление обоих товаров в точке E_2 выше, чем в точке E_3.

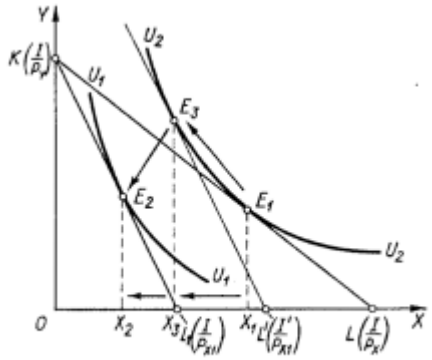


Рис. 3.17. Эффект замены и эффект дохода по Хиксу. Цена *X* повышается.

Такое же разложение общего эффекта может быть выполнено и для случая, когда цена товара *X* повышается (рис. 3.17). Здесь результатом повышения цены является перемещение оптимального положения потребителя на более низкую кривую безразличия U_1U_1. Общий эффект повышения цены товара *X* сводится к снижению его потребления с X_1 до X_2. При этом *эффект замены* составит $X_1 \approx X_3$, *эффект дохода* $\approx X_3 - X_2$. Заметим, что в обоих случаях эффект замены характеризуется движением вдоль одной и той же кривой безразличия, а эффект дохода ≈ переходом с одной кривой на другую.

Эффект замены всегда отрицательный. Снижение цены одного товара побуждает потребителя увеличивать его потребление, сокращая потребление другого товара (или группы товаров). Повышение цены побуждает его к замещению этого товара другими, относительно подешевевшими.

Эффект замещения

Эффект замещения. При падении цены товара X он становится относительно дешевле прочих, а потому более привлекательным для потребителей. В результате может принципиально измениться структура потребления домохозяйства, а именно увеличиться потребление товара X за счёт сокращения потребления других товаров, в первую очередь товаров-заменителей. Это явление получило название эффекта замещения. Графически его можно продемонстрировать в виде параллельного смещения кривой спроса на товар У влево. Например, если цена на сливочное масло понижается, люди отдадут предпочтение маслу и будут меньше покупать маргарина, независимо от его цены. При этом кривая спроса на маргарин переместится параллельно влево.

Парадокс Гиффена.. Эффект дохода и эффект замещения имеют место только в случае нормального товара. Но, если речь идёт о товаре низшего класса, то при повышении его цены люди всё равно будут потреблять данный товар, так как товар высшего порядка станет им не по карману.
Теоретически невозможно предсказать, какой из двух эффектов будет больше. Здравый смысл и экономическая жизнь подсказывают, что эффект замещения должен быть больше и в конечном итоге повышение цены товара вызовет сокращение его потребления.

Тема 8: Рынок и риск

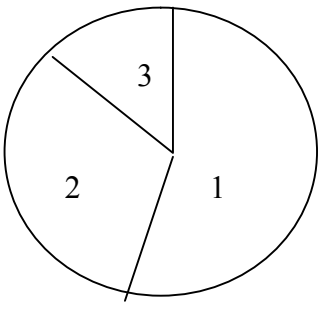
Цель лекции: дать понятие рынка, раскрыть условия возникновения и функции рынка, определить условия неопределённости и риска в рыночной экономике, выявить рассчитать возможные экономические потери и прибыль фирм в условиях неопределённости.

ПЛАН:

1. Понятие рынка, условия возникновения и функции рынка.
2. Рынок и неопределённость.
3. Экономические потери и прибыль фирмы в условиях неопределённости.

Понятие рынка, условия возникновения и функции рынка

Рынок – одна из самых распространённых категорий в микроэкономике, одно из основных понятий хозяйственной практики и экономической теории. Наряду с этим, рынок – это обязательный компонент товарного хозяйства.
Объективная необходимость рынка обусловлена теми же причинами, которые вызывают необходимость существования товарного производства. Важнейшими историческими условиями возникновения рынка являются следующие.
Первое условие – *общественное разделение труда и специализация.* В любом многочисленном сообществе людей никто из участников хозяйства не может жить за счёт полного самообеспечения всеми производственными ресурсами, всеми экономическими благами. Отдельные группы людей занимаются самыми разнообразными видами хозяйственной деятельности, т.е. специализируются на производстве тех или иных товаров и услуг. Это положение объясняется принципами сравнительного преимущества, т.е. производством продукции при относительно меньших издержках упущенных возможностей.
Второе условие – *экономическая обособленность производителей*, полностью независимых, автономных в принятии хозяйственных решений (что производить, как производить, кому продавать произведённую продукцию). Эта обособленность исторически возникает на базе частной собственности и затем распространяется на коллективную собственность (акционерные предприятия, кооперативы, государственные предприятия). Если в обществе субъекты хозяйственной деятельности не наделены правами собственности, то рынок существовать не может.
Современная экономическая система представляет собой совокупность различных подсистем в теснейшей взаимосвязи и взаимозависимости. Схематично экономическую систему смешанной экономики можно представить следующим образом:



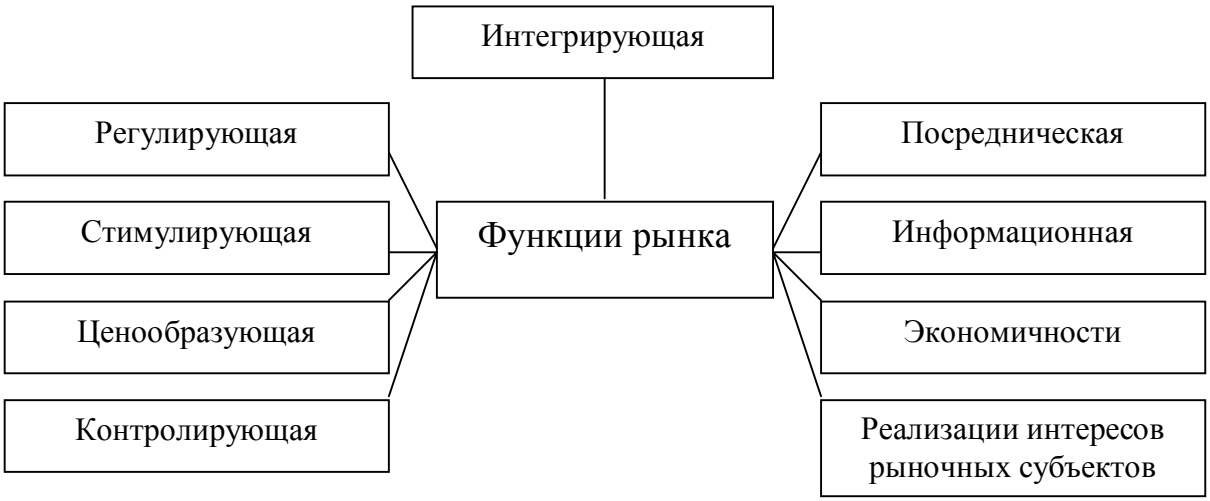
1- рынок (55%)
2- государство как подсистема хозяйствования (35%)
3- натуральное хозяйство (10%)

Как видим, в экономической системе в целом взаимодействуют три самостоятельные подсистемы, и, в зависимости от того, какая подсистема имеет наибольший удельный вес, характеризуется и вся экономическая система: если преобладает рынок, то система – рыночная, так возникает рыночная экономика; если преобладает государство, то система – административно-командная; если преобладает натуральное хозяйство, то такова и система в целом.

Итак, **рынок** – это есть совокупность конкретных экономических отношений, и связей между покупателями и продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег, отражающая экономические интересы субъектов рыночных отношений и обеспечивающая обмен продуктами труда.

Суть рыночных отношений сводится к возмещению затрат продавцов (товаропроизводителей и торговцев) и получению ими прибыли, а также удовлетворению платежеспособного спроса покупателей на основе свободного, взаимного соглашения, возмездности, эквивалентности и конкурентности.

Сущность рынка находит своё выражение в главных его экономических функциях, выражающих основное назначение данной категории.



Интегрирующая функция состоит в соединении сферы производства (производителей), сферы потребления (потребителей), а также торговцев-посредников в единый процесс активного обмена продуктами труда и услугами. Без рынка производство не может служить потреблению, а потребитель не сможет удовлетворить свои потребности.

Регулирующая функция предполагает воздействие рынка на все сферы экономики, обеспечивает согласование производства и потребления в ассортиментной структуре, сбалансированность спроса и предложения по цене, объёму и структуре, пропорциональность в производстве и обмене между регионами, сферами национальной экономики.

Рынок даёт ответы на вопросы: что производить? Для кого производить? Как производить?

Стимулирующая функция состоит в побуждении производителей к созданию новой продукции, необходимых товаров с наименьшими затратами и получением достаточной прибыли,

стимулировании НТП и на его основе – интенсификации производства и эффективности функционирования всей экономики.

Ценообразующая (эквивалентная) функция – при этом рынок сопоставляет индивидуальные затраты труда на производство товаров с общественным эталоном, т.е. соизмеряет затраты и результаты.

Контролирующая функция – выполняет роль главного контролёра конечных результатов производства. На рынке выявляется, в какой мере нуждам покупателей соответствует не только количество, но и качество товаров и услуг.

Посредническая функция обеспечивает встрече экономически обособленных производителей и потребителей с целью обмена результатами труда.

Информационная функция даёт участникам рынка информацию о спросе и предложении товаров и услуг на рынке.

Функция экономичности предполагает сокращение издержек обращения в сфере потребления (затрат покупателей на покупку товаров).

Функция реализации интересов рыночных субъектов обеспечивает взаимосвязь этих интересов по принципу: «Дай мне то, что мне нужно, и ты получишь то, что тебе нужно…». Экономический интерес продавцов состоит в получении большего дохода, а покупателя – в удовлетворении потребности с наименьшими затратами. Соединение этих интересов предполагает обмен нужными друг другу полезностями и эквивалентность рыночной сделки.

Рынок и неопределённость

Целый ряд товаров принадлежит к категории товаров длительного пользования. Это автомобили, бытовая электротехника, мебель. Эти товары приносят пользу своим владельцам на протяжении многих лет. Однако, чем больше они служат, тем труднее бывает предвидеть и оценить все издержки, связанные с их эксплуатацией. Так, купленная мебель может разочаровать нас тем, что быстро теряет внешний вид и не столь удобна, как это казалось при покупке. Поэтому, приобретая товар длительного пользования, потребитель принимает рыночные решения в условиях некоторой неопределённости. Аналогично от действует и при покупке финансовых активов, например, акций: никогда нельзя предугадать точно заранее, будет ли курс расти или падать. Это своего рода азартная игра, при котором шансы на выигрыш или проигрыш не известны. Такая ситуация характеризуется как *неопределённость.*

В противоположность неопределённости ситуация, при которой вероятность совершения какого-либо события известна, называется *риском.*

Исследователи считают, что всех людей можно разделить на три группы в зависимости от их поведения в ситуации риска: любители риска, противники риска и нейтралы.
Любители риска продолжают игру даже при неблагоприятных шансах.

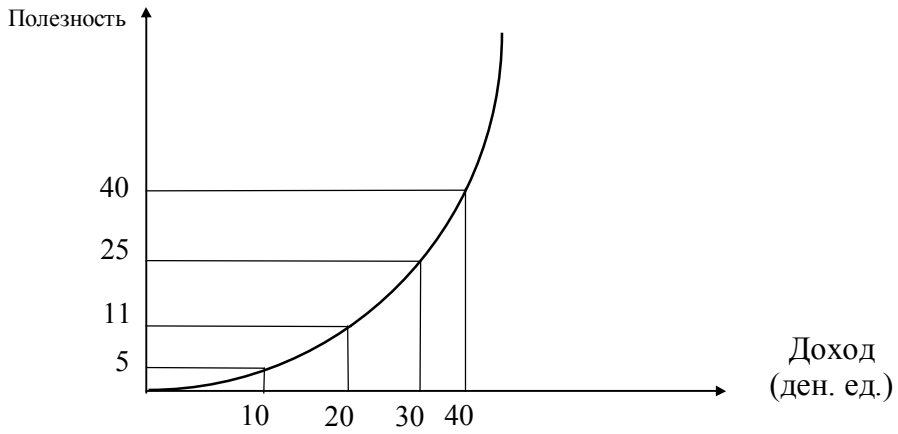


Рис. 1. График ситуации любителей риска

Нейтралы вступают в игру при благоприятных шансах и не вступают при неблагоприятных. Если шансы равные, нейтралы не высказывают предпочтения по принятию риска.

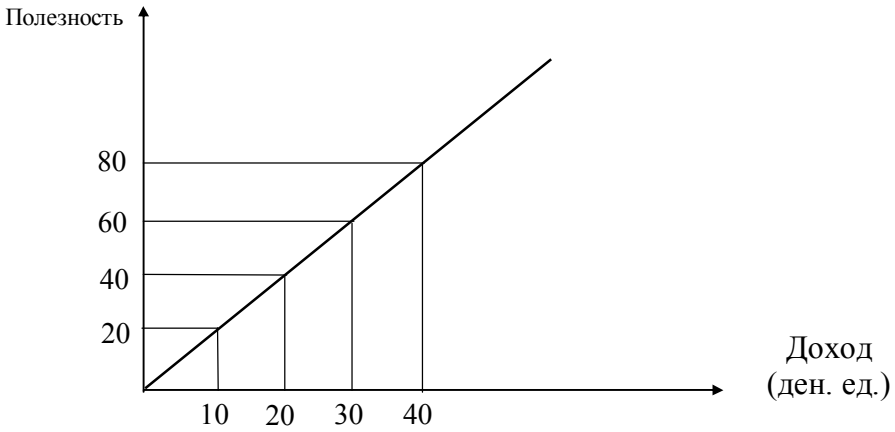


Рис.2. Нейтральная ситуация на риск

Противники риска, скорее всего, не будут рисковать вообще, даже если их шансы на выигрыш благоприятны.

Учёные утверждают, что большинство людей принадлежат к категории противников риска. Людям свойственно стремление избегать неизвестности, неопределённости, опасности и пр.

В общем случае, уклонение от риска во многих жизненных ситуациях, является рациональным поведением, максимизирующим совокупную полезность. В ряде случаев риск может быть снижен за счёт диверсификации, страхования или приобретения дополнительной информации.

Свидетельством расположения людей к риску в современных условиях является их предрасположенность к предпринимательской деятельности.

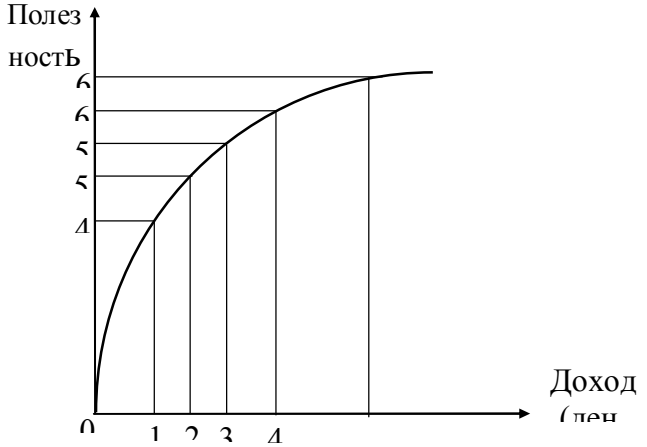


Рис. 3 . График противников риска

Экономические потери и прибыль фирмы в условиях неопределённости

Известно, что хозяйствующее звено или фирма не всегда получает экономическую прибыль. Более того, далеко не всегда фирма может получить нормальную прибыль. Ситуация на рынке может оказаться неблагоприятной, а рыночная цена может опуститься настолько низко, что общие средние издержки не будут целиком компенсироваться, следовательно, не будет и нормальной прибыли. Данную ситуацию отобразим графически на рис.4.

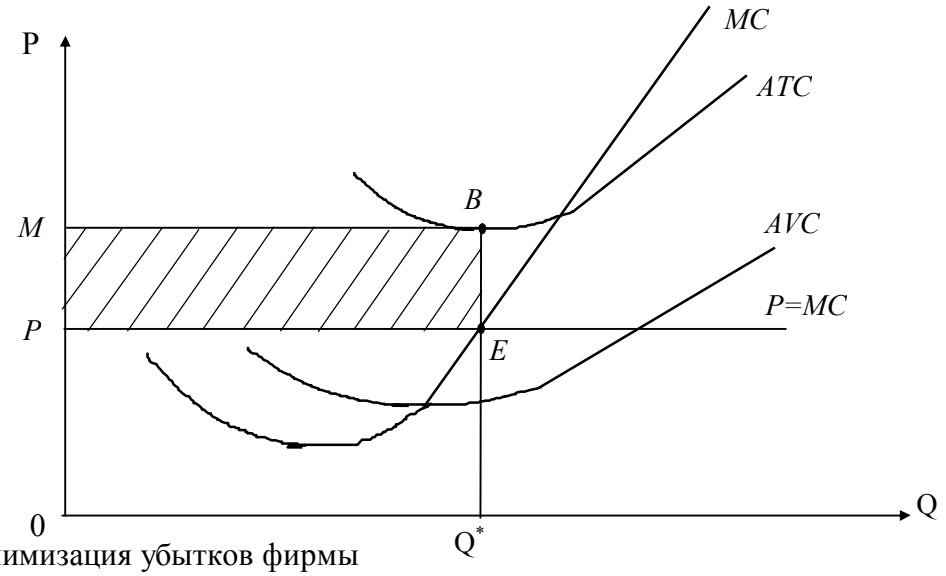


рис. 4. Минимизация убытков фирмы

Рыночная цена Р. и соответствующая ей кривая спроса на продукцию фирмы расположена ниже всей кривой средних издержек. Поэтому в точке равновесия, равно как и при любом другом объёме производства, фирма будет нести экономические убытки. Величина убытков на единицу продукта составляет разность между средними издержками и рыночной ценой продукта. На рис. 4. это соответствует интервалу ВЕ. Общая величина убытков равна площади прямоугольника МВЕР или произведению средних убытков на объём выпуска продукта.

Если фирма в данный период решит прекратить производство, то данное решение не предзнаменует освобождение от потерь. Существуют постоянные издержки, которые не зависят от объёма выпускаемой продукции. Это платежи, которые необходимо осуществлять, даже если фирма вообще ничего в данный момент не производит. Поэтому при закрытии фирма несёт убытки, равные постоянным издержкам.

Однако, помимо постоянных издержек, существуют ещё и переменные издержки. Если настоящая цена покрывает переменные издержки, то рациональным решением для фирмы будет продолжение производства, чтобы получить операционную прибыль и минимизировать издержки. На рис. 4. линия спроса проходит ниже кривой средних издержек, но в точке равновесия – выше кривой средних переменных издержек. В силу этого данная цена позволяет фирме получить **операционную прибыль** (избыток цены над средними переменными издержками, умноженный на объём выпуска продукции).

Если же рыночная цена спускается настолько низко, что она не может покрыть не только средние издержки в целом, но даже и средние переменные издержки, то в данном случае производство становится нецелесообразным даже в краткосрочном периоде.

Отсюда, сделаем вывод, что не вся кривая предельных издержек олицетворяет собой кривую предложения фирмы, а только та её часть, которая лежит выше кривой нё средних переменных издержек.

Тема 9: Фирма и её организационно-экономические основы

Цель лекции: раскрыть сущность фирм и их типы. Дать понятие организационно-экономическим основам предпринимательства, определить роль и место фирм в условиях конкуренции, определить особенности деятельности фирм в условиях Узбекистана.

ПЛАН:

1. Сущность фирмы и её типы.
2. Организационно-экономические основы предпринимательства.
3. Фирмы в условиях конкуренции.
4. Особенности деятельности фирм в условиях Узбекистана.

Сущность фирмы и ее типы

«Фирма» и «предприятие» кардинально различные категории экономической науки, хотя в литературе (зарубежной и отечественной) они отождествляются. Под предприятием следует понимать определенный производственно-технический комплекс, используемый для производства товаров или (и) услуг в любой отрасли национальной экономики. Предприятиями являются металлургический завод, автобусный парк, угольная шахта и т.д.

Фирма — это организационно-экономическая, общественная, предпринимательская форма производства. Фирма — основной агент рыночной системы любой современной страны. Как за рубежом, так и в Узбекистане имеет место значительное многообразие типов фирм.

Фирма — это имущественный комплекс, используемый собственниками этого имущества для осуществления предпринимательской деятельности. В состав фирмы входят все виды имущества, предназначенные для ее деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, нереализованную продукцию, права требований, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие ее деятельность (фирменное наименование, товарные знаки), и другие исключительные права.

При установлении размеров фирмы, масштабов ее деятельности учитывают, по крайней мере, следующее. С увеличением размеров фирмы, расширением поля деятельности значительно возрастает сложность ее деятельности, обусловленной как увеличением масштабов, так и расширением номенклатуры продукции. Возрастание сложности управления ведет к увеличению риска.

Каждая фирма (индивидуальная или коллективная) имеет свою внутреннюю структуру и статус, размеры и сферы деятельности, в которых она наиболее эффективна. Все формы предпринимательства имеют свои преимущества и недостатки.

Первоначально слово «фирма» (от ит. Firma — подпись) означало «торговое имя» коммерсанта. В настоящее время фирма-элемент любой рыночной экономики, субъект предпринимательской деятельности, обладающий экономической и юридической самостоятельностью.

В развитой рыночной экономике фирмы многообразны. Они занимаются производством товаров, их реализацией, оказанием самых различных услуг: финансовых, посреднических, информационных, консультативных, научно-исследовательских и др.

По сферам предпринимательской деятельности они могут быть промышленными, агропромышленными, сельскохозяйственными, строительными, транспортными, телекоммуникационными, торгово-посредническими, венчурными, рекламными, инжиниринговыми, юридическими и т.д.

В Узбекистане фирмы могут создаваться с правом юридического лица и преследовать извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности (коммерческие организации). Это могут быть микрофирмы и малые предприятия, совместные предприятия, общества с ограниченной ответственностью, государственные унитарные предприятия и т.п. Существует несколько подходов к объяснению возникновения и развития фирм.

Во-первых, фирма представляет собой организационно-экономическую систему, с помощью которой осуществляются производственные процессы для создания товаров и услуг.
Во-вторых, в социально-экономическом отношении фирмы - это общность людей, объединенных едиными мотивам действия.
В-третьих, фирма - совокупность взаимовыгодных контрактов. Последнее определение интересно потому, что фирма представляется не как объединение людей, машин и технологий, а как механизм реализации рыночных отношений, в основе которых лежат хозяйственные сделки - трансакции.
Можно выделить следующие виды транзакционных затрат: поиск информации о состоянии рынка - о потенциальных поставщиках и покупателях, ценах, характеристиках товаров и услуг; заключение сложных контрактов, включающих оговорки на случай непредвиденных обстоятельств; долгосрочные отношения по отдельным вопросам; периодически повторяющиеся сделки по продаже различных товаров; соблюдение условий контрактов; юридическое сопровождение выполнения контрактов.
Фирмы возникают и в связи с большими затратами на осуществление бесчисленного количества сделок.
Внутрифирменные экономические связи (внутрифирменные трансакции) охватывают многогранную деятельность фирмы по организации производства, рациональному использованию факторов производства.
Рыночные (внешние) и внутрифирменные трансакции тесным образом связаны между собой. Их соотношение детерминирует оптимальный размер фирмы, иначе можно было бы рассматривать национальную экономику как одну гигантскую фирму.

Организационно-экономические основы предпринимательства
Предпринимательство – это хозяйственная деятельность с использованием новизны, риска, изобретательства с целью получения доходов. Но в широком смысле это предприимчивость, инициативность, активность в сфере экономики.
Предпринимательство характеризуется следующими чертами:
1) экономическая самостоятельность в выборе хозяйственной деятельности и её методов;
2) новаторство;
3) полная и долевая ответственность за принимаемые решения и их последствия;
4) риск;
5) ориентация на достижение экономического успеха.
Предпринимательство выполняет особую функцию – обеспечивает развитие и совершенствование экономики, её постоянное обновление, создание инновационной среды, ломающей традиционные структуры и открывающей дорогу к новому.
Наиболее распространены следующие формы предпринимательских фирм:
А) индивидуальная;
Б) совместная;
В) инновационные фирмы – проводники НТП.
Появление предпринимательской деятельности связано с потребностью человека в свободном самовыражении личности в хозяйственной деятельности. В этом смысле оно существует с момента возникновения человеческого общества.
Предпринимательство – это одна из форм бизнеса. Бизнес, в свою очередь, представляет собой систему, охватывающую экономические действия всех хозяйственников в единое целое.
Классификация форм бизнеса осуществляется на основе самых разнообразных критериев. Выделяют потребительский (домашнее хозяйство) и трудовой (сделки наёмного труда и т.д.) бизнес. С учётом размеров бизнеса различают мелкий, мельчайший (микро), средний и крупный. По формам собственности можно выделить частный, государственный и коллективный бизнес. С учётом сферы приложения капитала можно говорить о бизнесе в промышленности, торговле, образовании, агробизнесе и т.д. По степени интернационализации капитала можно выделить национальный и международный бизнес (транснациональные корпорации) и др. На основе

развития организационных форм бизнеса выделяется простая кооперация, мануфактура, фабрика, акционерное общество, монополии, международные концерны. По правовому (юридическому) положению можно выделить индивидуальные фирмы, полное товарищество, кооперативы, смешанное общество и т.д.

Фирма в условиях конкуренции

Условия, в которых протекает рыночная конкуренция, иными словами, рыночная структура, могут быть разными. Структура рынка определяется количеством и размерами фирм, характером продукции, легкостью входа на рынок и выхода из него, доступностью информации.
Чтобы понять состояние фирмы в условиях конкуренции, обратимся к рассмотрению четырех типов рыночных структур: совершенной конкуренции, чистой монополии, монополистической конкуренции и олигополии.
Совершенная конкуренция — это рыночная структура, характеризуемая большим количеством мелких фирм, однородностью продукции, свободой входа и выхода и равным доступом к информации.
Чистая монополия — рыночная структура, где одна фирма является единственным продавцом товара или услуги, не имеющим субститутов. Проникновение в отрасль дополнительных фирм заблокировано, так что фирма представляет собой всю отрасль.
Монополистическая конкуренция — рыночная структура, состоящая из множества фирм, выпускающих неоднородную продукции, характеризуется свободным входом и выходом.
Олигополия — рыночная структура, состоящая из небольшого числа фирм, причем по крайней мере некоторые из них имеют большие размеры относительно размеров рынка.

Характеристика структуры						
Модель рынка	Число фирм	Характер продукции	Условия вступления в отрасль	Контроль над ценой	Доступность информации	Отрасли
Совершенная конкуренция	Очень большое число фирм	Однородная	Очень легкие	Отсутствует	Равный	Сельское хозяйство
Монополистическая конкуренция	Много	Разнородная	Сравнительно легкие	Некоторый, но ограничений	Некоторые ограничения	Розничная торговля, производство одежды, обуви
Олигополия	Несколько	Однородная или разнородная	Возможные препятствия	Ограниченный взаимной зависимостью	⇒	Производство стали, автомобилей, сигарет
Монополия	Одна	Уникальная	Блокировано	Значительный	⇒	Местные предприятия общественного значения

Фирма, работающая в условиях совершенной конкуренции, сталкивается с целым рядом ограничений. Прежде всего это ограничения, связанные с издержками. Все фирмы имеют доступ к одной и той же технологии и знают, где им следует покупать необходимые виды ресурсов по одинаковым ценам. Резервы экономии, обусловленной увеличением масштабов производства, истощаются при достаточно малых объемах выпуска продукции по сравнению с тем же объемом спроса, который предъявляется рынком при сложившемся уровне цен. Поэтому рынок создает достаточное пространство для множества фирм.

Кроме того, существуют ограничения, связанные со спросом: фирма не может повлиять на цену и принимает сложившуюся рыночную цену, т.е. является "прайс-тей-кером", иными словами, цена, по которой фирма продает свою продукцию, определяется силами, неподвластными фирме. Речь идет об условиях спроса и предложения на рынке в целом. В связи с этим следует различать рыночный спрос и спрос на продукцию отдельной фирмы в условиях совершенной конкуренции. Для отрасли, т.е. для всех фирм, производящих определенный продукт, объем продаж может быть увеличен только путем установления более низкой цены на товар. Все фирмы вместе, а не отдельная, действуя независимо, одновременно могут повлиять и действительно влияют на общий объем предложения и, следовательно, на рыночную цену. Если один-единственный производитель увеличивает или уменьшает выпуск при неизменных объемах производства у всех других конкурирующих фирм, это не оказывает существенного влияния на общий объем предложения и рыночную цену.

Спрос на продукцию фирмы характеризует ее доход.

Известно, что в условиях совершенной конкуренции цена является постоянной, следовательно, каждая дополнительно проданная единица продукции добавляет к валовому доходу постоянную сумму, равную цене. Предельный доход постоянен в условиях совершенной конкуренции потому, что дополнительные единицы продукции могут быть проданы по постоянной цене.

Итак, имея исходные данные, мы можем рассмотреть, как фирма принимает решения об объемах производства в конкретных ситуациях. Они могут быть многообразны, но среди них можно выделить три основные: максимизация прибыли, минимизация убытков, прекращение производства.

В каждой из этих трех ситуаций к определению оптимального объема производства возможны два подхода: сопоставление валового дохода с валовыми издержками и предельного дохода с предельными издержками.

Оба подхода применимы не только к чисто конкурентной фирме, но и к фирмам, функционирующим в условиях любой из трех основных рыночных структур. Поскольку второй подход дает более точную и обоснованную характеристику поведения фирмы, мы остановимся на нем более подробно.

Подход к определению объема производства, максимизирующего прибыль, "валовой доход — валовые издержки" имеет следующую логику: вычитая полные издержки из совокупного дохода, получаем совокупную прибыль, которую имеет фирма при каждом конкретном уровне выпуска продукции.

Рассмотрим обстоятельства, в силу которых одна фирма может стать единственным поставщиком продукции на рынке. Случай закрытой монополии существует тогда, когда она защищена от конкуренции с помощью юридических ограничений, например патентная защита, институт авторских прав и т.п. Естественная монополия — это ситуация, в которой долгосрочные средние издержки достигают минимума только тогда, когда одна фирма обслуживает весь рынок, т.е. отрасль представлена одной фирмой. В данной ситуации разделение выпуска между двумя или большим количеством фирм приведет к тому, что масштабы каждой из них будут неэффективно малы. С естественными монополиями, в основе которых лежит экономия на масштабах производства, тесно связаны монополии, базирующиеся на владении уникальными природными ресурсами. Открытая монополия представляет собой ситуацию, когда одна фирма становится единственным поставщиком продукта, но не имеет специальной защиты от конкуренции. В такой ситуации часто оказываются фирмы, впервые вышедшие на рынок с новой продукцией.

Для монополии, так же как и для совершенной конкуренции, главным принципом является максимизация прибыли фирмы. Однако ограничения, с которыми сталкивается монополия, отличны от ограничений в условиях совершенной конкуренции и имеют свою специфику. Так как монополист функционирует на рынке один, количество продукции, которое может быть продано на рынке, увеличивается по мере того, как цена падает. Монополист может устанавливать и цену товара, и его количество, но при этом выбирает такую комбинацию "цена - количество", которая принесет максимальную прибыль. Поскольку он ищет наиболее "доходную" цену из всего набора цен, его можно назвать "искателем цены". Здесь речь идет о монопольной власти. Фирма обладает

монопольной властью тогда, когда она может воздействовать на цену своего товара, изменяя его количество, которое она готова продать.

Монополия, продающая в каждый конкретный момент времени свою продукцию по одной и той же цене всем своим покупателям, называется *простой монополией*.

Рассмотрим процесс максимизации прибыли фирмой-монополистом. До тех. пор пока предельный доход превышает предельные издержки, увеличение выпуска на единицу увеличивает совокупный доход в большей степени, чем совокупные издержки, и тем самым увеличивает совокупную прибыль. Когда предельный доход становится меньше предельных издержек, поэтому любое дальнейшее увеличение выпуска продукции ведет к уменьшению совокупной прибыли.

Особенности деятельности фирм в условиях Узбекистана

Развитие деятельности фирм в условиях Узбекистана связано с рядом трудностей и противоречий:

во-первых, бизнес-деятельность в Узбекистане формируется в условиях определённых административных ограничений, лишающих фирмы некоторой части конечного результата деятельности;

во-вторых, свободе хозяйственной деятельности противостоит монопольная организация хозяйства, которую нельзя отменить только волевым решением, поскольку экономические структуры Узбекистана десятилетиями создавались как региональные монополии;

в-третьих, товарно-денежный обмен в Узбекистане затруднён несовершенством финансово-кредитных отношений (проблема обналичивания денег, кризис неплатежей, внебанковский оборот наличности и т.д.), а также высокими темпами инфляции.

В Узбекистане все необходимые условия развития предпринимательской деятельности имеются лишь частично, что накладывает отпечаток на формы и стиль бизнеса. Можно отметить характерные особенности хозяйственной деятельности в Узбекистане.

Процесс дележа собственности идёт негласно и представляет собой почву для различного рода злоупотреблений и создания криминальных структур.

Определённая часть хозяйственной деятельности фирм не нацелена на длительную перспективу, а служит исключительно средством накопления первоначального капитала, что усиливает нестабильность, неопределённость и недоверие в сфере бизнес-деятельности. Из организационных форм предпринимательской деятельности в современной экономике самым популярным и действенным оказался малый бизнес. Они явились фундаментом и своеобразным гарантом рыночной системы. Однако их число не проявляется их качеством. На сегодняшний день такого рода хозяйственная деятельность уже должна была способствовать решению такого рода экономических задач, как:

- поддерживание конкуренции во всех секторах национальной экономики, создавая тем самым альтернативу монопольным структурам;
- наполнить рынок товарами и услугами местного производства;
- создать рабочие места, смягчая проблему безработицы в стране;
- сформировать предпринимательский слой, предоставляя людям проявить и реализовать свои предпринимательские способности.

Второй по распространённости формой предпринимательской деятельности являются акционерные общества. В отличие от предприятий малого бизнеса акционерные общества обладают значительной устойчивостью и прочностью в неблагоприятные периоды, так как у них шире возможности накопления. Кроме того, такая форма хозяйственной деятельности широко применима практически в любой сфере экономики – промышленности, банковском деле, на транспорте, строительстве и т.д. В таких сферах, как торговля, закупки, сбыт, посредничество развит сектор малого бизнеса.

Специфической проблемой малого бизнеса в Узбекистане является финансовая проблема и проблема правовой неграмотности самих хозяйственников.

Эти и другие проблемы малого бизнеса на сегодняшний день решаются посредством государственной программы развития малого бизнеса и частного предпринимательства в форме

экономической и юридической поддержки. Такая поддержка включает в себя льготное кредитование, льготное налогообложение, экспортную ориентацию производства и т.п.

Тема 10: Теория производства

Цель лекции: охарактеризовать производственный характер в краткосрочном и долгосрочном периодах, дать понятие закона убывающей отдачи факторов производства, определить алгебраический вид функции минимизации издержек производства, дать понятие изокванты и изокосты.

ПЛАН:

1. Производство в краткосрочном периоде.
2. Производство в долгосрочном периоде.

Производство в краткосрочном периоде

Краткосрочным называется период, в течение которого, по крайней мере, один фактор производства сохраняет прежние размеры (т.е. является фиксированным, постоянным), а фирмы не могут ни покинуть отрасль, ни войти в неё.

Долгосрочным, напротив, называется период, достаточно продолжительный для того, чтобы все факторы имели возможность изменить свои размеры, т.е. стать переменными, а фирмы могли покинуть отрасль или войти в неё.

Наиболее важная особенность производства в краткосрочном периоде состоит в том, что производительность ресурсов подвержена убывающей отдаче.

Закон убывающей отдачи гласит, что если к фиксированным по размеру факторам добавлять дополнительные единицы переменного фактора, то настанет момент, когда получаемый в результате добавочный продукт начнёт неуклонно снижаться. Другими словами, предельный (добавочный) продукт, полученный от единицы переменного фактора, имеет тенденцию к понижению в краткосрочном периоде. Эта тенденция продемонстрирована при помощи табл. 1 и рис. 1.

Таблица 1

Труд (рабочие)	Совокупный продукт, шт.	Предельный продукт труда	Средний продукт труда
L	TP	MP	AP
1	10	10	10,0
2	25	15	12,5
3	35	10	11,7
4	40	5	10,0
5	42	2	8,4
6	42	0	7,0

Этот закон объясним следующим образом. Например, из тактических соображений предприниматель решил быстро выбросить на рынок дополнительную партию товара. Естественно, что он не может моментально построить новый цех или оснастить его дополнительным оборудованием. Размеры капитала в краткосрочном периоде остаются прежними. Но, предприниматель может нанять дополнительных рабочих, которые, предположим, будут работать в ночную смену на уже имеющихся станках, или нанять рабочих, которые будут помогать основным рабочим, т.е. подносить заготовки, убирать отходы, складировать готовые изделия и т.п. В результате наём каждого дополнительного работника может увеличить объём производства. Однако, с каждым новым работником это будет сделать всё труднее и труднее. Прирост продукции с каждым разом будет всё меньше. Наконец, может настать тот момент, когда множество людей буду просто путаться друг у друга под ногами, мешать друг другу и снижать

отдачу. Это означает, что предельный продукт (т.е. прирост продукции) станет равен нулю, следовательно, в такой ситуации, надо прекратить наём работников. Дальнейшее наращивание производства возможно только при большем его масштабе, т.е. при одновременном увеличении размеров, как труда, так и капитала.

Средний продукт труда характеризует количество изделий, выпущенных в среднем одним работником:

$AP = TP / P. (= Q / L)$

Производство в долгосрочном периоде

В долгосрочном периоде все факторы становятся переменными в том смысле, что у предпринимателя есть достаточно времени, чтобы изменить их размер (например, построить новый завод, установить новую партию станков).

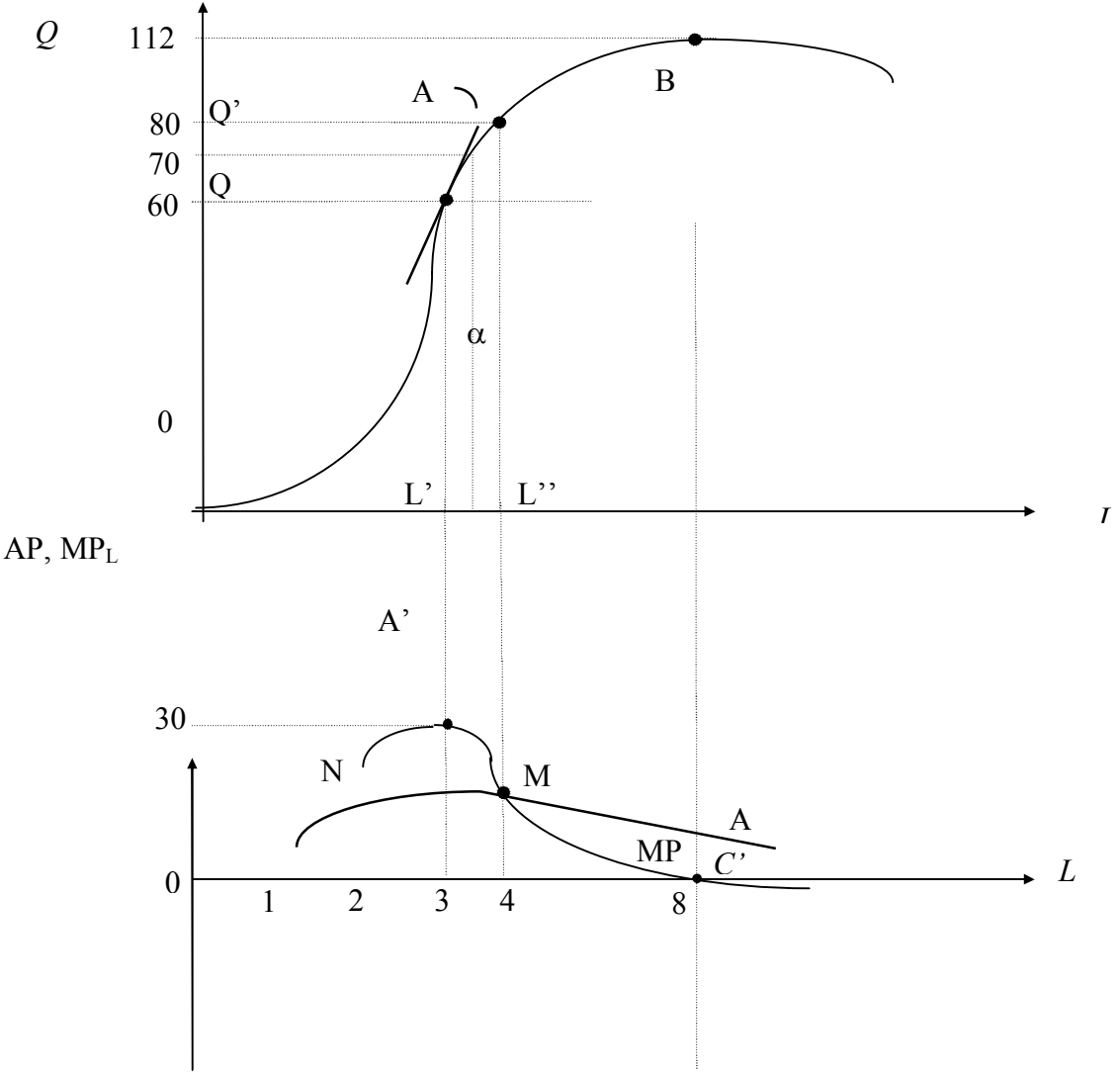
Факторы производства могут быть использованы не только совместно, но и в определённой степени они могут заменять друг друга. Поэтому предпринимателю надлежит выбрать такую технологию, которая позволит минимизировать издержки производства.

Формула минимизации издержек выглядит следующим образом:

$MP_L / P_L = MP_K / P_K$

Данная формула означает, что отдача от каждого вложенного сума издержек должна быть одинаковой для каждого ресурса. Если на вложенный сум предельный продукт труда будет больше, чем предельный продукт капитала, предприниматель будет нанимать больше работников и сократит количество используемого капитала. И наоборот.

К такому же выводу можно подойти, сделав анализ изоквант и изокост в долгосрочном периоде.



Изоквантой называется геометрическое место точек, соответствующих всем комбинациям двух ресурсов, способным произвести заданный объём продукта. По существу и графически изокванты напоминают кривые безразличия. Действительно, предпринимателю безразлично, какую комбинацию ресурсов применить: A, B или C, поскольку в любом случае будет произведено одно и тоже количество товара (рис. 2).

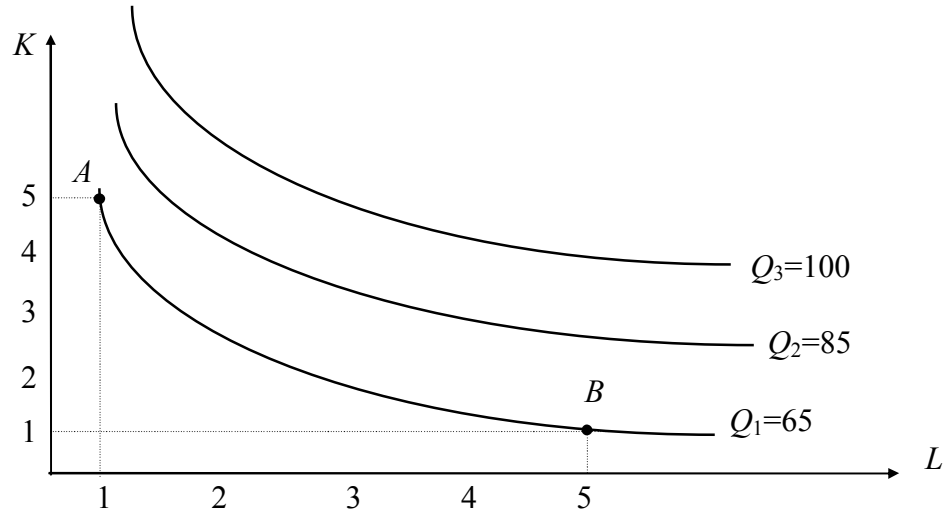


Рис. 2 Изокванты.

Изокванты обладают теми же свойствами, что и кривые безразличия. Их число на одной карте выбора фирмы бесконечно. Они никогда не пересекаются. Чем выше расположена изокванта, тем большему объёму выпуска она соответствует.

Изокоста есть геометрическое место точек, соответствующих всем комбинациям двух ресурсов, которые имеют одинаковую стоимость. Изокоста аналогична бюджетной линии потребителя.

Изобразим на одном рисунке несколько изокост, характеризующих разные уровни издержек производства, и изокванту, показывающую заданный объём производства.

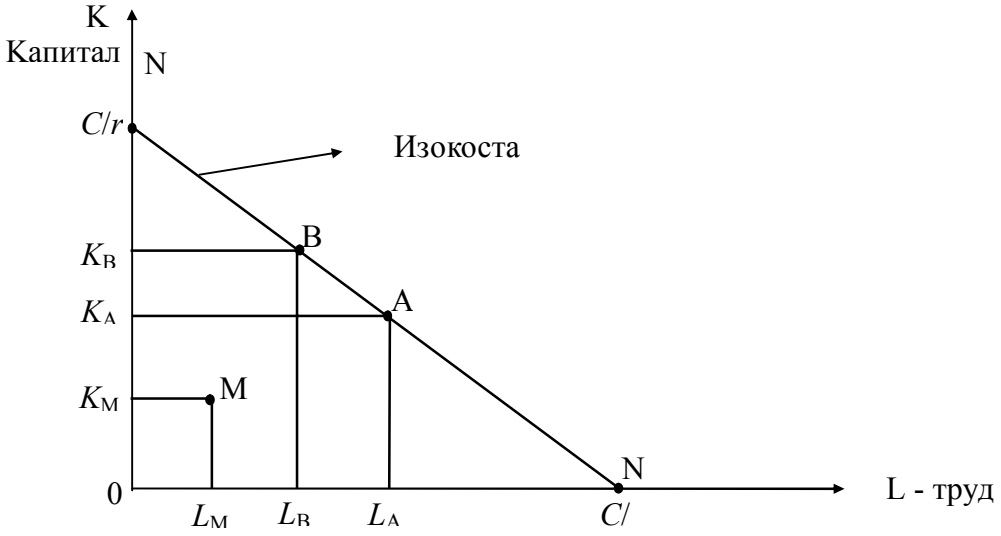


Рис.3. Изокоста.

Там, где изокванта коснётся одной из изокост лишь одной своей точкой (это будет изокоста, расположенная по возможности наиболее близко к началу координат), заданный объём производства будет произведён при наименьших издержках (рис. 3).

Тема 11: Издержки производства

Цель лекции: дать понятие издержек производства и прибыли, раскрыть сущность издержек производства в краткосрочном и долгосрочном периоде. Определить экономическую и бухгалтерскую прибыль в деятельности предприятия.

ПЛАН:

1. Понятие издержек производства и прибыли
2. Издержки в краткосрочном периоде.
3. Издержки производства в долгосрочном периоде.

Понятие издержек производства и прибыли

Издержки производства являются одновременно и простой и очень сложной категорией. Простой, потому что само значение слова «издержки» подсказывает: это то, во что обходится

предпринимателю организация производства, а сложной – потому что существует ряд методологически разных подходов к определению сущности, классификации и величины издержек.

Издержки производства иначе можно назвать вменёнными издержками, т.е. издержки, характеризующие наилучшую комбинацию из утраченных альтернатив. Вменённые издержки включают явные и скрытые.

Явные издержки определяются ценой факторов производства, приобретённых на рынке, т.е. той ценой, которая заставляет поставщика ресурсов (или предприятие) выбрать данную сделку в качестве наилучшей для него альтернативы.

Скрытые издержки не предполагают передачу денежных средств при совершении рыночной сделки. Тем не менее, здесь также речь пойдёт об определённых жертвах. Например, собственник земельного участка, производственного помещения или оборудования мог бы не использовать их сам, а сдать в аренду, получая регулярные рентные платежи. Неполученная рента составляет вменённые издержки использования собственных инвестиционных ресурсов. Другой пример: владелец маленького ресторана сам участвует в работах на кухне, в обслуживании клиентов, ведении бухгалтерии. Даже если он не начисляет себе за этот труд заработную плату, это всё равно его вменённые издержки, поскольку он мог бы работать в другом месте по найму и получать заработную плату. Неполученная заработная плата составляет вменённые издержки (упущенные возможности) содержания ресторана. Скрытые издержки не учитываются в бухгалтерских книгах. Однако экономисты почти всегда принимают их во внимание.

Существует ещё один компонент вменённых издержек производства: это нормальная прибыль.

Нормальная прибыль представляет собой ту минимальную прибыль, которая позволяет капиталу удерживаться в данной сфере применения. Таким образом, эту прибыль можно считать определённой ценой капитала, ценой инвестиций, ценой присутствия в бизнесе. Если цена присутствия в бизнесе окажется ниже возможных доходов в другом месте, предприниматель закроет производство и переведёт свой капитал в иную отрасль. Именно поэтому нормальная прибыль расценивается как разновидность издержек.

Таким образом, полные вменённые издержки включают:

- Явные издержки;
- Скрытые издержки;
- Нормальную прибыль.

Для бухгалтера прибыль равна разнице между совокупной выручкой и явными издержками.

Прибыль = (совокупная выручка) - (явные издержки)

Для экономиста прибыль есть разница между совокупной выручкой и полными вменёнными издержками.

Прибыль = (совокупная выручка) - (вменённые издержки)

Поскольку экономические издержки больше бухгалтерских, то экономическая прибыль меньше бухгалтерской.

Издержки в краткосрочном периоде

Все издержки производства можно классифицировать по нескольким признакам. Прежде всего, различают фиксированные и переменные издержки.

Фиксированные издержки (TFC) включают все обязательные платежи: налоги, арендную плату, платежи по долгосрочному лизингу оборудования, оплату охраны, оплату труда некоторых ценных специалистов и пр. Особенностью этих издержек является то, что их величина не зависит от объёма производства. Даже если выпуск продукции временно будет приостановлен, фирма всё равно обязана платить налоги, проценты по кредитам и т.д.

Переменные издержки (TVC) напрямую зависят от объёма производства и меняются вместе с ним. К переменным издержкам относятся затраты на материалы и сырьё, электроэнергию, оплату труда наёмных рабочих и служащих.

Фиксированные и переменные издержки в совокупности образуют *совокупные (общие) издержки производства* (TC).

Графически фиксированные издержки изображаются в виде горизонтальной линии, переменные и общин издержки – в виде изогнутых восходящих кривых (рис. 1. и 2).

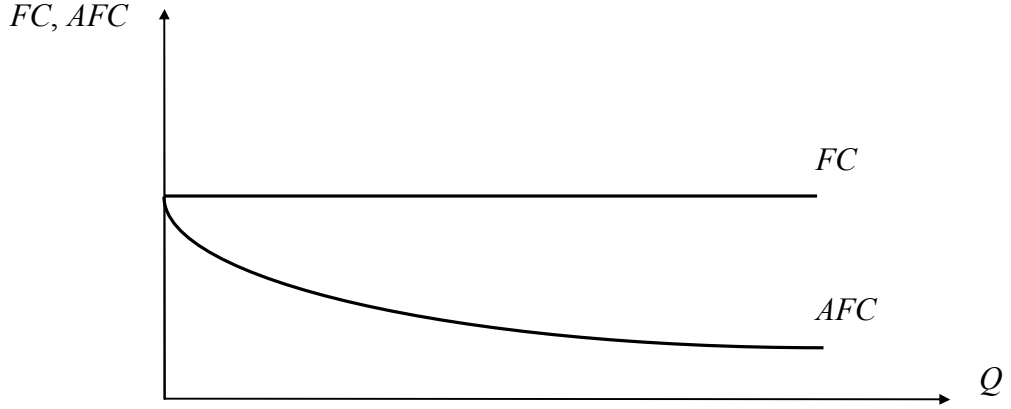


Рис.1. Графики фиксированных общих и фиксированных средних издержек.

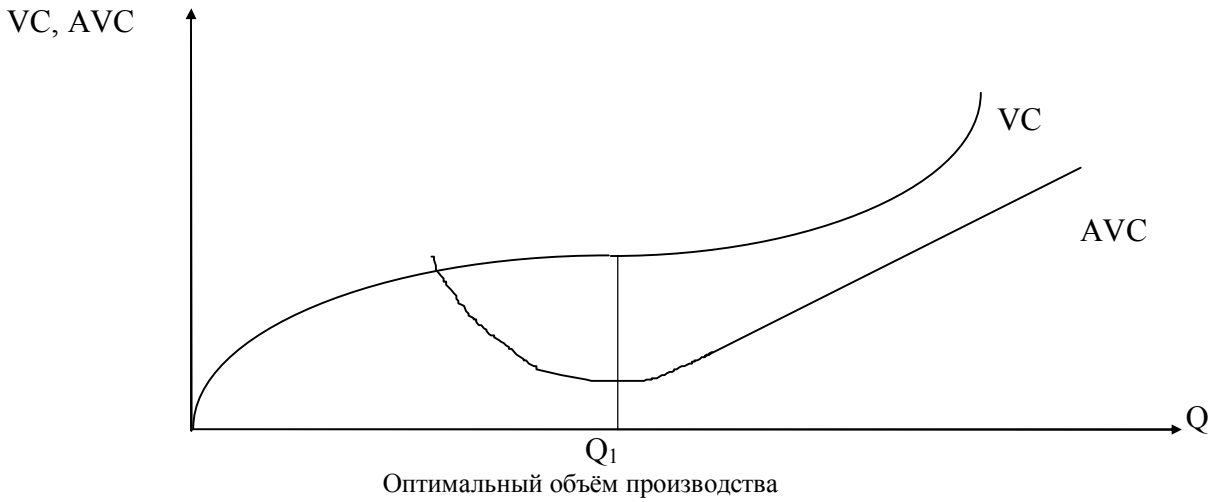


рис. 2. Графики общих переменных и средних переменных издержек.

Обратим внимание, что вертикальное расстояние между кривыми переменных и совокупных издержек равнозначно величине фиксированных издержек (рис. 3).

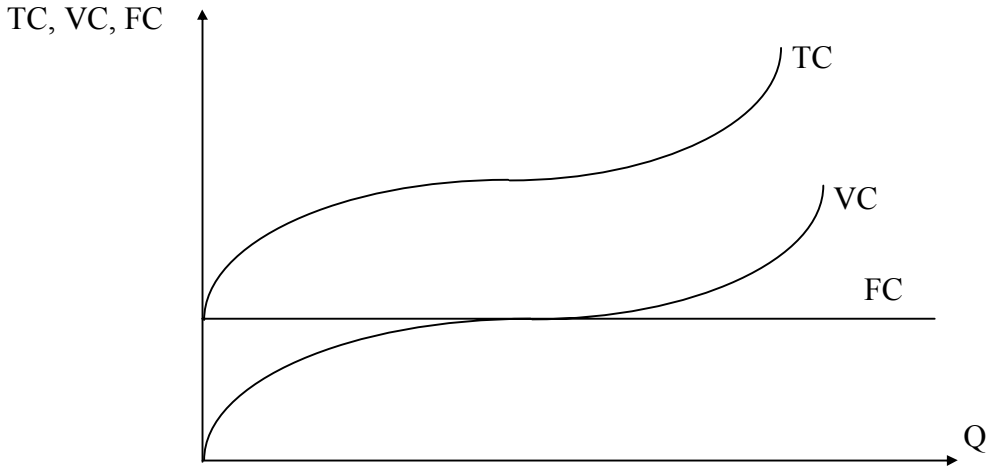


Рис. 3. Общие издержки.

Если разделить каждую из названных выше категорий на объём выпуска продукции, то будет получена ещё одна группа показателей издержек, а именно средние издержки. Средние затраты свидетельствуют о затратах на производство единицы продукции.

Различают:

Средние фиксированные издержки AFC = TFC / Q

Средние переменные издержки AVC = TVC / Q

Средние общие издержки или общие издержки ATC = AC = TC / Q.

Средние общие издержки равны сумме средних фиксированных и средних переменных издержек:

$$ATC = AFC + AVC.$$

Средние издержки представляют собой оборотную сторону производительности труда: чем выше средний продукт, приходящийся на единицу ресурса, тем ниже будут издержки в расчёте на единицу изделия.

В классификации издержек важное место принадлежит категории предельных издержек. Предельные издержки характеризуют возрастание общих издержек в связи с выпуском дополнительной единицы продукции.

Связь предельных издержек с общими переменными издержками рассмотрим, опираясь на данные таблицы 2.

Таблица 2

Количество продукта *Q* (TP)	Совокупные переменные издержки *TVC*	Предельные издержки MC
0	0	0
1	10	10
2	18	8
3	24	6

Общие переменные издержки равны сумме всех предельных издержек (24 = 10+8+6). Предельные издержки равны разнице между двумя рядом стоящими значениями совокупных переменных издержек: MC = $TVC_n - TVC_{n-1}$, или MC = $\Delta TVC / \Delta Q$.

Издержки производства в долгосрочном периоде

В долгосрочном периоде все элементы издержек изменчивы. Если для каждого объёма выпуска применялась комбинация ресурсов, обладающая наименьшей стоимостью, то в долгосрочном

периоде кривая средних издержек будет являть собой совокупность точек, характеризующих минимальные для каждого объёма производства издержки (кривая LRAC).

Взаимосвязь издержек в краткосрочном и долгосрочном масштабах проанализируем на примере рис. 4.

На рис. 4. изображена серия кривых краткосрочных издержек, соответствующих различным размерам предприятия (масштабам производства). Пусть первоначально предприниматель находился в краткосрочном периоде 1. Он может наращивать производство пока не наступит эффект убывания отдачи, т.е. пока краткосрочные издержки не начнут расти. Далее возможности наращивания производства исчерпываются в краткосрочном периоде. Требуется некоторое время, чтобы предприниматель мог организовать производство в новом масштабе, например, построить новый завод, открыть новый цех, установить дополнительную партию станков. То есть должны быть изменены параметры всех видов ресурсов. Таким образом, предприятие достигает масштаба 2 и во втором краткосрочном периоде может увеличивать объём производства за счёт привлечения дополнительной рабочей силы и дополнительных партий сырья и материалов до тех пор, пока не начнёт действовать эффект убывающей производительности. Аналогично будет происходить переход к масштабу производства 3, 4, 5 и т.д.

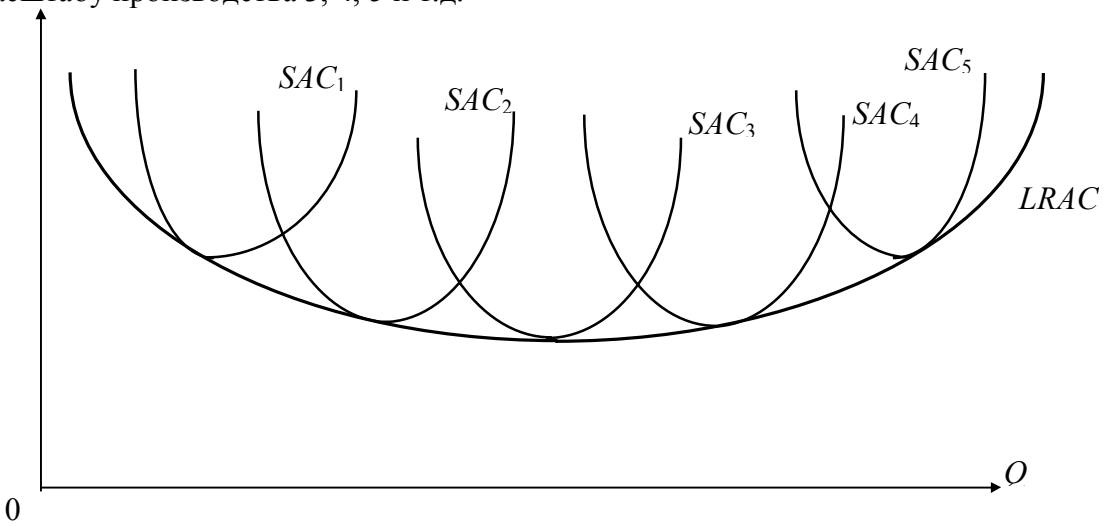


рис. 4. Кривая долгосрочных издержек «обволакивает» кривые краткосрочных издержек

Объединив все изменения в издержках разных краткосрочных периодов, получим кривую долгосрочных средних издержек, которая как бы обволакивает кривые краткосрочных издержек, являясь касательной к ним. Кривую долгосрочных средних издержек часто называют также кривой-конвертом, поскольку в ней, как в конверте, помещены все кривые краткосрочных периодов.

Форма и направленность кривой долгосрочных средних издержек может быть очень разной. Это зависит от того, как меняется величина средних издержек с ростом масштабов производства.

Если по мере роста масштаба производства средние издержки имеют тенденцию к понижению, говорят о положительном эффекте масштаба, или экономии от роста производства. Такая экономия достигается за счёт специализации труда, более эффективного управления, экономии на использовании капитала (зданий, оборудования, электроэнергии и пр.).

Если с ростом масштаба производства средние издержки возрастают, то эффект масштаба будет отрицательным. Гигантомания может чрезмерно увеличить расходы на управление, снизив его эффективность. В результате отдача от вложения ресурсов снизится (скажем, прирост ресурсов на 5% вызовет увеличение объёма выпуска продукции только на 2%), а средние издержки в долгосрочном периоде начнут расти по мере дальнейшего увеличения объёма производства.

Если по мере увеличения масштабов производства средние издержки не изменяют своей величины, то эффект масштаба будет нулевым.

Обычно кривая долгосрочных средних издержек представляет собой сочетание всех трёх приведённых выше кривых. Это связано с тем, что сначала по мере роста масштабов производства средние издержки убывают, затем некоторое время остаются постоянными и, наконец, всегда существует некоторый момент, после которого дальнейшее наращивание объёма производства вызывает рост средних издержек (рис. 5).

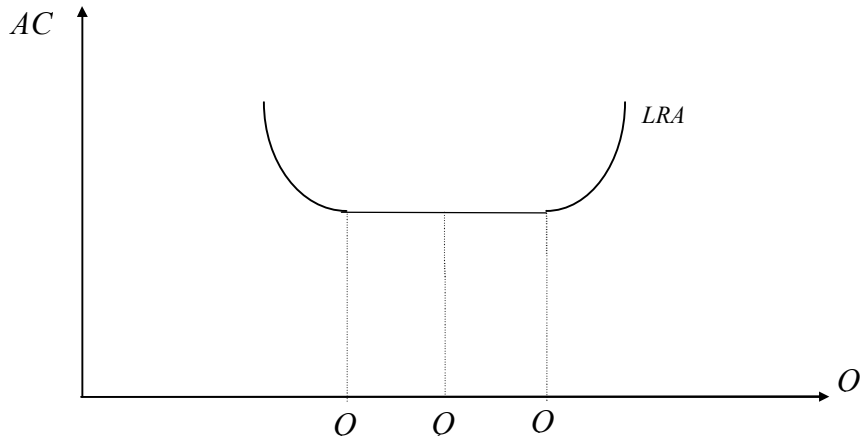


рис. 5. Кривая долгосрочных средних издержек

Ориентируясь на данную кривую, можно определить, до каких пор следует наращивать производство в долгосрочном периоде. На рис. 5. объём производства *Q* соответствует самой нижней точке кривой долгосрочных средних издержек, следовательно, именно в этом случае фирма в полной мере использует положительный эффект масштаба и достигает минимизации издержек не только в краткосрочном, но и в долгосрочном плане.

Тема 12: Максимизация прибыли фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции

Цель лекции: раскрыть спрос и условие, влияющие на предложение фирмы в краткосрочном периоде. Дать определение и сущность основного условия максимизации прибыли, раскрыть технику его расчёта.

ПЛАН:

1. Спрос на продукцию фирмы и её предложение в краткосрочном периоде.
2. Условия максимизации прибыли фирмы.

Спрос на продукцию фирмы и её предложение в краткосрочном периоде

В экономической теории совершенной конкуренцией называют такую форму организации рынка, при которой *исключены все виды соперничества* как между продавцами, так и между покупателями. Совершенная конкуренция совершенна в том смысле, что при такой организации рынка каждое предприятие сможет продать по данной рыночной цене столько продукции, сколько оно пожелает, а на уровень рыночной цены не сможет повлиять ни отдельный продавец, ни отдельный покупатель.

Спрос на продукцию фирмы в краткосрочном периоде.
Краткосрочным периодом называется такой период, в течение которого производственные *мощности* каждого предприятия (размеры и число заводов, фабрик, других производственных единиц) *фиксированы*, но выпуск может быть увеличен или снижен за счет изменения объема использования переменных факторов. Общее число предприятий в отрасли остается *неизменным*.

Длительным периодом называют такой период, в течение которого производственные мощности могут быть приспособлены к условиям спроса и затрат. В предельном случае (если условия деятельности совершенно неблагоприятны) предприятие может полностью прекратить деятельность (уйти из отрасли или с рынка). С другой стороны, новые предприятия могут войти в отрасль (на рынок) в случае благоприятных рыночных условий. Таким образом, *число предприятий* в однородной отрасли в длительном периоде *может варьировать*.

В коротком периоде количество предприятий в отрасли и их мощность постоянны, в длительном не только объем применяемых ресурсов и затраты, но и число предприятий и их мощности переменны.

Так как фирма в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции является ценополучателем, она может продать по рыночной цене любое количество продукции. В любом случае её поставки на рынок не изменят принципиально общий объём отраслевого предложения. Продавать дешевле нет смысла, если можно всё продать по данной рыночной цене. Однако, продавать дороже фирма не сможет: в этом случае спрос на её продукцию сразу же упадёт, ведь потребители с лёгкостью могут купить такие же товары у других производителей по рыночной цене. Таким образом, рынок примет продукцию фирмы только по рыночной цене. В связи с этим кривая спроса на продукцию фирмы будет представлять собой горизонтальную прямую, отстоящую от горизонтальной оси на высоту, равную рыночной цене продукта (рис. 1).

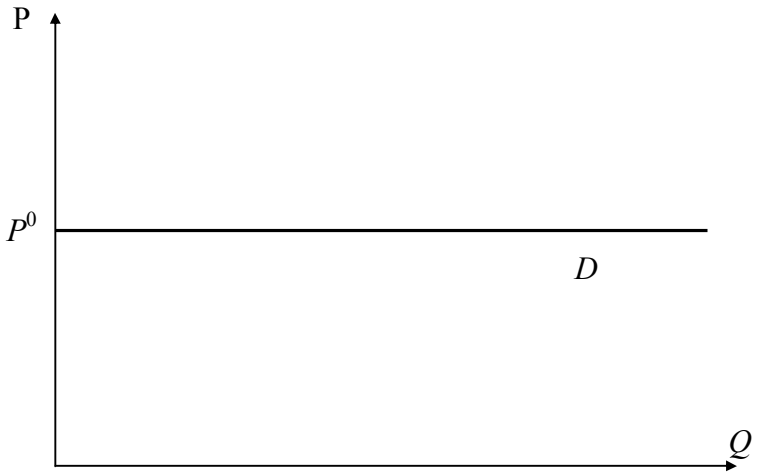


Рис. 1. Кривая спроса на продукцию фирмы.

Следует отметить, что эта же прямая будет одновременно и графиком среднего и предельного доходов фирмы. С каждой новой единицей проданного продукта доход фирмы будет возрастать на величину, равную цене этого продукта. Средний доход, приходящийся на единицу продукта, также будет равен его цене. Таким образом, D = MR = AR.

Что же касается совокупного дохода фирмы, то его легко можно подсчитать по формуле: PxQ. Графически величину совокупного дохода можно либо проиллюстрировать на примере прямоугольника OP_1 TQ_1, либо изобразить как особую кривую. В условиях совершенной конкуренции кривая совокупного дохода есть прямая линия, проходящая через начало координат.

Предложение фирмы. В краткосрочном периоде кривая предложения фирмы определяется её кривой предельных издержек. Поскольку предельные издержки растут по мере увеличения объёма производства, нужна более высокая цена на продукт, чтобы побудить производителя наращивать производство. Поэтому кривая предложения будет иметь восходящий вид.

Равновесие фирмы в краткосрочном периоде. Пересечение кривых спроса и предложения покажет равновесие фирмы.

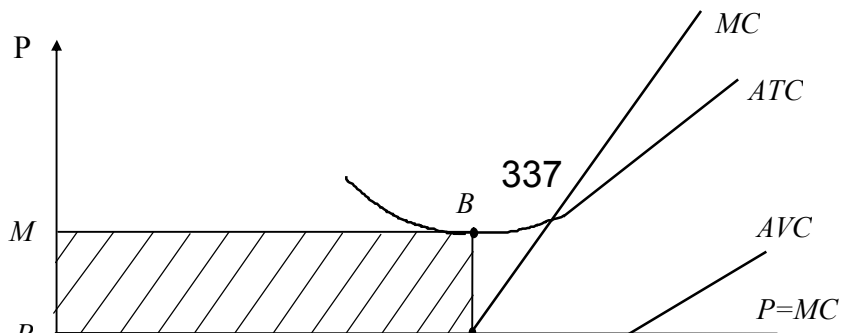


Рис. 2. Равновесие фирмы в краткосрочном периоде

По графику 2 можно заключить, что производитель будет наращивать объём производства до тех пор, пока его предельный доход не сравняется с предельными издержками. В случае, когда MR = MC, производитель уже не может ничего более прибавить к своей прибыли и размер последней достигает своего максимума. Если продолжить производство далее, то предельный доход окажется меньше предельных издержек и прибыль начнёт падать.

Следовательно, MR = MC является условием максимизации прибыли, а точка пересечения кривых MR и MC является точкой равновесия фирмы. В свою очередь, равновесие фирмы характеризуется равновесной ценой PE и равновесным объёмом производства QE, при которых прибыль фирмы достигает максимума.

Условия максимизации прибыли фирмы

Доминирующая концепция поведения фирмы исходит из предпосылки, что основной целью фирмы является прибыль. Стремление максимизировать прибыль пронизывает все помыслы и действия предпринимателя. В каких же условиях при совершенной конкуренции эта цель может быть реализована?

Существуют два подхода к изучению проблемы. Первый основан на совокупных показателях, второй – на предельных и средних.

Метод совокупных показателей.. Совокупная прибыль фирмы представляет собой разницу между совокупным доходом (выручкой) и совокупными издержками

ТП = TR – TC.

Очевидно, что прибыль будет максимальной в том случае, когда разность между совокупной выручкой и совокупными издержками достигает наибольшей величины. Графически это проиллюстрировано на рис. 3, где интервал AB – наибольшее вертикальное расхождение между кривыми TR и TC – означает величину прибыли.

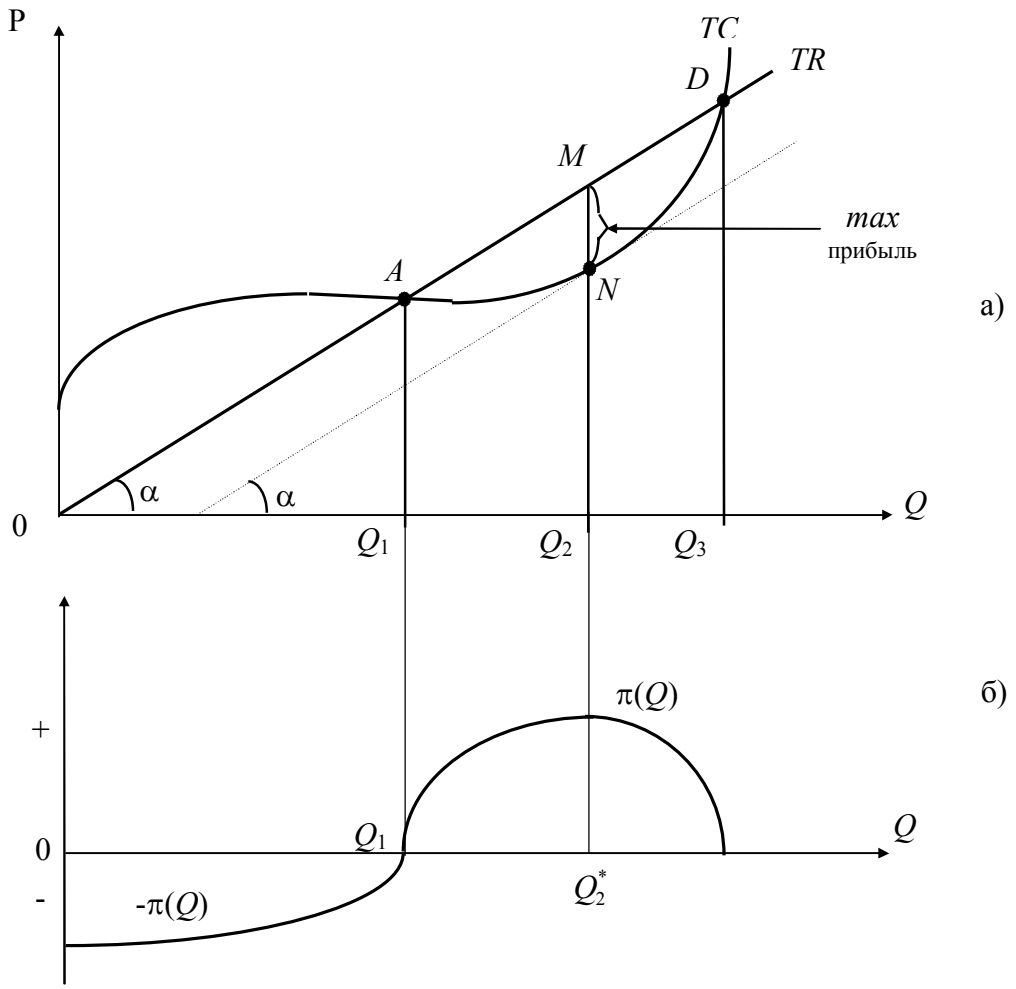


Рис. 3. Совокупная выручка, издержки и прибыль фирмы

Метод средних и предельных издержек. Для применения данного метода необходимо найти величину средней прибыли, получаемой на единицу продукции:

АП = AR – AC.

В условиях совершенной конкуренции средняя прибыль равна разности между ценой и средними издержками: АП = Р - АС. В таком случае совокупная прибыль определяется умножением средней прибыли на количество выпущенной продукции:

ТП = АП х Q.

Тема 13: Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

Цель лекции: раскрыть условие равновесия фирмы в долгосрочном периоде и факторы, влияющие на равновесие. Охарактеризовать предложение отрасли с неизменными, возрастающими и убывающими затратами Дать понятие совершенной конкуренции и общественной эффективности.

ПЛАН:

1. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде.
2. Предложение в длительном периоде отрасли с неизменными, возрастающими и убывающими затратами.

3. Совершенная конкуренция и общественная эффективность.

Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

В длительном периоде в отличие от краткосрочного все производственные ресурсы являются переменными. Поэтому и отдельное предприятие, и совершенно конкурентная отрасль в целом могут в целях максимизации прибыли изменять объемы применяемых ресурсов. Во-первых, в длительном периоде всякое предприятие имеет возможность выбора производственной мощности, а значит, и большую, чем в коротком периоде, возможность изменять объем выпуска. Во-вторых, благодаря свободе входа в отрасль и выхода из нее одни предприятия покинут рынок данного товара, тогда как другие, привлеченные возможностью получить высокую прибыль, войдут в него. Таким образом, изменение числа предприятий, ищущих максимум прибыли на данном рынке, является важным фактором достижения равновесия длительного периода на совершенно конкурентном рынке.

Если типичная фирма в отрасли получает экономическую прибыль, то в долгосрочном периоде – это привлечёт в отрасль новые капиталы, откроются новые фирмы, а существующие предприятия будут расширять производство.

Если в краткосрочном периоде фирма терпит убытки, но получает операционную прибыль, то рациональным долгосрочным решением было бы сокращение объёма производства и последующий выход из отрасли. Естественно, таким же будет долгосрочное решение и при убытках, равных величине фиксированных издержек, т.е. когда нет операционной прибыли в краткосрочном периоде. В этом случае и краткосрочное и долгосрочное решение будут однозначными: закрыть производство.

Подобные решения принимает обычно не единичная фирма, а всё их множество. В результате массовых аналогичных, хотя и не согласованных друг с другом, действий рынок преодолевает экстремальные ситуации убыточного или сверхприбыльного производства и возвращает всё «на круги своя», т.е. к условиям получения всеми только нормальной прибыли. Это происходит следующим образом.

Если сверхнормальная прибыль побуждает предприятия расширять производство и привлекает в отрасль новые фирмы, тем самым растут масштабы отраслевого производства и предложения. Кривая совокупного предложения сдвигается вправо, что ведёт к понижению рыночной цены. Если цена опускается до уровня, когда средняя прибыль сравняется с издержками, то фирма принимает решение закрыть производство или выйти из данной отрасли. Таким образом, отраслевое предложение сократится и при прежней величине отраслевого спроса это приведёт к повышению цены.

Такие процессы будут протекать до тех пор, пока цена не установится на уровне, достаточном лишь для получения всеми фирмами отрасли нормальной прибыли. Этот механизм характеризует «невидимую руку» рынка, о которой говорил А.Смит. Свободная совершенная конкуренция выравнивает позиции всех производителей и обеспечивает им только нормальную прибыль (в долгосрочном периоде).

Графически это соответствует случаю касания кривой спроса фирмы нижней точки долгосрочной кривой средних издержек. В этой точке P = LMC = LAC = MR. Это будет точка равновесия фирмы в долгосрочном периоде (рис. 1)

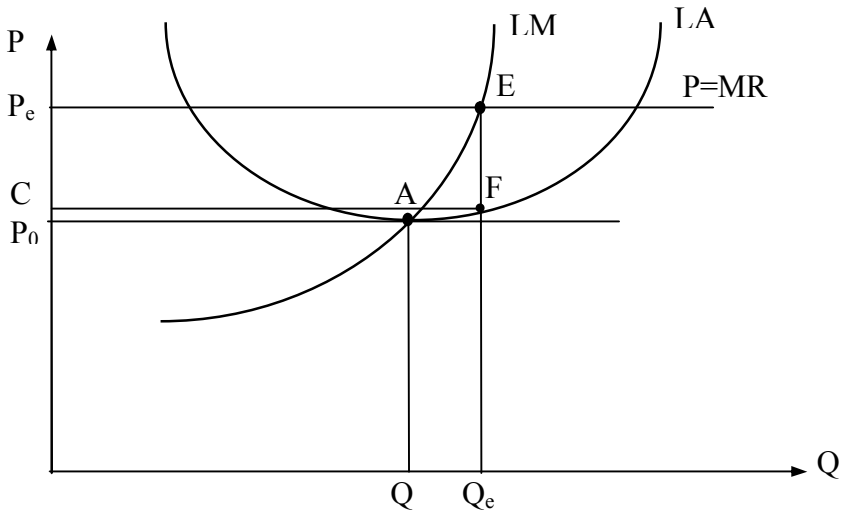


Рис. 1. Выбор объёмов производства конкурентной фирмой в долгосрочном периоде

Одновременно данная цена будет и равновесной ценой рынка (фирмы не проходят в отрасль и не уходят из неё).
В точке долгосрочного равновесия фирма имеет наиболее эффективные масштабы производства и минимизирует долгосрочные средние издержки.

Предложение в длительном периоде отрасли с неизменными, возрастающими и убывающими затратами

Кривая предложения отрасли в длительном периоде характеризует соотношения цена≈объем предложения, *после того как производственные мощности и количество предприятий* будут приведены в соответствие с изменившимися условиями спроса. Кривая предложения длительного периода предприятия соответствует возрастающему участку LMC, лежащему выше минимума LATC. Однако кривая предложения отрасли не может быть получена горизонтальным суммированием кривых предложения предприятий отрасли, поскольку количество этих предприятии в длительном периоде изменяется. Конфигурация кривой предложения длительного периода зависит от того, меняются ли, а если да, то как, затраты в результате изменения отраслевого выпуска.
В этой связи различают три типа отраслей: с неизменными, возрастающими и убывающими затратами. В отраслях с неизменными затратами кривая предложения длительного периода имеет вид горизонтальной прямой; в отраслях с возрастающими затратами она имеет положительный наклон (с ростом выпуска затраты увеличиваются); в отраслях с убывающими затратами наклон кривой предложения длительного периода отрицателен (с ростом выпуска затраты снижаются). Основным фактором, определяющим характер поведения затрат, является изменение цен производственных ресурсов.
Долгосрочное равновесие *отрасли с неизменными затратами* представлено на рис. 9.14. На рис. 9.14, а линии D_1 и S_1 ≈ первоначальные кривые спроса и предложения короткого периода, P_1 ≈ равновесная цена того же периода. Допустим, что каждое предприятие этой отрасли находится в долгосрочном равновесии при объеме выпуска 1_1 (рис. 9.14, б), соответствующем точке касания линии цены ($P_1 = AR_1 = MR_1$) и кривых SATC и LATC. Предположим теперь, что по каким-либо причинам кривая спроса короткого периода сдвинулась вправо и заняла положение D_2. Равновесная цена тогда вырастет до P_2, а прибыль максимизирующий объем выпуска предприятия составит q_2 (что соответствует условию $P_2 = SMC(q_2)$). При цене P_2 и выпуске q_2 каждое типичное предприятие будет получать положительную экономическую прибыль. Ее наличие привлечет в отрасль новые предприятия, что приведет к сдвигу кривой предложения короткого периода также вправо в положение S_2.

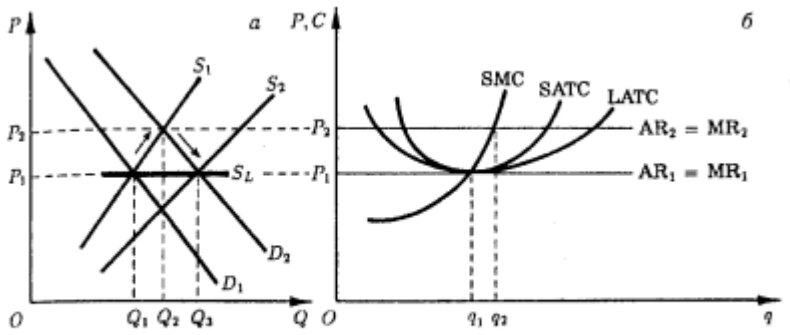


Рис. 9.14. Долгосрочное равновесие и линия предложения в случае неизменных затрат.

В отрасли с неизменными затратами вход в нее новых предприятий и увеличение выпуска отрасли не повлияет на затраты уже функционирующих предприятий. Причина этого в том, что увеличение спроса на производственные ресурсы в связи с увеличением числа предприятий отрасли не приведет к изменению (повышению) цен ресурсов, а значит, и на затраты действующих предприятий. Таким образом, кривая LATC этих предприятий останется неизменной, а новые предприятия будут оперировать при той же самой кривой долгосрочных средних затрат.

Поэтому состояние долгосрочного равновесия будет вновь достигнуто, когда вход в отрасль новых предприятий приведет к падению равновесной цены данной продукции с P_2 до P_1 т. е. к ее первоначальному уровню, а выпуск каждого типичного предприятия вновь составит q_1. Таким образом, отрасль имеет *неизменную в длительном периоде цену предложения*. Это значит, что выпуск отрасли может возрастать или падать в соответствии с изменениями условий спроса *без изменения цены продукции*. Ее кривая предложения длительного периода имеет вид горизонтальной линии (S_L на рис. 9.14, а).

Долгосрочное равновесие *отрасли с возрастающими затратами* представлено на рис. 9.15, а. Здесь сдвиг первоначального равновесия, обусловленный сдвигом линии спроса из положения D_1 в положение D_2 , также сопровождается ростом предложения существующих предприятий сверх уровня их оптимальной мощности. Положительная экономическая прибыль привлекает в отрасль новые предприятия. Однако в этом случае рост спроса на ресурсы вызывает увеличение их цен, а значит, и затрат предприятий.

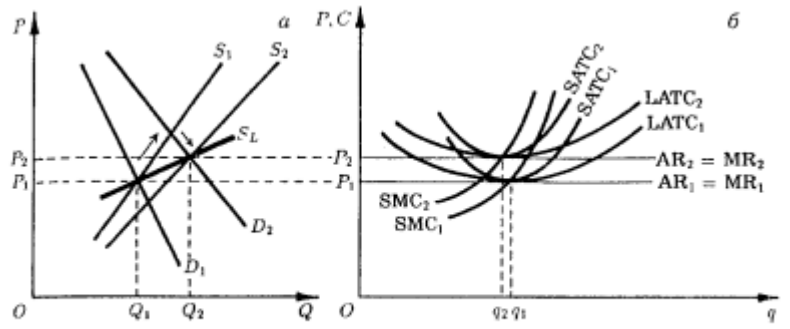


Рис. 9.15. Долгосрочное равновесие и линия предложения в случае возрастающих затрат.

Кривые SATC, LATC и SMC всех предприятий (и действующих, и вновь вступивших в отрасль) сдвигаются вверх (рис. 9.15, б). Процесс приспособления к новым условиям спроса продолжается до тех пор, пока экономическая прибыль предприятий остается положительной. На рис. 9.15, а этому соответствует пересечение линий D_2 и S_2 и равновесная цена P_2. Каждое предприятие будет выбирать объем выпуска, при котором

$P_2 = AR_2 = MR_2 = SMC_2 = SATC_2 = LATC_2$.

Отраслевая кривая предложения длительного периода, S_L, проходит через все точки долгосрочного равновесия.

Основная особенность этой кривой ≈ ее *положительный наклон*. В отличие от отрасли с неизменными затратами, в которой рост выпуска не влияет на цены продукции в длительном периоде, в отрасли с возрастающими затратами *рост объема выпуска сопровождается повышением цен продукции*. В такой отрасли рост цен продукции оказывается необходимым стимулом увеличения объемов выпуска.

Процесс приспособления предложения к изменениям спроса в *отрасли с убывающими затратами* представлен на рис. 9.16. Здесь рост отраслевого спроса на ресурсы стимулирует увеличение предложения ресурсов, снижение затрат в отраслях, поставляющих их, и соответствующее ему снижение цен ресурсов. В результате снижаются затраты и в отрасли, потребляющей подешевевшие ресурсы. В этом случае говорят о *внешней* (по отношению к отрасли, потребляющей ресурсы, и ее предприятиям) экономии. Несложные рассуждения позволят читателю прийти в выводу, что кривая предложения длительного периода отрасли с убывающими затратами имеет отрицательный наклон (линия S_L на рис. 9.16, а). Рост выпуска в отрасли такого типа сопровождается снижением цен ее продукции.

Причиной существования отраслей с неизменными, возрастающими и убывающими затратами является зависимость затрат *i*-го предприятия не только от его выпуска, q_i, но и от выпуска всей отрасли в целом, Q,

$$TC_q = f(q_i, Q). \qquad (1)$$

Функция (1) предполагает наличие (отсутствие) *внешней* (для *i*-го предприятия, но *внутренней* для отрасли) *экономичности* (*англ*, external economies) или *внешней неэкономичности* (*англ.* external diseconomies).

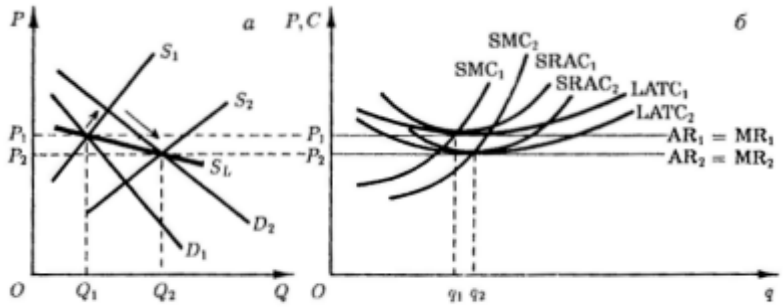


Рис. 9.16. Долгосрочное равновесие и линия предложения в случае убывающих затрат.

Обычно различают два типа внешней экономичности (неэкономичности): *денежную* (*англ*, pecuniary) и технологическую. В случае денежной внешней экономичности (неэкономичности) связь между объемом отраслевого спроса и функцией затрат предприятия реализуется через изменение цен потребляемых предприятиями отрасли ресурсов. Такую связь мы рассматривали и при обсуждении кривой предложения короткого периода в случае зависимости затрат предприятий (раздел 9.2.5.2). Технологическая внешняя экономичность (неэкономичность) имеет место, когда связь отраслевого объема спроса и затрат отдельного предприятия реализуется непосредственно в изменениях производственной функции.

В отрасли с неизменными затратами отсутствуют и внешняя экономичность, и внешняя неэкономичность, кривые затрат ее предприятий не зависят от объема выпуска отрасли. В отрасли с возрастающими затратами имеет место внешняя неэкономичность, кривые затрат ее предприятий с ростом выпуска отрасли смещаются вверх. Наконец, в отрасли с убывающими затратами наблюдается внешняя экономичность, которая *перекрывает внутреннюю неэкономичность*, обусловленную *убывающей отдачей от масштаба*, так что кривые затрат с ростом отраслевого выпуска смещаются вниз.

Большинство экономистов считают, что при отсутствии технического прогресса преобладающими среди трех типов отраслей являются отрасли с возрастающими, а наиболее редкими ≈ отрасли с

убывающими затратами. С другой стороны, технический прогресс может нейтрализовать рост цен производственных ресурсов, так что отрасль с возрастающими затратами может трансформироваться в отрасль с постоянными или даже снижающимися затратами.

Совершенная конкуренция и общественная эффективность

На рынке в условиях совершенной конкуренции цена товара (услуги) не превышает его предельных издержек. Это говорит о том, что ресурсы общества распределены таким образом, что максимизировать удовлетворение общественных потребностей. Совершенно конкурентный рынок производит не любую совокупность товаров, а такую их структуру, которая соответствует структуре совокупного спроса, т.е. предпочтениям потребителей.
Если потребление и производство регулируются уровнем цены, происходит совпадение интересов потребителя и производителя. Если P = MU и P = MC, следовательно, MU = MC.
Это значит, что ограниченные ресурсы общества распределены таким образом, что это отвечает интересам максимизации прибыли производителей и интересам максимизации полезности потребителей.
Рынок совершенной конкуренции является достаточно гибким, обладает высокой адаптивной способностью, развивает в обществе инициативу, ответственность, предпринимательскую активность. На рынке такого рода производственная эффективность предполагает, что каждый необходимый обществу товар производится наименее дорогостоящим способом. Это достигается благодаря механизму свободного перераспределения ресурсов в ходе конкуренции.
Однако, наряду с этим, существует достаточно большая группа товаров и услуг, производство которых невыгодно на рыночных началах, и частный предприниматель или не будет их производить вообще, или будет их недопроизводить. Это общественные блага: национальная оборона, сейсмологическая служба, служба спасения и т.д. Такие товары и услуги могут быть представлены обществу от лица государства.

Тема 14: Конкуренция и монополия

Цель лекции: определить роль и место конкуренции и монополии в системе рыночного хозяйствования, раскрыть сущность и различия естественных и искусственных монополий.

ПЛАН:

1. Конкуренция и монополия в системе рыночного механизма.
2. Естественные и искусственные монополии.

Конкуренция и монополия в системе рыночного механизма

Конкуренция (от лат. «конкурро» - сталкиваться) означает соперничество между отдельными субъектами рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и реализации (купли и продажи) товаров. В рыночной экономике такое столкновение неизбежно, ибо оно порождается следующими объективными условиями:

- Наличием множества равноправных рыночных субъектов;
- Полной экономической обособленностью каждого из них;
- Зависимостью рыночных субъектов от конъюнктуры рынка;
- Противоборством со всеми другими рыночными субъектами за удовлетворение покупательского спроса.

Сущность конкуренции проявляется в её следующих функциях:
- производство нацеливается на запросы потребителей, без чего нельзя получить прибыль;

- растёт эффективность производства, что обеспечивает «выживание» производителя;
- происходит дифференциация производителей: одни выигрывают, другие остаются при своём, третьи разоряются;
- процесс производства и распределения ресурсов между отраслями происходит в соответствии со спросом и нормой прибыли;
- ликвидируются неконкурентоспособные предприятия: продажа, слияние, преобразование и т.д.;
- стимулируется снижение цен и повышение качества товаров и услуг.

Конкуренция по своему содержанию весьма противоречива. С одной стороны, она выражает стремление к свободе и экономической независимости, с другой стороны – стремлению самих конкурентов к объединению усилий и экономической солидарности, гарантом которых выступает государство, законы поведения на рынке, защищающие интересы национальных предпринимателей от конкуренции иностранного капитала и т.д. Более того, стремление победить в конкурентной борьбе ведёт к установлению господствующего положения на рынке, захвату рыночной власти и образованию монополий.

Конкуренция и монополизм – это не две различные взаимоотрицающие экономические силы, а две стороны одного и того же рыночного взаимодействия.

Различают конкуренцию совершенную и несовершенную.

Совершенная конкуренция означает такое состояние экономики, когда влияние каждого участника экономического процесса на общую ситуацию настолько мало, что им можно пренебречь. Признаками совершенной конкуренции являются: множественность продавцов и покупателей, однородность выпускаемого ими продукта, отсутствие возможности покупателей и продавцов влиять на цены, абсолютная мобильность производственных ресурсов, полное знание предпринимателями состояния рынка.

Несовершенная конкуренция предполагает функционирование на рынке одной или нескольких крупных фирм, производящих основную массу определённого товара. Она проявляется в виде монополии и монопсонии, когда отдельный рыночный субъект занимает доминирующее положение и контролирует рынок данного товара. Определяющим при этом являются не размеры предприятия, а его доля в объёме рынка. Моделями несовершенной конкуренции являются монополия и олигополия.

Монополия (от греч. «монос» - один, «полео» - продаю) – исключительное право государства, предприятия, организации, торговца на осуществление какой-либо хозяйственной деятельности.

Появление монополий явилось результатом концентрации производства (укрупнения производства за счёт дополнительно вовлекаемого капитала) и централизации производства (слияние мелких и средних предприятий в единое крупное). С появлением монополий конкурентная борьба ведётся между монополиями и аутсайдерами (п/п, не входящими в монополистические объединения), а также внутри монополий.

Основными причинами возникновения монополий являются административно-правовые и экономические методы: единственность патентов и лицензий, большая капиталоёмкость и экономия масштаба, владение редким сырьевым и техническим ресурсом, редкость или уникальность выпускаемого продукта и т.п.

Как и любая друга фирма, монополист будет производить, пока предельный доход не станет меньше предельных издержек. На графике пересечение кривых MR и MC есть точка равновесия фирмы в краткосрочном периоде.

Точка равновесия фирмы определяет равновесный объём производства и равновесную цену. Равновесный или максимизирующий прибыль объём выпуска обозначен Q_E . Что же касается равновесной цены, то она будет установлена фирмой, исходя из возможностей спроса. Кривая спроса на графике показывает, какую цену потребители готовы заплатить за данное количество продукта, предложенного на рынке. Фирме нет смысла назначить цену ниже $P_{.E}$, поскольку потребители готовы заплатить больше. Фирма не может назначить цену выше $P_{.E}$, так как рынок не примет столько товаров по более высокой цене. Следовательно, цена $P_{.E}$ будет равновесной ценой, максимизирующей прибыль монополиста.

Если при равновесном объёме производства цена монополии оказывается выше средних издержек, то положительная разница между ними составит среднюю прибыль фирмы. Умножив эту прибыль на количество выпущенной продукции, получим общий объём монопольной прибыли.

Естественные и искусственные монополии

В разных странах и в различные исторические периоды в экономике возникают следующие виды монополий:
естественная монополия, которой обладают собственники и хозяйствующие субъекты, имеющие в своём распоряжении редкие и свободно на воспроизводимые элементы производства (редкие металлы, земля и др.);
искусственная монополия, означающая сосредоточение в отдельных руках производства и рынка сбыта какого-либо продукта. Она имеет случайную, устойчивую и всеобщую форму. Случайная форма возникает неожиданно, когда появляется исключительная возможность производить и продавать товар при лучших условиях производства и при временном благоприятном соотношении спроса и предложения. Устойчивая форма монополий возникает у крупнейших предприятий, захвативших рынки производства и сбыта. Формами устойчивых монополий являются картели, синдикаты, тресты, концерны. Эти монополии возникают в какой-либо отрасли хозяйства.

При некоторых условиях существование только одной, а не нескольких фирм в отрасли более отвечает общественным интересам. Чаще всего это бывает обусловлено такими особенностями технологии, при которых только крупномасштабное производство является рентабельным. В качестве примера можно привести такие отрасли, как электроснабжение, телефонная связь, водо- и газоснабжение, услуги почты, железной и воздушных дорог. В таких отраслях общественный спрос лучше удовлетворит одна крупная фирма, чем пять малых фирм. Это связано с тем, что долгосрочные средние издержки одной фирмы-монополиста будут наименьшими в сравнении с издержками пяти таких же фирм, но меньшего масштаба. Поэтому, значение естественных монополий для общества, прежде всего, состоит в минимизации издержек производства.

На рис. 3 изображены кривая отраслевого спроса, понижающаяся кривая средних издержек – АС, Кривая предельного дохода – M R и кривая предельных издержек – МС. Последняя проходит таким образом, что она всё время ниже кривой средних издержек. Как и для любой другой фирмы, пересечение кривой МС и кривой MR показывает точку равновесия фирмы. Если монополия не регулируется государством, равновесная цена будет равна $P_{.M}$. Но, с точки зрения общества, такой уровень цен является завышенным и ведёт к неэффективному распределению ресурсов и потере общественного богатства.
Если государство установит цену на уровне предельных издержек, то производство такой продукции станет неэффективной, так как P. = МС, а сама фирма не получит дохода, достаточного для покрытия совокупных издержек. Отсутствие прибыли и появление экономических убытков приведёт к закрытию производства.

Одним из способов нахождения компромисса является установление цены на уровне предельных издержек и введение субсидий и компенсаций из государственного бюджета для фирмы-производителя.

Другой вариант компромисса состоит в установлении потолка цен на уровне средних издержек фирмы. Общество выигрывает, поскольку эта цена ниже нерегулируемой цены самой монополии. Фирма получает доход, равный издержкам, что позволяет ей получить нормальную прибыль и продолжать производство.

В условиях рыночной экономики, сохранение естественных монополий отвечает стратегическим интересам государства и позволяет держать под контролем жизненно важные и оборонозначимые отрасли, в первую очередь, энергетику, связь, коммуникации, транспорт. Во-вторых, наличие естественной монополии позволяет унифицировать и стандартизировать железнодорожную и воздушную колею, напряжение в сети электропередач, что имеет немаловажное общественно-экономическое значение. Наряду с этим, считается, ч то в

современном обществе всё общество должно иметь равное право и возможность пользоваться достаточно дешёвым и доступным каждому электроэнергией, газом, водой, связью, услугами почты, железнодорожными перевозками и т.п.

Основными методами регулирования естественных монополий являются: ценовое регулирование, установление предельных уровней рентабельности, контроль за слиянием и приобретением акций, определение групп потребителей с минимальным уровнем обеспечения, подлежащему обязательному обслуживанию монополистом и др.

Тема 15: Особенности формирования цены в условиях рыночного управления

Цель лекции: раскрыть экономическую сущность цен и их роль в рыночном хозяйстве. Определить особенности формирования цены на рынке труда, капитальных услуг и на рынке земли.

ПЛАН:

1. Экономическая сущность цен и её роль в рыночном хозяйстве.
2. Особенности формирования цены на рынке труда.
3. Особенности ценообразования на рынке капитальных услуг.
4. Особенности ценообразования на рынке земли.

Экономическая сущность цен и их роль в рыночном хозяйстве

Рыночная цена – это реальная цена, которая установилась на рынке в определённый момент времени. На рынке продаются и покупаются два основных вида товаров: потребительские (хлеб, одежда, мясо и т.п.) и капитальные (машины, оборудование, энергоносители, различные материалы, транспортные средства и т.д.). Равновесная цена устанавливается на рынке в результате конкурентной борьбы между производителями и взаимодействия спроса и предложения. Если спрос превышает предложение, то цена растёт, если предложение превышает спрос, то цена падает. На рынке величина предложения непосредственно зависит от затрат на производство товара: больше затрат – выше цена.

Перед всеми коммерческими и многими некоммерческими организациями встает задача назначения цены на свои товары и услуги. В условиях рынка ценообразование является весьма сложным процессом, подвержено воздействию многих факторов и, конечно, базируется не только на рекомендациях маркетинга. Но выбор общего направления в ценообразовании, подходов к определению цен на новые и уже выпускаемые изделия и услуги для увеличения объемов реализации, товарооборота, повышения производства и укрепления рыночных позиций предприятия является функцией маркетинга. Цены и ценовая политика - одна из главных составляющих маркетинговой деятельности, роль которой все более возрастает. Цены находятся в тесной зависимости с другими переменными маркетинга и деятельности фирмы. От цен во многом зависят достигнутые коммерческие результаты, а верная или ошибочная ценовая политика оказывает долговременное (положительное или отрицательное) воздействие на всю деятельность фирмы. Суть целенаправленной ценовой политики в маркетинге заключается в том, чтобы устанавливать на товары фирмы такие цены и так варьировать ими в зависимости от положения на рынке, чтобы овладеть его определенной долей, обеспечить намеченный объем прибыли и решать другие стратегические и оперативные задачи. При определении общей ценовой политики отдельные решения (взаимосвязь цен на товары в рамках ассортимента, использование специальных скидок и изменений цен, соотношение своих цен и цен конкурентов, метод формирования цен на новые товары) увязываются в интегрированную систему.

Исторически сложилось, что цены устанавливали продавцы и покупатели в ходе переговоров друг с другом. Продавцы обычно запрашивали цену выше той, что надеялись получить, а покупатели - ниже той, что рассчитывали заплатить. Поторговавшись, они, в конце концов, сходились на взаимоприемлемой цене. Единые цены получили распространение только в конце

XIX в. с возникновением крупных предприятий розничной торговли, которые рекламировали "строгую политику единых цен", потому что предлагали большое разнообразие товаров и держали большое количество наемных работников.

Фирмы подходят к проблемам ценообразования по-разному. В мелких фирмах цены часто устанавливаются высшим руководством. В крупных компаниях проблемами ценообразования обычно занимаются управляющие отделений и управляющие по товарным ассортиментам. Но и здесь высшее руководство определяет общие установки и цели политики цен и нередко утверждает цены, предложенные руководителями низших эшелонов. В отраслях деятельности, где факторы ценообразования играет решающую роль (аэрокосмическая промышленность, железные дороги, нефтяные компании), фирмы часто учреждают у себя отделы цен, которые либо сами разрабатывают цены, либо помогают делать это другим подразделениям.

Особенности формирования цены на рынке труда

1.Рынок труда или рынок рабочей силы в условиях совершенной конкуренции может быть рассмотрен на трёх уровнях: *предложение труда со стороны отдельного рабочего, предложение труда индивидуальному предпринимателю, рыночное предложение конкретного вида труда.*

Индивидуальное предложение труда определяется его вменёнными издержками, которые, в свою очередь, характеризуют обусловленные трудом жертвы: работа может быть неприятной и вредной для здоровья, работа сокращает продолжительность досуга. Кривая индивидуального предложения имеет положительный наклон, поскольку, чем больше неудобств, связанных с трудом, тем выше должна быть заработная плата, чтобы человек согласился работать.

Чтобы понять механизм такого поведения, рассмотрим два эффекта повышения ставки заработной платы: эффект замещения и эффект дохода.

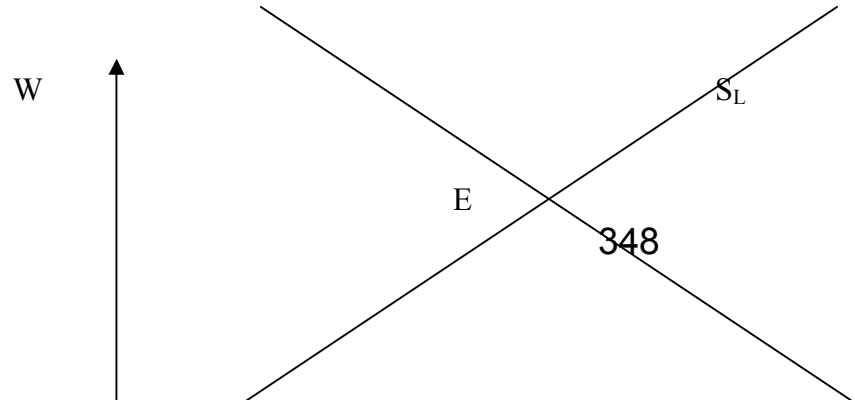
Эффект замещения побуждает людей больше трудиться, т.к. рост ставки заработной платы делает досуг экономически невыгодным.

Эффект дохода состоит в том, что более высокая заработная плата повышает благосостояние человека, он начинает больше ценить свободное время и, главное, может позволить себе больше досуга без снижения уровня жизни. В зависимости от того, какой эффект преобладает, предложение труда со стороны работника будет либо расти, лтбо сокращаться.

Если рассматривать **предложение труда, с которым сталкивается индивидуальный предприниматель**, то в условиях свободной конкуренции это предложение будет совершенно эластичным. Графически такое предложение будет представлять собой горизонтальную линию, отстоящую от оси X на высоту, равную рыночной ставке заработной платы. Предприниматель при найме рабочих выступает как ценополучатель, т.е. выплачивает заработную плату на равновесном рыночном уровне.

Что касается **рыночного предложения конкретного вида труда, то** кривая в данном случае, будет иметь сугубо восходящий характер, поскольку более высокие ставки заработной платы привлекут большее количество людей, готовых выполнять данный вид работы. При этом изменение базовой ставки заработной платы сопровождается движением вдоль кривой предложения, а изменение иных факторов обусловит сдвиг всей кривой вправо или влево.

Кривая предложения показывает, при каком минимальном уровне оплаты труда данное количество работников согласны выполнять указанную работу. Такие заработки, удерживающие рабочих от перехода в иную сферу деятельности, называются **трансфертными.** Графически они представлены площадью участки, ограниченного сверху кривой предложения, слева и внизу – осями координат, справа – вертикалью, проходящей через точку равновесия рынка труда и показывающей равновесное количество работников (рис. 1).



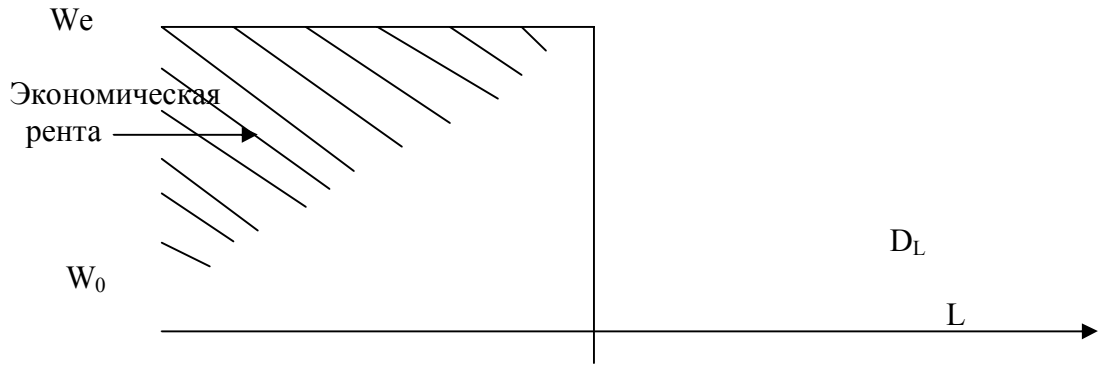


Рис. 1. Экономическая рента

Поскольку в условиях совершенной конкуренции все работники являются ценополучателями, уровень оплаты труда будет одинаков для всех. Разнице между реально получаемой заработной платой и трансфертами, называется **экономической рентой,** получаемой работниками.

Размер экономической ренты зависит от эластичности предложения труда. Так, если данный работник представляет собой явление уникальное (например, певец с мировым именем), кривая предложения будет практически вертикальной, т.е. заработок будет составлять исключительно экономическую ренту.

Если же речь пойдёт о нехватке кадров определённой квалификации в краткосрочном периоде, то экономическая рента, возникающая в данном случае, называется квазирентой и может быть легко устранима в долгосрочном периоде благодаря переподготовке кадров или привлечению работников из других районов.

Что же касается *заработной платы в условиях несовершенной конкуренции*, то её уровень будет устанавливаться в зависимости от отраслевого предложения труда, от того уровня трансфертов, при котором данное количество работников готовы выполнять указанную работу. На графике это уровень заработной платы W_o. Монопсонисту нет смысла предлагать более высокую ставку, поскольку он найдёт данное количество работников и по уровню заработной платы, равному трансферту (рис. 1). В данном случае очевиден факт недоплаты заработной платы.

Однако, современные рынки труда характеризуются присутствием достаточно сильных и организованных профессиональных союзов работников, которые противостоят не менее сплочённым работодателям. Такая ситуация расценивается наличием монополии продавца (профсоюзы, заключающие коллективные договора) и монополии покупателя (фирмы-работодателя). Как формируется цена на рынке в данном случае?

Очевидно, что ставка зарплаты, с одной стороны, не может подняться выше W_1, так как это точка равновесия монопсониста, иначе его предельные издержки от труда станут превышать предельные доходы от труда.

С другой стороны, ставка заработной платы не может быть ниже того уровня, который существует при монопсонии – W_o. Следовательно, в интервале между вышеназванными уровнями и будет происходить борьба за конкретный уровень оплаты труда.

Особенности ценообразования на рынке капитальных услуг

На рынке капитала спросу на арендуемое оборудование противостоит его предложение. При этом следует различать спрос и предложение со стороны отдельно взятой фирмы и рыночные спрос и предложение. Как фирма-арендатор, так и фирма-собственник руководствуются известным принципом рационального поведения на рынке: они продолжают наращивать количество арендуемой техники до тех пор, пока не уравняются их предельные издержки и предельные доходы от аренды дополнительной единицы оборудования (MRC = MRP).

Для совершенно конкурентной фирмы-арендатора её спрос на оборудование будет определяться предельным доходом от капитальных услуг и зависеть обратно пропорционально от рыночной ставки рентных платежей. Тем самым кривая спроса имеет нисходящий характер. Вместе с тем, фирма имеет дело с совершенно эластичным предложением, поскольку при данной рыночной

ставке t она может закупить на рынке любое интересующее её количество услуг капитала. Кривая предложения будет иметь вид горизонтальной линии, отстоящей от оси X на величину рыночной ставки рентных платежей. Пересечение кривых предложения и спроса характеризует равновесие фирмы-арендатора оборудования.

Для рынка в целом в долгосрочном аспекте кривые спроса и предложения капитальных услуг имеют обычно соответственно нисходящий и восходящий характер. В краткосрочном периоде совокупное предложение услуг капитала определённого вида будет совершенно неэластичным и отображается графически вертикально, поскольку в конкретный момент наличествует строго определённое количество конкретного типа оборудования. Равновесная ставка рентных платежей за аренду данного оборудования определяется точкой пересечения кривых спроса и предложения на данный вид капитальных услуг.

В краткосрочном периоде количество сдаваемого в аренду оборудования не меняется. Поэтому сдача в аренду существующего оборудования сопряжена с предельными издержками, включающими:

- амортизацию;
- расходы на текущее обслуживание оборудования.

Эти расходы обусловлены тем, что в каждый временный период аренды оборудование изнашивается и теряет часть своей стоимости, а также тем, что для подготовки оборудования к сдаче в аренду его надо подремонтировать, отрегулировать, транспортировать.

Предельные издержки амортизации и текущего обслуживания практически постоянны, и каждый дополнительный день сдачи оборудования в аренду сопряжён с одинаковыми дополнительными расходами. Величина этих предельных издержек составит повременную ставку рентных платежей. Поэтому кривая предельных издержек в краткосрочном периоде пройдёт горизонтально и будет равна рыночной ставке рентных платежей. Кривая предложения сменит горизонтальное направление на вертикальное, как только объём предлагаемого к сдаче оборудования достигнет максимального количества оборудования, располагаемого фирмой в краткосрочном периоде.

В долгосрочном периоде фирма имеет возможность закупить дополнительное оборудование и предоставить его также в аренду. Поэтому горизонтальный участок кривой предложения пройдёт выше, поскольку предельные издержки будут включать и третий элемент – вменённые издержки закупки нового оборудования. Последние равны процентной ставке, от которой отказывается фирма, приобретая оборудование, вместо того, чтобы положить деньги в банк или инвестировать их в иной проект. Что касается вертикального участка кривой предложения, то он трансформируется в восходящий, что связано с возможностью закупки и сдачи в аренду дополнительного оборудования, если рыночная ставка рентных платежей создаёт к этому побудительные мотивы, т.е. увеличивается.

Особенности ценообразования на рынке земли

Как и в случае с капиталом, необходимо различать участок земли как таковой и производственную функцию земли. С одной стороны, землевладелец может экономически реализовать свою собственность, продав участок земли и выручив его продажную цену. С другой стороны, ведение хозяйства на земле может приносить регулярный доход в виде прибыли. Наконец, третий вариант предусматривает сдачу земли в аренду и получение регулярного дохода в виде ренты.

Цена земли. Владение землёй сопряжено с известными выгодами и затратами, сопоставление которых и определит целесообразность сохранения собственности или нё отчуждения, т.е. продажи. Владея землёй, собственник не использует других возможных вариантов получения дохода, например, он мог бы не покупать землю, а положить деньги в банк и получать регулярный доход в виде процента. В связи с этим предельный доход землевладения связан с получаемой рентой, а предельные (вменённые) издержки - с рыночной ставкой ссудного процента. Сопоставление этих величин даёт представление о продажной цене данного участка земли:

$$P_{.земли} = \frac{\text{Рента (годовая)}}{\text{Ставка ссудного процента}} \times 100.$$

Разумеется, данная формула показывает лишь наиболее общие закономерности и справедлива лишь при прочих равных условиях. Общая тенденция на рынке земельных участков состоит в неуклонном повышении их цены, особенно в крупных городах и районах, к ним примыкающих.

Механизм образования и величина земельной ренты. Величина земельной ренты формируется в результате взаимодействия спроса и предложения на рынке земельных участков, сдаваемых в аренду.

Специфика рынка земли состоит в том, что в рамках национальной экономики предложение земли и природных ресурсов абсолютно неэластично, поскольку количество ресурсов в данной стране в данный период есть величина фиксированная.

Спрос на землю показывает, какое количество земли арендаторы готовы взять в аренду при различных возможных уровнях платы за неё. Естественно, что при высокой арендной плате количество сдаваемой в аренду земли будет меньше, чем при низкой. Кривая спроса на землю будет иметь отрицательный наклон. Пересечение кривых спроса и предложения характеризует рыночное равновесие и равновесную ренту.

Связь спроса на землю с предельным доходом от земли помогает понять отрицательный наклон кривой спроса. При высокой ренте только очень производительные земли могут быть взяты в аренду, так как лишь высокий предельный доход может позволить уплатить высокую ренту и, возможно, обеспечить и прибыль арендатора.

Чем выше производительность земли, тем, при прочих равных условиях, будет выше спрос на земли данного качества и, соответственно, выше будет проходить кривая спроса, выше будет равновесный уровень ренты.

Тема 16: Рынок труда и использование трудовых ресурсов на предприятии

Цель лекции: охарактеризовать и раскрыть роль труда и заработной платы на предприятии, дать понятие рынку труда, определить условия равновесия на рынке труда.

ПЛАН:

1. Труд и заработная плата на предприятии.
2. Рынок труда. Равновесие на рынке труда.

Труд и заработная плата на предприятии

Основой жизнедеятельности человеческого общества является труд. Труд опосредствует обмен веществ между человеком и природой, приспосабливая природные материалы и всю окружающую среду под потребности человека и общества. В отличие от жизнедеятельности животного мира труду человека присущи следующие специфические черты.

Во-первых, *труд является целенаправленным.* Любое производство преследует какую-либо цель, поставленную человеком.

Во-вторых, *труд человека является общественным*. Это означает, что даже трудясь в одиночку на необитаемом острове, Робинзон использовал не только некоторые инструменты и орудия,

сделанные другими членами общества, но и, главное, накопленный человечеством производственный опыт, технологии и знания.
В-третьих, *труд человека является созидательным*, поскольку его конечная цель предполагает производство благ.
Наконец, важнейшей особенностью труда является *способность создавать орудия труда.*
Стоимость рабочей силы в обществе определяется общественно необходимым временем на воспроизводство рабочей силы. Иначе говоря, стоимость рабочей силы определяется как стоимость жизненных средств, необходимых для её воспроизводства.
Если стоимость рабочей силы опускается до физиологического минимума, достаточного лишь для поддержания жизни, рабочая сила будет воспроизводиться в ухудшающемся качестве. Так, в минимальную потребительскую корзину товаров и услуг в России в 2000-е годы было включено лишь 19 наименований, а в США – более 300. При этом минимальная заработная плата в США позволяет приобрести эту корзину товаров и услуг, а в России – нет. В Узбекистане минимальная заработная плата не позволяет приобрести все необходимые жизненные блага, но имеет тенденцию к увеличению. За последние 2 года минимальный размер заработной платы увеличен с 9450 сум до 28450сум, повышение заработной платы бюджетных работников, размеры пенсий и стипендий увеличены за последний год на 1,5%.
На протяжении веков технического прогресса рост производительности труда вёл к сокращению так называемого необходимого рабочего времени, т.е. времени, требуемого в обществе для обеспечения жизнедеятельности работников, и к увеличению прибавочного времени, используемого для создания прибавочного продукта.
Вместе с тем, необходимый труд лежит в основе получаемой работником заработной платы. Прибавочный труд ускользает от работника и присваивается собственником средств производства, составляя его прибыль.

Рынок труда. Равновесие на рынке труда

Рынок труда – это категория рыночного хозяйства. Основными элементами рынка труда являются **спрос на труд, предложение труда и цена труда.**
Рынок труда – это система экономических методов, механизмов и инструментов, обеспечивающих вовлечение экономически активного населения, трудоспособных граждан в народнохозяйственный оборот и использование их рабочей силы как товара, равновесная цена и количество которого определяется взаимодействием спроса и предложения.
С экономической точки зрения труд – важнейший производственный ресурс (фактор). В соответствии с этим выделяют *две главные функции рынка труда.*
Социальная функция заключается в обеспечении нормального уровня доходов и благосостояния людей, нормального уровня воспроизводства производственных способностей работников.
Экономическая функция рынка труда заключается в рациональном вовлечении, распределении, регулировании и использовании труда
Спрос предпринимателей на рабочую силу находится в обратной зависимости от ставки реальной заработной платы (W), которая определяется как отношение ставки номинальной заработной платы (W^*) к уровню цен (P.):

$$W = W^* / P.$$

Предложение труда, так же, как и спрос, зависит от величины заработной платы. Однако зависимость здесь иная. Кривая предложения труда имеет положительный угол наклона: с ростом общего уровня заработной платы предложение труда увеличивается.

При характеристике предложения труда обратим внимание на эффект замещения и эффект дохода (рис. 1).

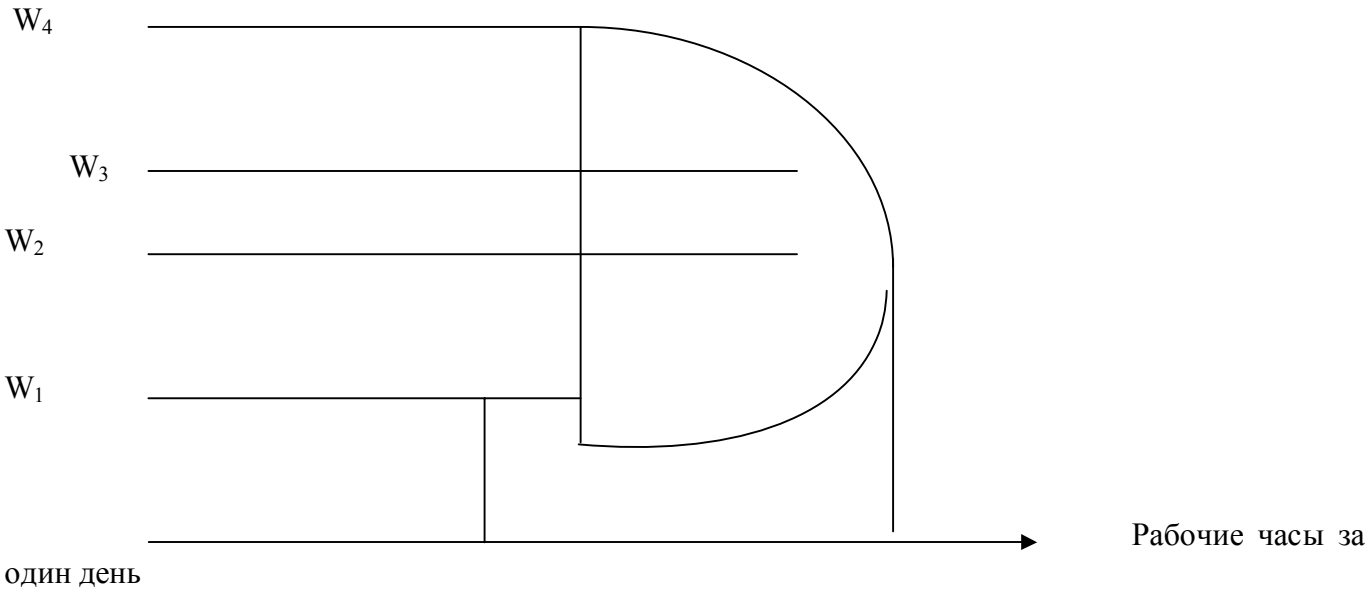


Рис. 1. Эффект замещения и эффект дохода.

На графике 1 до определённого момента (W_2) рост заработной платы увеличивает предложение труда, которое достигает в точке W_2 максимального значения. После же достижения максимального уровня по мере дальнейшего роста заработной платы предложение труда начинает сокращаться. Это происходит потому, что при найме на работу человек выбирает между трудом и свободным временем. При повышении заработной платы есть стимул пожертвовать свободным временем в пользу высокооплачиваемой работы и получения более высокого дохода, на который можно приобрести дополнительные блага. В результате предложение труда растёт. В данном случае имеет место **эффект замещения.** На графике этот эффект проявляется при движении по кривой предложения труда до точки W_2.

Эффект дохода противоположен эффекту замещения и начинает проявляться тогда, когда работник достигает достаточно высокого уровня доходов и материального благополучия. При дальнейшем росте заработной платы выше уровня W_2 начинает преобладать **эффект дохода,** т.е. высокие доходы стимулируют более разнообразный и длительный досуг, нежели труд. Поэтому после точки W_2 наблюдается эффект дохода, когда с ростом доходов предложение труда сокращается. Кривая предложения труда принимает вид изгибающейся к оси ординат кривой.

Преобладание эффекта замещения или эффекта дохода при данном уровне зарплаты зависит как от общей экономической ситуации, так и от самого работника, который принимает самостоятельные решения в соответствии со своими предпочтениями и интересами.

Пересечение кривых спроса на труд N_d и предложения труда N_s даёт нам точку E, характеризующую равновесие на рынке труда, установление равновесной ставки реальной заработной платы W_E и равновесный уровень занятости N_E. При данном уровне заработной платы в экономике наблюдается полная занятость, т.е. спрос на труд равен предложению труда.

Если заработная плата по какой-либо причине повышается до W_1 по сравнению с равновесным уровнем заработной платы W_E в точке E, то возникает новая рыночная ситуация. Фирмы выбирают такой режим функционирования, который соответствует точке A на кривой спроса, в то время, как работники предлагают такое количество труда, которое соответствует точке B на кривой предложения. В результате такого рыночного несоответствия при данном уровне ставки заработной платы W_1 количество предлагаемого труда превышает спрос на труд на величину BA, следствием чего является безработица в размере $N_B - N_A$.

Тема 17: Капитальные вложения и рынок капитала

Цель лекции: дать понятие рынку капитала и инвестиционных вложений, определить факторы, влияющие на величину инвестиционных вложений, охарактеризовать виды инвестиций, раскрыть формулу кругооборота капитала, основного и оборотного капитала. Раскрыть экономическую сущность прибыли.

ПЛАН:

1. Понятие рынка капитала и прибыли
2. Капитал и капитальные вложения (инвестиции)
3. Кругооборот капитала. Основной и оборотный капитал.

Понятие рынка капитала и прибыли

Под термином капитал очень часто принимают произведённые ранее блага (manufactured goods). Капитал подразделяется на **физический и нефизический.**

К физическому капиталу относятся производственные и непроизводственные строения, машины, оборудование, сырьё и материалы. Примерами нефизического капитала могут быть следующие его формы. *Человеческий капитал* представляет собой результат предыдущего производства: получение образования, воспитания, трудовых навыков. Затраты на приобретение знаний расцениваются при этом как инвестиции, которые в последующем будут приносить его владельцу регулярную прибыль в виде более высокого заработка, престижной и интересной работы, повышения социального статуса и пр.

Наряду с этим различают формы капитала: денежную, товарную, производительную (в виде сырья, оборудования, наёмной рабочей силы и т.д.).

Одним из основных свойств капитала является его постоянное движение. Если капитал приостанавливает движение, то он перестаёт быть капиталом, а представляет собой лишь некоторую сумму денег, либо простаивающее оборудование, либо запасы сырья и материалов, незанятую рабочую силу, нераспроданную готовую продукцию и т.д. Лишь находясь постоянно в движении и меняя натурально-вещественные формы, капитал может реализовать свою функцию, а именно, соединить средства производства с работниками в целях создания стоимости большей, чем была авансирована на организацию процесса производства.

В современных условиях чаще всего владеют капиталом одни люди, а приводят его в действие другие. Более того, от капитала-функции часто отделяется управление капиталом, т.е. предприниматель не сам управляет производством, а приглашает для этого специалистов-менеджеров. В таком случае, собственник капитала – получает доход в виде ссудного процента (арендной платы); предприниматель, т.е. тот, кто организует и соединяет все факторы производства – получает предпринимательский доход или прибыль; управляющий производством – получает жалованье, т.е. заработную плату. Если все эти функции выполняются со стороны одного и того же лица, то в таком случае он получает две-три функциональные формы прибыли.

Чтобы решить, выгодны ли капиталовложения, фирмы сравнивают стоимость единицы капитала в настоящий момент с будущей прибылью, обеспеченной этой единицей вложений. Процедура, позволяющая вычислить сегодняшнее значение любой суммы, которая может быть получена в будущем, называется дисконтированием. А текущая стоимость будущих доходов – дисконтированной стоимостью. Если дисконтированная стоимость ожидаемых в будущем доходов от капиталовложений больше, чем издержки на капиталовложения, то есть смысл делать инвестиции.

Капитал и капитальные вложения (инвестиции)

Термин "инвестиции" происходит от латинского слова "invest", что означает "вкладывать".

В более широкой трактовке инвестиции представляют собой вложения капитала с целью последующего его увеличения. При этом прирост капитала должен быть достаточным для того,

чтобы скомпенсировать инвестору отказ от использования имеющихся средств на потребление в текущем периоде, вознаградить его за риск, возместить потери от инфляции в предстоящем периоде.

Инвестиции — все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, которые вкладываются в объекты предпринимательской и других видов деятельности, в результате которой создается прибыль (доход) или достигается социальный эффект.

Субъектами инвестиционной деятельности являются инвесторы, заказчики, исполнители работ, пользователи объектов инвестиционной деятельности, а также другие юридические лица – участники инвестиционного процесса. Инвесторы осуществляют вложения собственных, заемных и привлеченных средств в форме инвестиций и обеспечивают их целевое использование.

Объектами инвестиционной деятельности являются вновь создаваемые и модернизируемые основные фонды во всех отраслях экономики; ценные бумаги; научно-техническая продукция и другие объекты собственности; имущественные права и права на интеллектуальную собственность; совместные предприятия; предприятия, полностью принадлежащие иностранным инвесторам.

В зависимости от объектов вложений средств различают реальные и финансовые инвестиции.

Финансовые инвестиции — приобретение корпоративных прав, ценных бумаг и других финансовых инструментов. Финансовые инвестиции подразделяются на прямые (внесение средств в уставный фонд юридического лица) и портфельные (приобретение финансовых активов на фондовом рынке);

Реальные (капитальные) инвестиции — вложение средств в реальные активы, — приобретение домов, сооружений, других основных фондов и нематериальных активов, которые подлежат амортизации.

С течением времени капитал может уменьшаться, как по натуральной форме, так и по стоимости. Этот процесс получил название *амортизации*, или обесценения капитала. Обесценение может быть обусловлено различными факторами. Так, различают *физический и моральный износ капитала.* В первом случае обесценение оборудования и зданий происходит в силу их физического снашивания (обветшания, поломки) в процессе производства и просто в силу времени под воздействием сил природы (ржавение, гниение и пр.).

При моральном износе обесценение происходит в связи с появлением нового поколения техники, более производительной и дешёвой в расчёте на единицу мощности. В этом случае даже ни дня не работавший станок старого поколения мгновенно «теряет» свою стоимость.

На каждом предприятии процессы инвестирования и амортизации происходят одновременно. Часть капитальных ресурсов снашивается и обесценивается, на их место поступают новые станки, инструменты, оборудование и пр. В большинстве случаев инвестиции превышают по объёму амортизацию, поскольку предприятие стремится не просто сохранять прежний уровень производства, а расширять и модернизировать его. Если из величины совокупных (валовых) инвестиций вычесть величину замещающих инвестиций (равных амортизационному обесценению капитала), то получим категорию, называемую чистыми инвестициями:

Чистые инвестиции = Валовые инвестиции – Амортизация.

Инвестиции могут быть классифицированы по разным признакам. Различают *частные и государственные инвестиции*, что определяется тем, кто именно является инвестором: частное лицо или государство.

Инвестиции различаются и в зависимости от национальной принадлежности инвестора. Так, применительно к узбекской экономике можно говорить о *внутренних инвестициях* узбекских производителей и государства, об *иностранных инвестициях* на узбекском рынке, а также об *узбекских инвестициях, осуществляемых за рубежом.*

Важное значение имеет *отраслевая (производственная) структура* инвестиций, характеризующая распределение ресурсов по разным видам производств и отраслей. В этом случае инвестиции предприятия могут быть как сконцентрированными в одной области, так и диверсифицированными, т.е. охватывать широкий спектр отраслей.

По периоду инвестирования различают краткосрочные, долгосрочные инвестиции и аннуитет.
Под краткосрочными инвестициями понимают обычно вложения капитала на период, не более одного года, а под долгосрочными инвестициями - вложения капитала на период свыше одного года.
В практике больших инвестиционных компаний долгосрочные инвестиции детализируются следующим образом:
- до 2 лет;
- от 2 до 3 лет;
- от 3 до 5 лет;
- больше 5 лет.
Аннуитет – инвестиции, приносящие вкладчику определенный доход через регулярные промежутки времени. В основном это вложения средств в пенсионные и страховые фонды.
По формам собственности инвесторов выделяют частные, государственные, иностранные и совместные инвестиции.
Частные инвестиции - это вложения средств, осуществляемые гражданами, а также предприятиями негосударственных форм собственности, прежде всего коллективной.
Государственные инвестиции осуществляют центральные и местные органы власти и управления за счет средств бюджетов, внебюджетных фондов и заемных средств, а также государственные предприятия и учреждения за счет собственных и заемных средств.
Под иностранными инвестициями понимают вложения, осуществляемые иностранными гражданами, юридическими лицами и государствами.
Совместные инвестиции - это вложения, осуществляемые субъектами данной страны и иностранных государств.
По региональному признаку различают инвестиции внутри страны и за рубежом.
Под инвестициями внутри страны (внутренними инвестициями) подразумевают вложения средств в объекты инвестирования, размещенные в территориальных границах данной страны.
Под инвестициями за рубежом (зарубежными инвестициями) понимают вложения средств в объекты инвестирования, размещенные за пределами территориальных границ данной страны (к этим инвестициям относятся также приобретения различных финансовых инструментов других стран).
Источниками инвестиционных средств являются: собственные средства предприятий (прибыль, амортизационный фонд). За счёт них обеспечивается в среднем до 60-70% всех инвестиций. Помимо собственных средств могут быть привлечены и заёмные средства. Большую роль при этом играют кредиты: банковские, государственные, иностранные. Часть средств для инвестиций может быть собрана посредством выпуска акций и облигаций.

Кругооборот капитала. Основной и оборотный капитал

Все без исключения экономические школы подчёркивают, что капитал немыслим без движения, что это движение носит своеобразный циклический характер, что смысл и цель этого движения состоит в самовозрастании, т.е. получении прибыли. Наиболее полно и последовательно движение капитала было проанализировано К.Марксом.
Капитал осуществляет своё движение в двух сферах – производстве и обращении и включает три стадии:
$Д – Т \ldots П \ldots т^1 - Д^1$

1-стадия – в сфере обращения; 2-стадия – в сфере производства; 3-стадия – в сфере обращения.

Движение любого промышленного капитала начинается непременно с денежной формы: деньги необходимы для закупки элементов капитала и рабочей силы. При этом деньги не расходуются окончательно, а авансируются, т.е. предприниматель ожидает, что вернёт себе инвестируемую сумму и получит некоторую прибыль.

Вторая стадия протекает в сфере производства. Здесь происходит соединение средств производства и наёмной рабочей силы.

Функция производительной формы капитала состоит в создании товарной массы, стоимость которой больше стоимости использованных факторов производства.

При переходе из 2-ой стадии кругооборота в 3-ю капитал превращается из производительной формы в товарную. Третья стадия сопряжена с реализацией товарной продукции и протекает в сфере обращения. При этом в итоге капитал вновь возвращается к первоначальной денежной форме, однако величина его возрастает по сравнению с авансированной суммой.

Во избежание перерывов в движении предприниматель должен постоянно держать одну часть капитала в виде денежного резерва, вторую часть в виде элементов действующего производства, третью часть в виде товарной продукции, проходящей на рынке процесс реализации.

Предприниматель осуществляет инвестирование и запускает капитал в производство не ради однократного получения прибыли, а в целях непрерывного приращения капитальной стоимости. Это становится возможным благодаря самой форме движения производственных фондов – форме кругооборота.

Время, в течение которого совершается этот процесс, называется временем оборота капитала. Время оборота зависит от специфики отрасли вложения капитала. В тяжёлой индустрии капитал оборачивается, как правило, медленнее, чем в лёгкой промышленности. Для каждого предпринимателя небезразлично, как скоро капитал совершит свой оборот. В целях сокращения времени оборота принимаются меры по рациональной организации производственного процесса, позволяющей исключить простои. Большую роль играют технологические нововведения, позволяющие ускорить такие производственные процессы, как сушка древесины, покраска и сушка изделий и т.п. Сокращение времени оборота также зависит от оперативности материально-технического снабжения, времени транспортировки продукции и скорости её реализации на рынке.

Скорость оборота измеряется числом оборотов ресурсов, совершаемых в течение года.

Число оборотов определяется по формуле:

$$n = O / t ,$$

где n - число оборотов в год, O – принятая единица времени (1 год), t – время оборота данных ресурсов.

Так, если время оборота капитала составляет 4 месяца, то скорость оборота – 3 оборота в год.

Производительный капитал подразделяется на **основной и оборотный**.

К основному капиталу обычно относят имущество, служащее больше одного года. На практике основной капитал называют основными фондами.

Основной капитал (основные фонды) является главной составной частью капитала фирм в большинстве отраслей, прежде всего в реальном секторе. Основные фонды представлены зданиями и сооружениями, передаточными устройствами, машинами, оборудованием и приборами и др.

К оборотному капиталу, если иметь в виду его экономическое определение, относят сырье, топливо, энергию, материалы, полуфабрикаты, незавершенное производство, запасы готовой продукции, товары для перепродажи. Если брать бухгалтерское определение оборотного капитала, то к перечисленному следует добавить средства в расчетах с поставщиками и покупателями, денежные средства в кассе предприятия и расходы на заработную плату.

Материально-вещественными носителями основного капитала являются, как правило, средства труда: производственные здания, машины, оборудование. Средства труда участвуют в процессе производства целиком, но переносят свою стоимость на продукт по частям по мере физического износа. Этим определяются особенности оборота основных фондов.

Оборот основного капитала завершится, когда все части его стоимости пройдут свой кругооборот и вернутся к предпринимателю в денежной форме, что даст возможность приобрести новое оборудование, построить новый завод взамен изношенных старых. Другими словами, все

части капитала вернутся к своей первоначальной натуральной форме и совершат полный оборот по стоимости.

Тема 18: Государственное регулирование деятельности предприятий.

Цель лекции: дать понятие государственному регулированию экономикой, раскрыть методы государственного регулирования деятельностью предприятий и основные цели регулирования.
ПЛАН:

1.Государственное регулирование экономики.
2.Методы государственного регулирования деятельностью предприятий.

Государственное регулирование экономики

Возникновение и существование государства является общественно прогрессивным и значимым фактором в развитии общества. С возникновением государства складывается сфера его экономической деятельности. Более того, экономическая политика государства становится составным звеном и необходимым элементом рыночной системы. «Видимая рука» правительства должна регулировать «невидимую руку» рынка и конкуренции, о которой писал А.Смит.
Известно, что рынок наряду с позитивными имеет и негативные стороны, а именно: не способствует сохранению невоспроизводимых ресурсов и защиты окружающей среды, не может регулировать использование ресурсов, принадлежащих всему человечеству, например рыбных богатств океана. В условиях рынка порой игнорируются потенциально негативные последствия принимаемых решений и не создаются стимулы для производства товаров и услуг коллективного пользования, не гарантируется право на труд и доход, не обеспечивается целенаправленное развитие фундаментальных исследований в науке. Поэтому, в данных условиях, государство призвано корректировать данные недостатки, которые присущи рыночному механизму.
В частности, государство берёт на себя ответственность за создание относительно равных условий для взаимного соперничества предпринимательских фирм, для эффективной конкуренции, для ограничения монополизированного производства. Государство также направляет экономические ресурсы для удовлетворения коллективных потребностей людей, создаёт производство общественных товаров и услуг.
Кроме того, в обществе есть люди, не владеющие ни землей, ни капиталом, ни трудом (нетрудоспособные, неимущие). Они не участвуют в конкуренции, не получают никаких доходов. Существуют и люди, не имеющие работу, но трудоспособные, это лица, которые не могут найти рыночное применение своему труду. Рыночное распределение доходов также неприменимо к тем, кто занят в производстве общественных товаров, содержание таких работников становится задачей государства. В рыночной системе неизбежна безработица, что ставит перед государством ряд сложных проблем. Обязанностью государства автоматически становится регулирование рынка рабочей силы с целью поддержания определенного уровня занятости, а также материального обеспечения людей, утративших рабочие места.
Инфляция является сложнейшей проблемой рыночной экономики, которая решается путем проведения антиинфляционной политики.
Суть государственной антикризисной политики, состоит в том, чтобы во время кризисов и депрессий стимулировать спрос на товары и услуги, капиталовложения и занятость. При длительном и бурном подъеме в экономике страны могут возникнуть опасные явления – исчезновение товарных запасов, рост импорта и ухудшение платежного баланса, превышение спроса на рабочую силу над предложением, а следовательно, несправедливый рост заработной платы и цен. В такой ситуации задача государственного регулирования экономики – притормозить рост спроса, капиталовложений и производства, чтобы по возможности сократить перепроизводство товаров и перенакопление капиталов.
Безусловно, заниматься научными исследованиями с длительными сроками окупаемости, большой степенью риска и неопределенностью в отношении прибыли не под силу рыночному механизму.

Поэтому государство вынуждено стимулировать научно-технический прогресс. Такие исследования жизненно необходимы для поддержания отраслей, переживающих технологический кризис.
Регулирование внешнеэкономических связей предполагает проведение государством соответствующей внешнеторговой политики, контроль над международной миграцией капиталов и рабочей силы, воздействие на валютные курсы, управление платежными балансами и т.д.
Субъектами государственного регулирования экономики (ГРЭ) выступают центральные (республиканские), областные и местные органы управления. Одной из основных решаемых ими задач является система формирования конкурентной среды, которая создаёт и поддерживает оптимальные условия для частного предпринимательства, защищает малые предприятия от недобросовестной конкуренции со стороны крупных монополий, а также регулирует деятельность естественных монополий.
С помощью специальных государственных программ и законов осуществляется контроль за вхождением продукции из других стран на отечественный рынок, её качеством и конкурентоспособностью.
Функционирующая экономическая система защиты отечественных товаропроизводителей от иностранной конкуренции действует при наплыве дешёвых импортных товаров, которые захватывают значительную долю на определённом товарном рынке и тем самым нарушают сложившееся равновесие. Государство через различные элементы вводит повышение ввозных пошлин и импортных квот, что ограничивает импорт определённых товаров и восстанавливает оптимальные условия конкуренции на внутреннем рынке.
Наиболее широкое распространение функциональные системы защиты местных товаропроизводителей получили в ЕС и США. Комиссией ЕС возбуждено более 1,5 тыс. дел. К странам, наиболее часто пренебрегающими правилами свободной конкуренции являются Китай, Индонезия, Индия, Пакистан, Таиланд, Бразилия, Турция и некоторые другие.
Среди важных элементов регулирования, созданных в Узбекистане, следует отметить образование Государственного комитета по антимонопольной политике и поддержке конкуренции, Правительственной комиссии по защитным мерам во внешней торговле, торгово-промышленной палаты и других. К этому следует добавить разработанные Центральным банком Республики Узбекистан различные инструменты денежно-кредитной политики, установление валютного коридора и др.
Однако, в силу специфики Узбекистана и ряда объективных препятствий, процесс формирования широкой сети действенных механизмов саморегуляции потребует ещё значительного времени.

Методы государственного регулирования деятельностью предприятий.

Универсальными средствами государственного регулирования являются правовые, административные, экономические, прямые и косвенные методы.
Правовое регулирование состоит в установлении государством правил «экономической игры» для фирм-производителей и потребителей. Система законодательных норм и правил определяет формы и права собственности, условия заключения контрактов и функционирования фирм, взаимные обязательства в области трудовых отношений работодателей и работополучателей.
Административное регулирование включает меры по регулированию, лицензированию, квотированию и т.д. Оно основывается на силе государственной власти и включают в себя меры запрета, разрешения и принуждения. Например, правительство запретило строить предприятия в пределах столицы. Оно не увеличило налоги или штрафы, а просто прекратило выдачу лицензий.
С помощью административных мер осуществляется государственный контроль над учётной ставкой, валютным курсом, доходами.
Экономические методы предполагают воздействие на характер рыночных связей. Это влияние на совокупный спрос и совокупное предложение, структуризация экономики, социальные условия, использование факторов экономического роста.

С этой целью используются бюджетная и фискальная политика, денежно-кредитная политика, программирование, прогнозирование и планирование.
Прямые методы регулирования базируются на властно-распорядительных отношениях и сводятся к административному воздействию на результативность хозяйствования субъектов. К ним относятся – безвозвратные целевые кредиты секторов экономики, регионов и фирм в виде субвенций или субсидий, включающих дотации, пособия, доплаты из специальных бюджетных и внебюджетных фондов, льготные кредиты.
Целью данного метода является достижение приоритета развития, защита общественно необходимых секторов экономики и групп населения.
Прямое воздействие на экономику государство осуществляет через инвестиции в определённые отрасли хозяйства. Оно может идти на развитие государственного предпринимательства или субсидирования предприятий негосударственного сектора. Первое осуществляется в капиталоёмких и малорентабельных отраслях – угольная промышленность, железнодорожный транспорт, содержание автодорог, оборонная промышленность. Кроме того, для обеспечения высокого уровня развития экономики государство осуществляет инвестирование в отрасли, определяющие на данном этапе НТП, а также подготовку квалифицированных кадров («Истеъдод») и проведение научных исследований (аспирантура, докторантура, научно-исследовательские центры). На этой основе создаются смешанные предприятия, когда часть акций принадлежит государству. Государство при этом поддерживает уровень жизни населения, определяя предельные цены на энергию, продукты питания, услуги и т.д.
Государство реализует программу поддержки таких сфер, как образование, здравоохранение, охрана окружающей среды, которые без его помощи развивались бы медленнее, чем другие отрасли, или цены на их услуги были бы столь высоки, что были бы доступны немногим. Эти отрасли являются постоянным объектом субсидирования многих государств, так же как аграрное производство, добывающая промышленность, транспорт и т.д.
Однако, следует уточнить, что данные методы государственного регулирования в целом полнее и больше используются в странах с переходной экономикой.
Современные рыночные структуры обусловливают необходимость диверсификации экономической и социальной политики. В западной экономической литературе для характеристики этого процесса используется термин «policy diversiby». В современной экономике развитых индустриальных стран одновременно идут процессы дерегулирования и децентрализации.
Дерегулирование означает сокращение масштабов прямого государственного вмешательства в процессы общественного воспроизводства. Государственное регулирование дополняется корпоративным, что даёт импульсивный и налаженный эффект.
Процесс *децентрализации* состоит в переносе решения многих проблем с макроуровня на мегауровень отдельных регионов и микроуровень отдельных фирм. При этом снижается роль прямых форм административного регулирования и повышается значение различных рычагов косвенного воздействия государства.

IX. Глоссарий

Тема 1: Значение, цель, задачи курса микроэкономика

Понятие микроэкономики, объекты микроэкономики, субъекты микроэкономики, предмет изучения курса, структура курса, товар, цена, рынок, рыночные отношения, конкуренция, экономические субъекты, метод абстрагирования, методы экономического анализа.

Тема 2: Понятия экономического базиса

Потребность, экономические ресурсы и их ограниченность, блага, экономические блага, производственный капитал, оборотный капитал, финансовый капитал, ссудный капитал,

фиктивный капитал, инвестиционные ресурсы, земля, труд, уровень занятости, безработица, предпринимательские способности, кривая производственных возможностей.

Тема 3: Теория спроса и предложения.

Понятие спроса, кривая спроса, функция спроса, однофакторная и многофакторная функция спроса, факторы, влияющие на спрос, изменение объёма спроса, предложение и его объём, кривая предложения, функция предложения, однофакторная и многофакторная функция предложения, факторы, влияющие на предложение, изменение объёма предложения, изменение характера предложения, Закон спроса и предложения.

Тема 4: Рыночное равновесие, максимальные и минимальные цены.

Понятие равновесия, рыночное равновесие, равновесная цена, равновесное количество товара, равновесная точка, восстановление рыночного равновесия, изменение рыночного равновесия и факторы, влияющие на это, максимальные цены, дефицитность рынка, минимальные цены, изобилие рынка.

Тема 5: Эластичность спроса и предложения.

Понятие эластичности, коэффициент эластичности, эластичность спроса по цене,
Точечная эластичность, дуговая эластичность, перекрёстная эластичность по цене, формы перекрёстной эластичности, эластичность спроса по доходу, эластичность предложения по цене.

Тема 6: Полезность – как основа выбора потребителя

Понятие блага в теории потребления, факторы, влияющие на выбор потребителя, понятие полезности, уровень удовлетворения потребности потребителя, функция полезности, кривые безразличия и их свойства, предельная норма замещения, бюджетная линия и её изменение, выбор потребителя, предельная полезность, предельные издержки, кривая «цена-потребление».

Тема 7: Эффект дохода и эффект замещения

Эффект дохода и эффект замещения для нормальных товаров, эффект дохода и эффект замещения для товаров низкой категории, парадокс Гиффена, товары-заменители и дополняющие товары.

Тема 8: Рынок и неопределённость

Рынок, условия возникновения рынка, функции рынка, неопределённость и риск, выбор потребителя в условиях неопределённости, причины возникновения риска, склонность к риску, диверсификация деятельности предприятий, операционная прибыль, потери.

Тема 9: Организационно-экономическая основа фирмы

Понятие фирмы, организационные формы предпринимательских фирм, частные фирмы, преимущества и недостатки частных фирм, общества с ограниченной и неограниченной ответственностью, акционерные предприятия, ответственность предприятий, преимущества и недостатки акционерных форм хозяйствования, государственные предприятия, кооперативы.

Тема 10: Теория производства

Процесс производства, технология производства, факторы и виды производства, понятие функции производства, понятие изокванты и её свойства, процесс производства в краткосрочном и долгосрочном периодах, понятие изокосты, закон убывающей отдачи производства.

Тема 11: Издержки производства

Деятельность предприятия в краткосрочном и долгосрочном периодах, понятие об издержках, упущенные возможности и альтернативные затраты, экономические и бухгалтерские издержки, внутренние и внешние издержки, экономическая и нормальная прибыль, совокупные расходы, фиксированные и переменные издержки, средние издержки, предельные издержки, графики

издержек производства, формулы расчёта средних, фиксированных, переменных и предельных издержек производства.

Тема 12: Максимизация прибыли фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции

Совершенная конкуренция, общий, средний и предельный доход фирмы, прибыль фирмы, условия максимизации прибыли фирмы и его график, условия беспроигрышной деятельности фирмы, состояние минимизации издержек фирмы, точка свёртывания производства, метод совокупных показателей, метод средних и предельных издержек.

Тема 13: Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

Средние издержки производства в долгосрочном периоде и их свойства, выбор объёмов производства в долгосрочном периоде, равновесие фирмы в типичной отрасли, кривая отрасли в условиях постоянства и минимизации издержек, относительная, абсолютная и неизменная эффективность масштабов производства, факторы, влияющие на сокращение и рост средних издержек в долгосрочной перспективе.

Тема 14: Конкуренция и монополия

Понятие конкуренции, чистая монополия, примеры чистой монополии, барьеры при вхождении в монополистическую отрасль, естественные монополии, монопольные цены, влияние эластичности спроса на монопольное ценообразование, монопольные цены и благо общество, олигополия, монопсония, борьба против монополий.

Тема 15: Особенности формирования цены в условиях рыночного управления

Понятие цены, элементы, функция, виды цен, свойственных условиям рынка, правило «большого пальца» в установлении монопольной цены, определение цен в зависимости от дохода потребителей, привлечение дополнительных покупателей для покупки произведённых благ, ценовая диверсификация, диверсификация цен в зависимости от объёма потребления, от категории товара, порядок ценообразования в условиях наивысшего спроса.

Тема 16: Рынок труда и использование трудовых ресурсов на предприятии

Рыночные отношения и показатели применения трудовых ресурсов, определение оптимального количества наёмного труда, спрос на труд, предложение труда, конкурированный рынок труда, взаимосвязь между трудом и отдыхом, влияние роста заработной платы на общее отношение времени отдыха к рабочему времени, минимальная заработная плата, разница между минимальной и равновесной заработной платой и её последствия, эффект замещения, эффект дохода, рыночное равновесие на рынке труда, безработица.

Тема 17: Капитальные вложения и рынок капитала

Понятие капитала, его формы, основные и оборотные фонды, ссудный процент, инвестиции и инвестирование, понятие чистой инвестиции, структура инвестиций, спрос на инвестиции, влияние инфляции на инвестирование, внутренние и внешние инвестиции, эффективность инвестиций, инвестиционные решения предприятий.

Тема 18: Государственное регулирование деятельности предприятий.

Недостатки рыночных условий хозяйствования, политика государства в области защиты окружающей среды, политика защиты внутреннего рынка, общественное благо, управление рынком со стороны государства и его необходимость, методы управления рыночными отношениями, налоги, субсидии, субвенции, льготное кредито- и налогообложение, границы вмешательства государства в рыночный механизм, дерегулирование, децентрализация.

X. Темы рефератов по самостоятельной работе

№п/п	Наименование тем	Количество часов
1	Теория спроса и предложения	2
2	Практическое применение теории спроса и предложения	2
3	Эластичность спроса и предложения	4
4	Полезность – как основа выбора потребителя	4
5	Эффект дохода и эффект замещения	2
6	Выбор потребителя в условиях рынка и факторы, влияющие на его выбор	2
7	Организационные формы предпринимательства в Узбекистане и их характеристика	2
8	Теория производства	2
9	Издержки производства и их структура	2
10	Максимизация прибыли фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции	2
11	Равновесие фирмы в долгосрочном периоде	2
12	Содержание антимонопольного закона и упорядочение деятельности естественных монополий в Узбекистане	2
13	Особенности формирования цен в условиях рыночного управления	2
14	Рынок труда и использование трудовых ресурсов на предприятии	2
15	Капитальные вложения и рынок капитала	2
16	Государственное регулирование деятельности предприятий	2
17	Взаимодействие покупателей и продавцов в определении объёма производства и цены на рынке.	4
18	Рыночное равновесие и несбалансированность. Механизмы достижения равновесия.	4
19	Равновесие спроса и предложения в условиях рыночного управления.	2
20	Деятельность фирмы и её равновесие в краткосрочном периоде.	4
21	Деятельность фирмы и её издержки в долгосрочном периоде	4
22	Экономические издержки и экономическая прибыль.	4
23	Экономическое содержание рентабельности	4
24	Рыночный механизм ценообразования.	6
25	Особенности ценообразования в сельском хозяйстве Узбекистана	2
26	Спрос и предложение экономических ресурсов.	2
27	Капитал и стратегия отдельной фирмы.	2
28	Труд как фактор производства.	2
29	Труд в экономике рыночного и нерыночного типа.	2
30	Рынок труда и государственное регулирование занятости населения	2
31	Социальная защищённость в рыночной экономике. Источники социальной защиты в Республике Узбекистан.	2
32	Фирма – как структурная основная единица бизнес-деятельности	2
33	Развитие малого бизнеса и частного предпринимательства в стране и регионе	4

34	Инвестиционный климат и частный сектор	**2**
35	Инвестиции в человеческий капитал.	**2**
36	Особенности антимонопольной политики в Узбекистане: общие принципы и правовая база.	**2**
37	Микроэкономические аспекты укрепления конкурентоспособности предприятий в эпоху глобализации.	**4**
38	Влияние мирового финансово-экономического кризиса на экспортную деятельность национальных предприятий.	**4**
	ВСЕГО:	**102**

Самостоятельная работа студентов включает в себя следующее:

1. Самостоятельное усвоение вышеприведённых тем.
2. Подготовка специальных материалов (рефератов) по отдельным темам самостоятельной работы при помощи дополнительного материала.
3. Систематическая подготовка к семинарским занятиям.
4. Выполнение графических заданий по отдельным темам курса самостоятельной работы.
5. Подготовка тезисов научных работ одарёнными студентами.
6. Выступление на научно-практических конференциях, олимпиадах, участие в конкурсах и круглых столах, организованных на уровне кафедры, института, республики.

XI. Список литературы

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Конституция Республики Узбекистан. Т., Адолат, 2008г.
3. Закон Республики Узбекистан «О свободах и гарантиях предпринимательской деятельности». //Народное слово, июнь 2000г.
4. Каримов И.А. «Стратегия реформ повышения экономического потенциала страны». // Народное слово, 18 февраля 2003г.
5. Каримов И.А. Гарантия нашей благополучной жизни – построение демократического правового государства, либеральной экономики и основ гражданского общества. Т.: Узбекистан, 2007 г. -64с.
6. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
7. -Концепция развития гражданского общества и углубления демократических реформ в стране. Доклад И. Каримова на совместном заседании законодательной палаты и сената.- Народное слово, 2010, 13 ноября.
8. - И. Каримов. Узбекистан на пороге достижения независимости. Т., 2011, 384 с.
9. - 2012 год станет годом поднятия на новый уровень развития нашей Родины. Доклад Президента РУ И. Каримова на заседании Кабмина РУ, посвященное итогам социально-экономического развития республики в 2011 году и важнейшим приоритетам устойчивого развития экономики в 2012 году.- «Правда Востока» 20 января 2012г.
10. - Закон РУ « О семейном предпринимательстве».- Народное слово, 27 апреля 2012.
11. - Закон РУ « О конкуренции». - Народное слово, 14 апреля 2012.
12. - Закон РУ «О внесении изменений и дополнений в закон РУ « О гарантиях свободы предпринимательской деятельности»- Народное слово, 3 мая 2012.
13. - Постановление Президента РУ « О мерах по дальнейшему совершенствованию системы подготовки и укомплектования квалифицированными педагогическими кадрами средних специальных, профессиональных образовательных учреждений.- Самаркандский вестник, 2 июня 2012г.

14. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика.

Таллин, 1993.
15. Самуэльсон И., Нордхаус В. – Экономика. Учебное пособие. М..: «Вильямс», 2000г.
16. Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. – Т.: Шарк, 1999г.
17. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г.
18. Курс экономической теории. Учебник. Под ред. Чепурина М.Н. – Киров.: АСА, 2002Г.
19. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. Учебник. М.: ЮРАЙТ, 2002г.
20. Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г.
21. Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г.
22. Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г.
23. Носова С.С. Экономическая теория. – М.: Владос, 1999г.
24. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. и др. – М.: Инфра-М, 2002г.
25. Гукасьян Г.М. Экономическая теория: ключевые вопросы. – М.: Инфра-М, 2002г.
26. Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС, 2004. – 140 с.
27. Лунёв В.П. Тактика и стратегия управления фирмой. Учебное пособие. - М.: ДИС, 1998г.
28. Антикризисное управление. Учебник. Под ред. Короткова Э.М. – М.: Инфра-М, 2000г.
29. Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с.
30. Нуреев Р.М. «Курс микроэкономики». – М., 2000г.
31. «50 лекций по микроэкономике». – Спб.: «Экономическая школа», 2000г.

Дополнительная литература

32. Афанасьев М.Ю., Данилин В.И. Сборник задач по микроэкономике. – М.: ТЕИС, 2005. – 246 с.
33. Чеканский А.Н., Флорова Н.Л. Микроэкономика-2. Учебное пособие. – М.: ТЕИС, 2003. – 245с.
34. Климов С.М., Сёмин А.П., Фёдорова Т.А. Микроэкономика. Учебное пособие. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2003, - 350 с.
35. Дорохина Е.Ю. Моделирование микроэкономики: Учебное пособие для вузов / Е.Ю.Дорохина, М.А.Халилов: Под общ. ред. Н.П.Тихомирова. – М.: Экзамен, 2003, - 224 с.
36. Статистическое обозрение республики Узбекистан за 2007-2008 гг. – Т., 2008г. -205с.
37. «Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т., Узбекистан, 2008г. -124с.

XII.Опорные конспекты

Тема 1 Значение, цель и задачи курса микроэкономика

Микроэкономика как часть современной экономической теории

Экономика как наука, или экономическая теория (economics), в самом широком ее понимании изучает закономерности, присущие деятельности и отношениям людей в процессе производства, распределения, обмена и потребления совокупности благ, необходимых для поддержания жизни отдельного человека и общества в целом, а также способы решения людьми проблемы естественной ограниченности благ и ресурсов, их распределения с целью производственного или личного потребления. В конечном счете, она призвана дать ответ на три простых знаменитых вопроса: что производить (как удовлетворить общественные потребности), как производить (как использовать ресурсы) и для кого производить (кто получит произведенный продукт)?

Поэтому общепризнано, что любая экономическая система всегда сталкивается с проблемой ограниченности, недостаточности или редкости применительно к потребительским благам, производственным ресурсам или же к внешним (природным, социально- политическим и т.п.) условиям своего функционирования. Ограниченность благ и ресурсов имеет естественное происхождение, однако носит относительный характер, поскольку всегда соотносится как с объективными условиями их совместного использования, так субъективно-объективными, социально и психологическими обусловленными потребностями производства и потребления.
Система выбора для отдельного индивида, фирмы или всей экономической системы является предметом особых исследований в экономической теории. Необходимо понять, что любое принимаемое решение всегда связано с альтернативностью выбора. Итак, экономическая теория изучает, что, как и для кого, общество должно производить в условиях неограниченных потребностей индивидов и ограниченных возможностей экономических систем.

Система экономических знаний под общим названием «экономическая теория» традиционно подразделяется на два больших раздела – макроэкономику и микроэкономику. Имея один и тотже объект исследования – национальное хозяйство, микро- и макро- экономика различаются кругом изучаемых проблем и инструментами анализа.
Объектом внимания микроэкономики (microeconomics) являются привычные звенья экономической системы – отдельные производители и потребители (фирмы, домашние хозяйства и др.). Микроэкономический подход основан на методологии индивидуализма, в соответствии с которой характер функционирования экономической системы выводится из поведения отдельных экономических субъектов, действующих на рынке и являющихся продавцами и покупателями товаров и производственных ресурсов. Микроэкономика изучает их деятельность, которая «не видна» при общем макроэкономическом взгляде на экономическую систему: процесс разработки, принятия и реализация решений для достижения собственных экономических целей, условия совместимости их хозяйственных планов, механизм взаимодействия и координации.
Таким образом, предметом изучения курса «Микроэкономика» являются экономические отношения, законы и закономерности, проявляющиеся во взаимодействии факторов производства в процессе функционирования отдельного субъекта экономики.
Экономические законы и закономерности объясняют причины изменения объемов выпуска продукции в зависимости от различного сочетания факторов производства, повышения и снижения рыночных цен на товары и ресурсы, которые, в свою очередь, зависят от спроса и предложения. То есть, можно сказать, что микроэкономика изучает взаимодействие на деятельность экономических агентов механизма рыночного ценообразования.
Законы и закономерности в экономике носят вероятностный характер, потому что в жизни действует много факторов, значение которых зависит и от политики, и от экономической ситуации не только в стране, но и за рубежом. Несмотря на эту вероятность, микроэкономика объясняет общий спектр явлений, касающихся хозяйственной деятельности предприятий (фирм).

Например, крупнейшая производственная фирма «General Motors» (около 1млн. человек персонала и 5 млн. акционеров по всему миру) ежегодно производит продукт, стоимость которого превосходит ВНП многих стран. Несмотря на это, для микроэкономики в качестве объекта исследования данная производственная единица равнозначна, скажем, какому-нибудь небольшому фермерскому хозяйству.
Они и обозначаются общим термином – «производственная фирма». С другой стороны, исследуя отдельную единицу, микроэкономика не может не учитывать ее взаимодействие с другими единицами, а значит, должна рассматривать их особенную «среду обитания» - отрасли производства, рынки ресурсов, и сбыта, организацию конкуренции и тот суммарный результат, который получит общество в целом вследствие взаимодействия всех экономических единиц.

Микроэкономика формирует теоретическую основу для принятия управленческих, финансовых, коммерческих и иных решений в рамках перечисленных направлений экономической науки и практики. Знание закономерностей микроэкономики важно для правильного принятия

управленческого решения о покупки сырья, планирования численности рабочих, привлечения необходимого капитала для развития производства и совершенствования его технологии.

В рыночной экономике определяющим фактором является цена. Не случайно микроэкономику называют наукой о ценообразовании. Она позволяет показать систему формирования цен на многочисленные товары и услуги, на факторы производства при различном уровне конкуренции, оптимизировать объем выпуска и прибыль производителя.

Предметом исследования микроэкономики, как науки является процесс рыночного ценообразования и его роль в национальном хозяйстве. Специфика микроэкономического подхода состоит в том, что анализ национальной экономики начинается с наблюдения за поведением отдельных экономических субъектов, взаимодействие которых в ходе достижения своих целей образует общественное хозяйство.

Структура курса микроэкономика

Практически любое социально-экономическое событие в той или иной мере отражается на конъюнктуре рынка, а, следовательно, и на цене. Однако каждый из множества ценообразующих факторов воздействуют на цену либо через спрос, либо через предложение, которые вступают в качестве двух агрегированных факторов, определяющих конкретное значение цены. В тоже время для анализа процесса формирования цены и ее роли необходимо выяснить, что стоит за этими феноменами рынка.

Спрос на каждое благо определяется в результате составления планов потребления индивидами, стремящимся при заданных средствах максимально удовлетворить свои потребности. При этом ассортимент и объем потребляемых благ зависят, с одной стороны, от их полезности, с другой – от бюджета потребителя. Второй фактор – бюджет – формируется из текущего дохода и фонда сбережений, образовавшегося из непотребленной части предыдущих доходов.

Немаловажную роль в механизме рыночного ценообразования играет государство, воздействующее на равновесие рынка и уровень конкуренции через налоги, дотации, регулируемые цены.

Таким образом, структура курса «Микроэкономика» включает в себя следующие разделы.

1.Основы теории спроса и предложения.
2.Эластичность спроса и предложения.
3.Государственное регулирование рынка.
4.Основы теории поведения потребителя.
5.Теория производства.
6.Издержки производства, валовой доход и прибыль фирмы.
7.Предприятие в условиях совершенной конкуренции.
8.Предприятие в условиях несовершенной конкуренции.
9.Производство, спрос на экономические ресурсы и их использование.
10.Инвестирование капитала.
11.Общее равновесие, эффективность и общественные блага.

В соответствии с содержанием и структурой курса при его изучении используются следующие основные понятия и категории.

1. *Товар* – некое экономическое благо, произведенное для продажи. *Экономическое благо* – средство удовлетворения потребностей, имеющееся в ограниченном количестве. Экономические блага делятся на продукты и услуги, они могут быть взаимозаменяемыми и взаимодополняющими.

2. *Цена* – это количество денег (или других товаров и услуг), уплачиваемое и получаемое за единицу товара.

3. *Рынок* в узком смысле – это место обмена, торговли, в широком – общественный институт распределения товаров посредством добровольного обмена, координирующий процессы производства и потребления благ.

Рыночные отношения и рынок как экономическая система возникают на исторически определенном этапе развития производительных сил как следствие объективно обусловленного процесса разделения труда.

Конкуренция. Как правило, рыночные системы характеризуются таким свойством, как конкуренция, проявляющая в наличии на рынке большого количества независимых покупателей и продавцов, имеющих возможность свободно входить на рынок и покидать его.

5. *Экономические субъекты.* Как уже отмечалось выше, микроэкономика изучает рыночное поведение отдельных (или индивидуальных) субъектов рынка. Термин «индивидуальный» дословно означает «неделимый». Другими словами, индивидуальный экономический субъект представляет собой некий привычный (простой) элемент хозяйственной системы, который невозможно разбить на составные части в рамках этой системы и который самостоятельно осуществляет определенные экономические функции.

Иногда в экономической литературе для обозначения экономического субъекта используется термин экономический агент.

Этим термином подчеркивается именно активный и самостоятельный характер деятельности субъекта, движимого собственными целями и интересами, и наделенного определенным количеством ресурсов для их реализации.

6. *Рациональное поведение* экономических субъектов. Деятельность экономического субъекта можно рассматривать как процесс выработки, принятия и реализации экономического решения о том, как ему действовать в рыночной среде, как применить имеющиеся в его распоряжении ограниченные силы и средства с наибольшей для него пользой или выгодой, то есть деятельность проявляется в форме определенных экономических действий.

7. *Альтернативность.* Проблема выбора, возникающая как следствие ограниченности благ, предполагает наличие по крайней мере нескольких вариантов их использования. Однако экономисты трактуют принцип альтернативности несколько шире, чем просто технологический или потребительский выбор. Следовательно, альтернативные издержки или издержки упущенных возможностей, - это оценочная выгода от второго наилучшего варианта экономического действия.

8. *Экономическая эффективность* достигается, когда ресурсы распределены таким образом, что от их использования получается максимально возможный суммарный чистый выигрыш.

9. *Экономические институты.* На протяжении всей своей истории человечество постоянно искало наилучшие способы решения экономических проблем. При этом формировались и совершенствовались экономические институты – устойчивые связи, правила, нормы, отношения и соответствующие им структуры, организующие и регулирующие экономическую деятельность людей.

Методы микроэкономики

Особенность микроэкономики состоит в том, сама экономика, как таковая, является настолько сложной, жизненно важной и динамичной системой, что её невозможно исследовать во всем многообразии, во всех деталях и подробностях. В этой связи важным является метод абстракции.

Абстрагирование – это процесс формирования научной абстракции, состоящий в том, что из всего многообразия окружающего мира мы субъективно выбираем лишь те элементы, свойства и взаимосвязи, которые кажутся существенными с точки зрения данной теории, формируется образ реального мира, подлежащий исследованию.

В микроэкономике широко применяются математические методы и приемы анализа: функциональный, предельный, графический.

Функциональный анализ в микроэкономике состоит в установлении и исследовании зависимостей одних экономических величин от других. Функция устанавливает определенную форму такой взаимосвязи. Как правило, функциональная зависимость задается математически. Независимая величина (аргумент) называется экономическим фактором. Например, двухфакторная производственная функция $Q = f(K, L)$ показывает зависимость объема выпуска от

количественных значений израсходованных на производство данной продукции экономических ресурсов (факторов производства).

Предельный (маржинальный) анализ представляет собой способ анализа экономических показателей (величин), предполагающий исследование их динамики – прироста, сокращения, изменения. Термин «предельный» здесь следует понимать как «дополнительный», «добавочный». Сущность предельного анализа состоит в том, что исследуется именно дополнительная, изменяющаяся часть экономической величины, выясняются её характеристики и таким образом определяются тенденции изменения (развития) всей совокупности в целом.

Графический анализ получил широкое распространение вследствие своей наглядности и простоты. Он состоит в моделировании экономических состояний и действий при помощи графиков функций, схем и иных форм графического представления. Как правило, данный метод используется в сочетании с другими методами экономического анализа.

Одним из важнейших методов экономического анализа является моделирование – метод исследования объекта, который основан на создании и последующем анализе искусственного объекта, имеющего существенное сходство с реальным и обладающего рядом свойств последнего. По языку представления экономические модели подразделяются на вербальные (словесно-описательные), математические и графические. В микроэкономической теории используются все три типа моделей, но предпочтение отдается математическим, из-за их наглядности. Иногда встречаются смешанные модели. Существует огромное множество экономических моделей: модель спроса и предложения, модель мультипликатора, модель «жизненного цикла товара» и т.д.

Взаимодействие отдельных экономических субъектов в ходе реализации своих планов отражается посредством равновесных моделей. Если модели поведения экономических субъектов предназначены для определения наилучшего способа достижения цели при заданных ресурсах, то равновесные модели определяют условия совместимости индивидуальных планов и выявляют инструменты их согласования.

Тема 2 Понятия экономического базиса

Материальные потребности и их безграничность

Конечной целью функционирования любой экономической системы является удовлетворение потребностей общества и индивидов. С расходованием ресурсов для удовлетворения потребностей связаны все проблемы экономического развития. И все решения этих проблем базируются на двух фундаментальных экономических аксиомах.

Первая аксиома – потребности общества (индивидов) безграничны, полностью неутолимы.

Вторая аксиома – ресурсы общества, необходимые для производства товаров и услуг, ограничены или редки.

Отмеченное противоречие разрешается путем выбора. Не случайно одно из определений экономики как общественной науки гласит: *экономика описывает и анализирует выбор из ограниченных ресурсов для максимального удовлетворения потребностей.*

Потребность – это нужда человека (общества) в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности, развития личности и государства в целом.

Потребности подразделяются:

- *Первичные* – удовлетворяющие жизненно важные нужды человека (одежда, питание, жилье)
- *Вторичные* – все остальные (например: учёба, кино, театр, спорт)

Средства, с помощью которых удовлетворяются потребности, называются *благами.* Одни блага имеются в распоряжении общества в неограниченном количестве (например, воздух), другие – в ограниченном. Последние называют *экономическими благами.*

Экономические ресурсы, их структура и ограниченность

Вид фактора производства	Качественная характеристика фактора	Количественная характеристика фактора
1. Капитал	5. Производственный капитал 6. Финансовый капитал 7. Ссудный капитал 8. Фиктивный капитал	3. В абсолютном выражении – это величина достаточности для ведения эффективного бизнеса 4. В относительном выражении – это процент на капитал
2. Труд	1. Уровень производительности труда	1. Уровень занятости, уровень безработицы
3. Земля	1. Экономическое плодородие земли (качество земли для ведения бизнеса)	1. Количество земли в гектарах
5. Предпринимательская деятельность	1. Уровень прибыли или доходов фирмы	----------
5. Информация	1. Уровень прибыли или доходов фирмы	----------

Под экономическими ресурсами – понимаются все природные, людские и произведенные человеком ресурсы, которые используются для производства товаров и услуг, т.е. благ.

Ресурсы подразделяются на следующие виды:

- Материальные ресурсы – земля, или сырьевые материалы, и капитал;
- Людские ресурсы – труд и предпринимательская способность.

Производственный капитал – основной и оборотный капитал, натуральная форма основного капитала (здания, сооружения, машины). Экономическая характеристика основного капитала – участвует в нескольких кругооборотах, переносит свою стоимость на изготовленный продукт по частям по мере износа.

Оборотный капитал - (сырье, материалы) – участвует только в одном кругообороте, требуется постоянное возобновление, полностью переносит стоимость на изготовляемый продукт.

Финансовый капитал – разновидность денежного капитала, является основой любого другого капитала.

Ссудный капитал – специальная форма денежного капитала, который функционирует на условиях срочности, платности и возвратности.

Фиктивный капитал – ценные бумаги.

Понятие *капитал, или инвестиционные ресурсы* охватывает все произведенные средства, используемые в производстве товаров и услуг и доставке их конечному потребителю (здания, оборудование и т.д.). Процесс использования капитальных товаров (машин, оборудования, стройматериалов) для расширения или совершенствования производства называют *инвестированием.*

К понятию *«земля»* относятся все естественные ресурсы: пахотные земли, леса, месторождения полезных ископаемых, водные ресурсы.

Термином *«труд»* обозначают все физические и умственные способности людей, применяемые в производстве товаров и услуг.

Уровень занятости – отношение количества работающих к общему числу трудоспособного населения.

Под *«предпринимательской способностью»* или, проще, предприимчивостью, понимается особый вид человеческих ресурсов, заключающийся в способности наиболее эффективно использовать все факторы производства.

Все экономические ресурсы, факторы производства, обладают одним общим свойством: в каждый данный момент они имеются в ограниченном количестве. Эта ограниченность относительна и означает, что ресурсов, как правило, меньше, чем необходимо для удовлетворения всех потребностей при данном уровне экономического развития.

Обществу приходиться выбирать – производить пушки или масло, или производить и пушки, и масло в определенной пропорции. При этом возникает проблема рационального ведения общественного хозяйства. Эта проблема *выбора* всегда была и будет.

Виды потребностей:

- Личные – спрос одного индивидуума
- Коллективные
- Общественные.

Между видами потребностей существуют противоречия. Из названных видов потребностей более широким спектром отличаются личные потребности.

Проблема эффективности – основная проблема экономической теории, которая исследует пути наилучшего использования или применения ограниченных ресурсов с тем, чтобы достичь наибольшего или максимально возможного удовлетворения безграничных потребностей общества (цель производства).

Таким образом, *экономическая наука это наука об эффективном использовании ресурсов.*

Кривая производственных возможностей

Ограниченность ресурсов диктует необходимость выбора оптимума производственных ценностей и самого процесса производства, базируясь на принципах комбинации, замещения факторов с учетом эффекта масштаба производства и закона падающей производительности.

Уровень потребности определяется уровнем технического развития и развития общества в целом.

Проблема между безграничностью потребностей и ограниченностью ресурсов – может графически быть представлена в виде кривой производственной возможностей.

Рассмотренный случай показывает, что экономика полной занятости всегда альтернативна, т.е. она должна выбирать между военным и гражданским производством путем перераспределения ресурсов.

Таблица 2.1.

Рисунок 2.1.

Таблица 2.1.

Альтернативные возможности производства масла и пушек

Возможности	Пушки	Масло
А	15	0
Б	14	1
В	12	2
Г	9	3
Д	5	4
Е	0	5

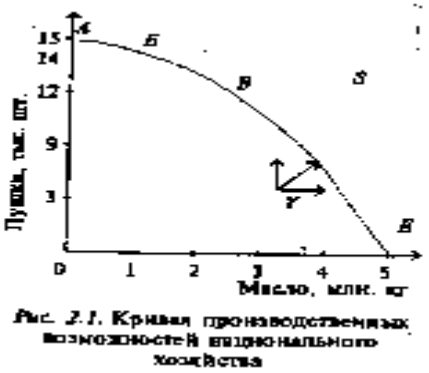


Рис. 2.1. Кривая производственных возможностей национального хозяйства

Кривая производственных возможностей показывает значение альтернатив для общества. При абсолютном использовании ресурсов (*экономике полной занятости*) все точки возможных комбинаций производства пушек и масла находятся на границе производственных возможностей (*линии производственных возможностей – ЛПВ*).

Кривая производственных возможностей, т.е. граница области производственных возможностей, характеризует одновременно и возможный, и желательный выпуск продукции. Из точек, лежащих на этой кривой и представляющих различные возможные сочетания выпуска альтернативных товаров, мы и должны выбрать ту, которая для нас наиболее предпочтительна.

Рисунок 2.3.

Рис. 2.2. Кривые производственных возможностей двух стран

Рис. 2.3. График производственных возможностей

Сравним точки *B* и *C*. Выбрав точку *B*, мы предпочтем производство меньшего количества предметов потребления (*Хв*) и большего количества капитальных товаров (*Ув*), чем выбрав точку *C* (*Хс, Ус*). Точнее, при переходе из точки *B* в точку *C* мы получим дополнительно *X=0Xc – 0Xв* единиц предметов потребления, пожертвовав для этого *Y=0Yв – 0Yc* единиц капитальных товаров.
Экономисты называют количество одного товара, которым необходимо пожертвовать для увеличения другого товара на единицу, *вмененными* (альтернативными) затратами, или затратами упущенных возможностей.
Кривая производственных возможностей служит иллюстрацией четырех основных идей:

- Ограниченность ресурсов подразумевает, что все комбинации выпуска продукции, расположенные с внешней стороны кривой производственных возможностей, неосуществимы;
- Возможность выбора находит выражение в необходимости для общества проводить отбор из разных достижимых комбинаций продуктов, расположенных на (внутри) этой кривой;
- Нисходящий наклон кривой подразумевает понятие о вмененных издержках (альтернативных затратах);
- Вогнутость кривой показывает увеличение вмененных издержек и, как следствие, уменьшение доходности.

В условиях рынка вопрос – *что производить*, определяет производитель, через платежеспособность. Вопрос – *как производить* – определяет товаропроизводитель в условиях конкурентной борьбы. В рынке действует закон *«невидимой руки»* – Адама Смита.
Ее суть – целью любого производителя является получение и максимизация прибыли.
В условиях конкуренции товаропроизводитель стремиться к уменьшению издержек производства, таким образом, цель максимизации прибыли трансформируется в цель производства товаров необходимых обществу с минимальными издержками.
Для кого производить определяется доходами, дифференцированными в условиях рынка.
Проблема – *как производить, и с какими издержками* – определяется на основе нормативов, расхода сырья, материалов, энергии.
Для кого производить – определяется средней зарплатой, которая обеспечивает приобретение прожиточного минимума установленного нормативами.

Тема 3 Теория спроса и предложения

Спрос и закон падающего спроса

Спросом называют количество товара, которое будет куплено за приемлемую цену в определенный промежуток времени.
Под спросом следует понимать представленную на рынке потребность в товарах лишь тех, которые подлежат удовлетворению и обеспечены денежным эквивалентом, т.е. платежеспособную потребность.
Различают также понятие платежеспособного спроса. В отличие от платежеспособной потребности, платежеспособный спрос – это потребность, не только обеспеченная денежным

эквивалентом, но и обязательно «вынесенная на рынок». По Кейнсу, это эффективный спрос. В отличие от платежеспособной потребности, он очень конкретен, так как ориентирован всегда на покупку определённого товара или услуги.

Различают платежеспособный спрос на факторы производства (спрос производства) и на предметы потребления (спрос населения). Последний во многом зависит от размеров денежных средств, находящихся на руках населения, депозитах, различных выплат и наследства, масштабов рынка, цены, полезности и качества товаров, субъективных вкусов и предпочтений.

Спрос подразделяется на:

- Действительный – реально-предъявляемый на товары и услуги;
- Реализованный – это часть действительного спроса, которая реализована на рынке в купленных товарах и услугах;
- Неудовлетворённый – это нереализованная часть действительного спроса в виду отсутствия нужных товаров или несоответствия их ассортимента и качества требованиям покупателей. В свою очередь, неудовлетворённый спрос приобретает самые различные формы: скрытый, явный, текущий, накопленный и т.п.

Спрос, как таковой, очень подвижен и изменчив, ибо на его величину и динамику влияют многочисленные факторы экономического, социального и технологического характера. Спрос на товар, например, может увеличиваться в результате использования рекламы, изменений моды, вкусов и предпочтений потребителей, окружающей среды, доступности товаров, величины доходов, полезности вещи, цен на взаимозаменяемые товары, количества населения, в ожиданиях будущих цен и многое другое.

В связи с этим различают *экзогенный и эндогенный* спрос. Экзогенный спрос - спрос, изменение которого вызвано вмешательством правительства или каких-либо сил извне системы свободного рынка. Эндогенный, или внутренний спрос – это спрос, который образуется внутри общества благодаря факторам, существующим в обществе.

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

На графике кривая DD опускается сверху вниз. Это обусловлено *законом падающего спроса.*

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

Этот закон впервые сформулировал французский математик О.Курно в работе «Исследование математических принципов теории богатства». В соответствии с его формулировкой закона, спрос на товар составляет некоторую функцию цены, причём, как правило, убывающую. Такое положение вполне обосновано и не противоречит рынку. Закон падающего спроса О.Курно формулируется так:

$$D = f(P),$$

где $f(P) > 0$, D – спрос, f - функция, P – цена.

В общем виде спрос является функцией следующих факторов:

$$D = F(P, I, Z, W, P_{SUB}, P_{COM}, N, B),$$

где I – доход, Z – вкусы потребителей, W - ожидания, P_{SUB} - цены на товары-субституты (заменители), P_{COM} – цены на комплементарные товары (дополняющие), N – количество покупателей, B – прочие факторы.

Отсюда, функция спроса – это функция, определяющая величину спроса в зависимости от влияющих на него различных факторов.

Итак, спрос – это величина переменная. При этом следует различать изменение величины спроса или объёма спроса и изменение характера спроса. Величина спроса меняется тогда, когда

переменна только цена данного товара. Характер же спроса меняется тогда, когда изменяются факторы, имевшие раннее постоянные величины.

Графически изменение объёма спроса выражается в «движении» по кривой спроса вниз или вверх . Изменение же характера спроса выражается в «движении» кривой спроса, т.е. её смещении вправо или влево (рис.1).

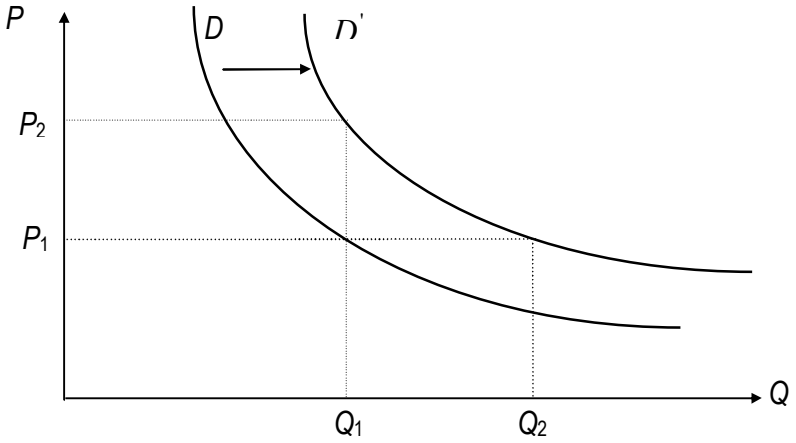


рис.1 Кривая спроса и её смещение

Такая ситуация возможна, например, если доход населения увеличится, тогда каждой цене товара будет соответствовать больший объём спроса, произойдёт сдвиг прямой вправо из положения DD в положение D_2D_2.. Напротив, уменьшение дохода приведёт к смещению линии спроса влево в положение D_1D_1.

Изменение вкусов и предпочтений потребителей также оказывает влияние на положение кривой спроса. Если тяга к личному автомобилю у населения возрастает, то линия спроса на авто сдвигается вправо. Если наоборот, то линия спроса на автомобили сдвигается влево.

Однако, для комплементарных товаров характерна обратная ситуация: уменьшение цены товара У ведёт к увеличению спроса на товар Х. «Классическими» примерами дополняющих товаров являются автомобили и бензин, зубные пасты и щётки, монитор и процессор компьютера и т.п.

Предложение и закон изменения предложения

Предложение- это товары, которые находятся на рынке или могут быть туда доставлены за короткий промежуток времени. Различают натурально-вещественную (по ассортименту) и стоимостную (выраженную в деньгах) формы товарного предложения. Объём предложения при этом составляет то количество товара, которое продавцы готовы предложить покупателю в конкретном месте и в конкретное время.

К товарному предложению относятся все товары, находящиеся на рынке, включая товары в пути. Оно формируется за счёт объёма структуры товарной продукции производства, товарных запасов и импорта. Объём предложения у каждого производителя, как правило, меняется в зависимости от цены. Кроме того, на объём предложения оказывают влияние следующие детерминанты (факторы):

- Цены взаимозаменяемых товаров;
- Цены взаимодополняемых товаров;
- Цены ресурсов;
- Уровень техники и технологии производства;
- Налоги и субсидии;
- Перспективные ожидания производителей (продавцов);
- Степень монополизации производства и рынка и другие.

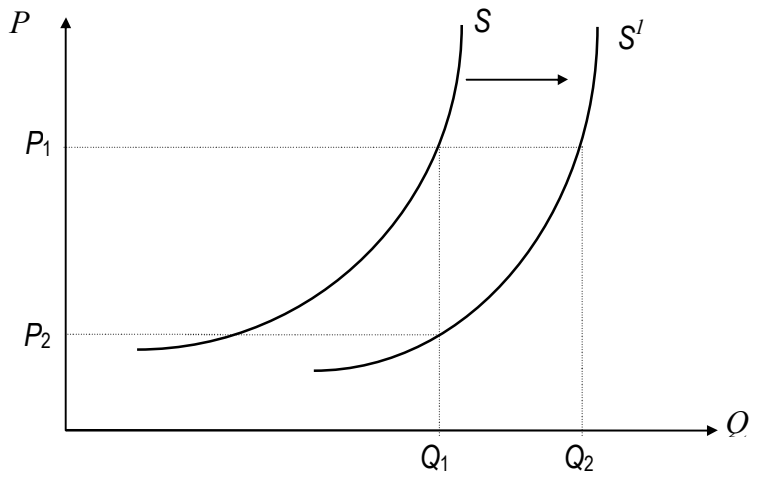


Рис 2. Кривые предложения.

Кривая предложения показывает, какое количество продукции готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени. На графике 2 кривая предложения представляет собой плавно изогнутую и поднимающуюся кверху кривую. Она показывает зависимость между рыночными ценами и количеством продукции, которое производители могут произвести и продать. Эту зависимость О.Курно описал в виде формулы:
$S = f(P)$,

где S – предложение, f – функция, P – цена.
Это есть закон изменения предложения. Её суть состоит в том, что объём предложения товара, увеличивается при росте цены и уменьшается при её снижении.
Одним из весомых факторов, влияющих на предложение, является технический прогресс. Он позволяет снижать издержки производства и изменить предложение товара. Форма кривой предложения товара обусловлена во многом технологией его производства, доступностью ресурсов, используемых при изготовлении данного товара и т.п.
Предложение является функцией всех факторов, определяющих его изменение:

$S = f(P, P_r, K, T, N, B)$,

где P_r, - цены ресурсов, K – характер применяемой технологии, T – налоги и субсидии, N – количество продавцов, B – прочие факторы.

Аналогично спросу различаются изменение предложения и изменение объёма предложения. Объём предложения меняется тогда, когда изменяется только цена товара. Изменения предложения происходит тогда, когда изменяются все отличные от цены другие факторы, которые раньше принимались за постоянные.

Предположим, что используется новая технология, которая позволяет при тех же затратах выпустить больше продукции. Тогда кривая предложения сдвигается вправо в положение S_1.

Если увеличиваются налоги, растут издержки производства и обращения, то кривая предложения смещается влево в положение S_2.

Тема 4 Рыночное равновесие, максимальные и минимальные цены

Понятие рыночного равновесия и его график. Равновесие в мгновенном, краткосрочном и долгосрочном периоде.

Рыночное равновесие – это ситуация на рынке, когда предложение и спрос совпадают или эквивалентны при приемлемой для потребителя и производителя цене.

Рыночное равновесие возникает в результате взаимодействия спроса и предложения. Для этого совместим кривые спроса и предложения на одном графике.

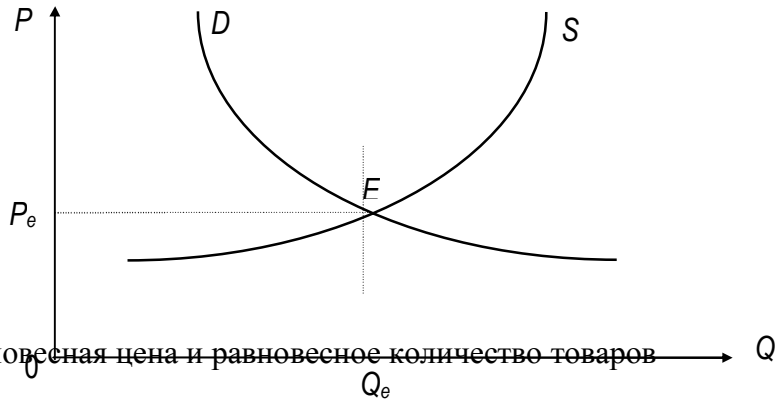
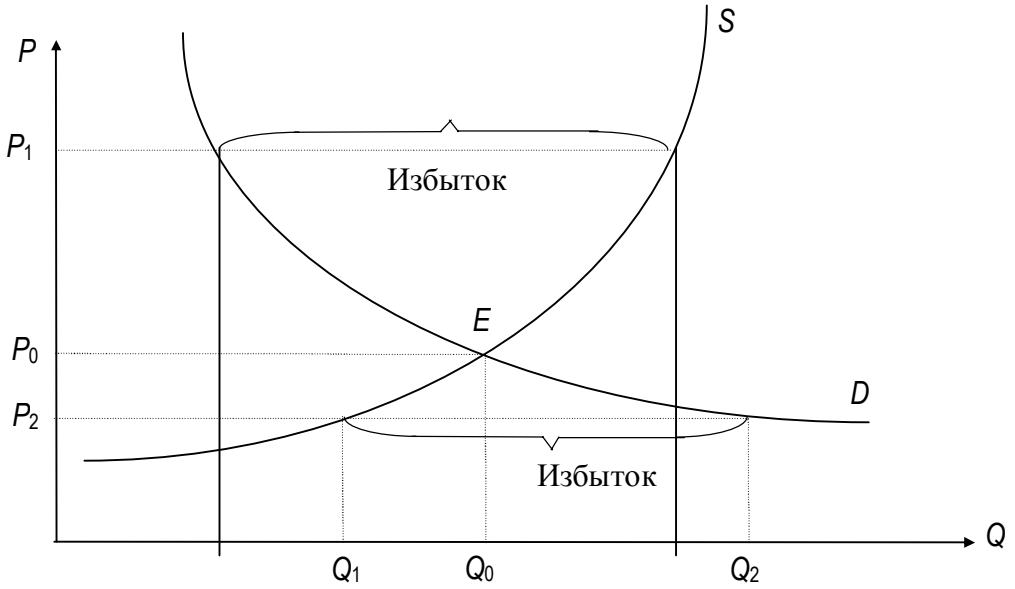


Рис.1. Равновесная цена и равновесное количество товаров

В точке Е достигается равновесие. Координатами точки Е являются равновесная цена P_E и равновесный объём Q_E. Точка Е характеризует равенство $Q_E = Q_S = Q_д$, где Q_S – объём предложения, $Q_д$ – объём спроса (рис.2 Кривые спроса и предложения)



Если реальная цена будет больше равновесной (P_1), то объём спроса при такой цене будет меньше объёма предложения. В этом случае производители предпочтут снизить цену, нежели продолжать выпуск продукции в объёме, существенно превышающем объём спроса. Избыток предложения будет оказывать понижающее давление на цену.

Если реальная цена на рынке будет ниже равновесной (P_2), то объём спроса станет равен Q_4, товар станет дефицитным. Отдельные покупатели предпочтут заплатить более высокую цену. В результате избыток спроса будет оказывать повышающее давление на цену.

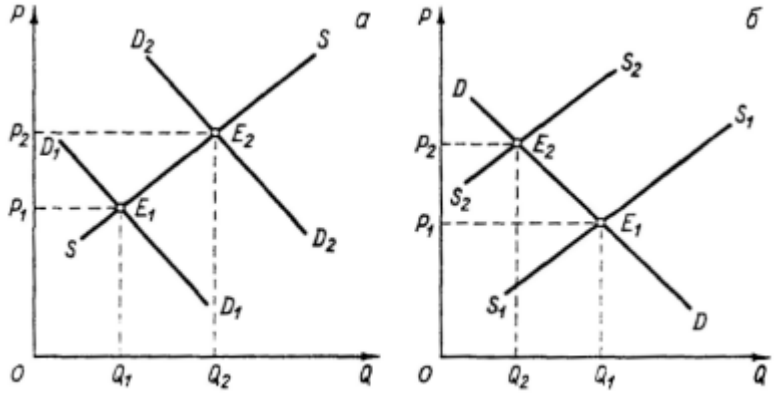


Рис. 2.6. Сдвиг равновесия.

На рис. 2.6 линии спроса и предложения имеют "нормальный" (соответственно отрицательный и положительный) наклон. Сдвиг линии спроса приводит к росту равновесной цены с P1 до P2 при одновременном увеличении равновесных объемов с Q1 до Q2. Сдвиг линии предложения влево ведет к повышению равновесной цены при одновременном сокращении равновесного объема. Комбинируя обе части рисунка, мы можем рассмотреть различные варианты сдвига равновесия в результате одновременного сдвига линий спроса и предложения.

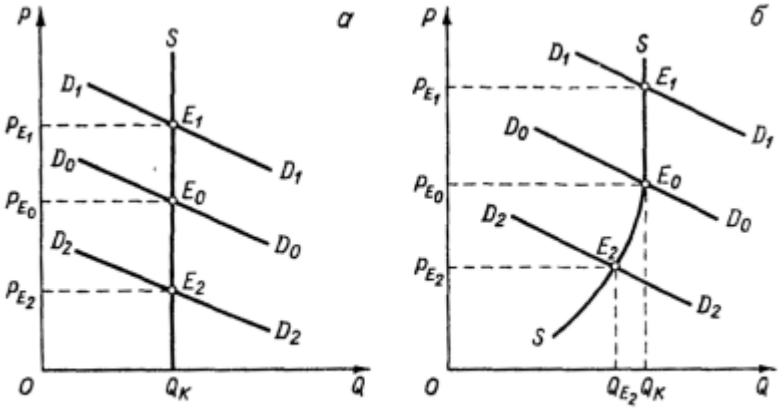


Рис. 2.7. Равновесие в мгновенном периоде. *а* — товары, не подлежащие хранению; *б* — товары, подлежащие хранению.

При использовании метода сравнительной статики принято различать три периода. Первый, в котором все факторы производства рассматриваются как постоянные, называют мгновенным периодом (синонимы: очень короткий, рыночный). Другой, в котором одна группа факторов рассматривается как постоянная, а другая как переменная, называют коротким периодом. Третий, в котором все факторы производства рассматриваются как переменные, называют длительным периодом. Некоторые экономисты выделяют еще и четвертый, очень длительный (или "вековой") период, в течение которого может меняться не только объем применяемых ресурсов и интенсивность их использования, но и характер применяемой технологии.

В мгновенном периоде продавец вообще лишен возможности приспособить объем предложения к объему спроса, поскольку количество производственных ресурсов и интенсивность их использования заданы. Однако тот факт, что продавец обладает фиксированным количеством товара, не означает, что все это количество должно быть обязательно продано независимо от уровня цены. Многое зависит от природы данного товара. Если товар скоропортящийся и не подлежит хранению, линия предложения будет перпендикулярна оси абсцисс. Как видно из рис. 2.7,а, в этом случае равновесная цена определяется исключительно спросом, точнее, совпадает с ценой спроса, тогда как объем продаж однозначно задан объемом предложения и не зависит от функции спроса.

Если товар не подлежит порче и может быть сохранен, то линия предложения может быть представлена состоящей из двух сегментов: одного, имеющего положительный наклон, и второго, представленного вертикальным отрезком (рис. 2.7,6). При цене PEo продавец предложит к продаже весь фиксированный объем товара QK- Точно так же он поступит и в том случае, если цена превысит уровень PEo, например PE1. Однако при цене ниже PEo, например PE2, объем предложения составит QE2 тогда как количество товара в размере QK ≈ QE может быть сохранено до наступления более благоприятной конъюнктуры. Если же хранение избытка затруднено или связано с высокими затратами, не возмещаемыми ожидаемым повышением цены, соответствующее количество товара может быть распродано по бросовым ценам. В качестве примера можно указать на распродажу капусты накануне приближения заморозков.

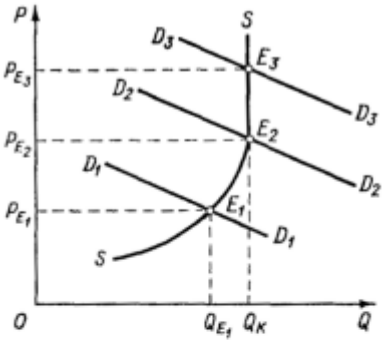


Рис. 2.8. Равновесие в коротком периоде.

В коротком периоде линия предложения (рис. 2.8) также состоит из двух сегментов.

Первый, имеющий положительный наклон, ограничен по оси абсцисс точкой, соответствующей производственной мощности QK- Второй участок кривой предложения представлен вертикальным отрезком, что указывает на невозможность выйти в условиях короткого периода за пределы, ограниченные наличной производственной мощностью. Вплоть до этой границы равновесный объем и цена определяются пересечением линий спроса и предложения, а за ее пределами, как и в мгновенном периоде, цена определяется спросом, тогда как объем предложения ≈ размером производственных мощностей.

Наконец, в длительном периоде производитель может не только варьировать интенсивность использования производственных мощностей, но и изменять их размеры, а значит, и масштабы производства.

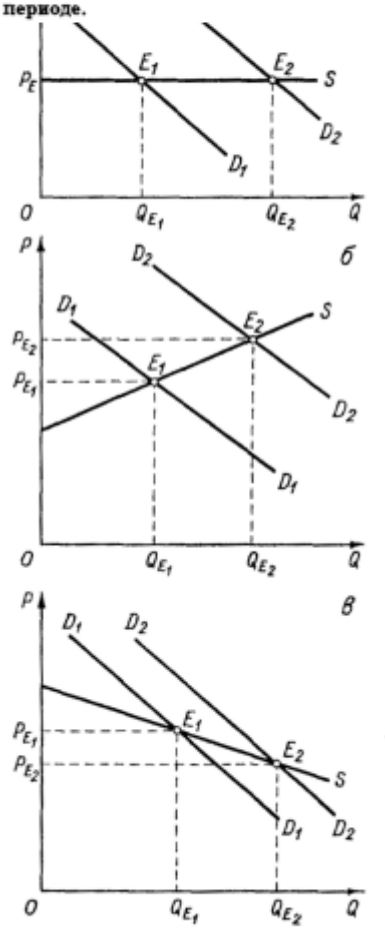


Рис. 2.9. Равновесие в длительном периоде. *а* — при неизменных затратах; *б* — при возрастающих затратах; *в* — при снижающихся затратах.

На рис. 2.9 представлены три ситуации, возможные в длительном периоде. В первом случае, когда изменение масштаба производства происходит при неизменных затратах, рост равновесного объема происходит без изменения равновесной цены. Во втором, когда изменение масштаба производства происходит при возрастающих затратах (скажем, за счет роста цен на используемые ресурсы), рост равновесного объема сопровождается и ростом равновесной цены. В третьем, когда изменение масштаба производства происходит при снижающихся затратах (скажем, за счет снижения цен на используемые ресурсы), рост равновесного объема сопровождается снижением равновесной цены. В дальнейшем все эти три ситуации будут исследованы подробнее.

На рис. 2.10 показано приспособление предложения к изменившемуся спросу в длительном периоде. Здесь S0S0≈ линия предложения, а D0D0 ≈ линия спроса в коротком периоде. Как видим, спрос и предложение сбалансированы при цене P0 на уровне полного использования производственной мощности QK.

Допустим, что спрос внезапно вырос и представлен теперь линией D1D1, лежащей правее линии D0D0. Поскольку резерв мощности отсутствует, новое равновесие достигается исключительно за счет повышения цены до P1 при сохранении, естественно, прежнего объема продаж QK. В длительном периоде масштаб производства увеличивается за счет ввода новых мощностей и линия предложения смещается в положение S1S1 (при возрастающих затратах). Новое равновесие достигается в точке E2 при цене P2 более высокой, чем P0, но ниже, чем P1, и объеме производства Q2 большем, чем QK-

Различие ситуаций равновесия, представленных на рис. 2.10, важно при оценке уровней цен на различных рынках. Например, высокие цены на легковые автомашины в России оказываются близкими к равновесным, если рассматривать их с точки зрения короткого периода, когда производственные мощности по выпуску их фиксированы, а коэффициент их использования высок. Однако они представляются завышенными с позиций длительного периода, в течение которого возможен рост мощностей, строительство новых предприятий.

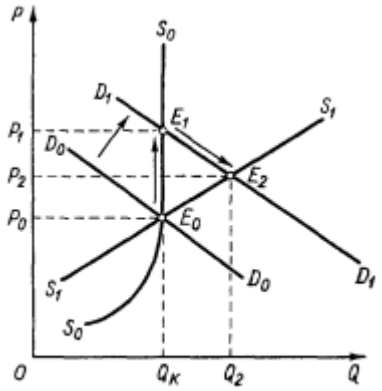


Рис. 2.10. Переход от короткого к длительному периоду.

Максимальные и минимальные цены

Рынок стихийно, автоматически способствует формированию равновесных цен (этот процесс А.Смит назвал механизмом «невидимой руки»). Превышение цены спроса над ценой предложения способствует перераспределению ресурсов в пользу отраслей с высоким платежеспособным спросом. Высокие цены свидетельствуют об относительной редкости благ, побуждая к расширению их производства и тем самым к лучшему удовлетворению общественных потребностей. Поскольку равновесная цена значительно превышает издержки у тех отраслей, затраты которых ниже средних, то она способствует перераспределению ресурсов от худших производителей к лучшим, повышая эффективность функционирования национальной экономики.

Однако, устойчивость рыночного равновесия носит относительный характер. Рост доходов покупателей, развитие их потребностей приведут к изменению объёма спроса при прежних ценах. Рост спроса, при неизменном предложении, вызывает смещение всей кривой спроса вправо вверх, тогда устанавливается новый более высокий уровень равновесной цены и новый больший объём количества продаж товаров.

В свою очередь, рост производительности труда, снижение издержек производства при прежних ценах будут стимулировать увеличение выпуска продукции – изменится положение кривой предложения, которая сместится вправо вниз. В результате положение точки равновесия изменится, а равновесная цена установится на более низком уровне ($P_{.1}$). И наоборот, снижение предложения – смещение кривой влево – установит более высокую равновесную цену ($P_{.2}$) и меньшее количество продаж товара (Q_2).

На основании сделанного анализа можно прийти к следующим выводам:

- Увеличение спроса вызывает рост равновесной цены и равновесного количества товара;
- Уменьшение спроса приводит к паданию равновесной цены и равновесного количества товара;
- Рост предложения влечёт за собой уменьшение равновесной цены и увеличение равновесного количества товара;
- Сокращение предложения ведёт к увеличению равновесной цены и уменьшению равновесного количества товара.

В теории рыночного равновесия важное значение уделяется элементу времени, т.е.:

А) мгновенное равновесие – когда предложение неизменно;

Б) краткосрочное равновесие – когда предложение растёт без увеличения оборудования;

В) длительное равновесие – когда производители заменяют и увеличивают оборудование, а количество самих производителей может изменяться за счёт свободного входа и выхода их из отрасли.

Тема 5 Эластичность спроса и предложения

Понятие эластичности. Точечная и дуговая эластичности спроса

Различные товары отличаются друг от друга по степени изменения спроса под воздействием того или иного фактора. Степень реакции спроса на эти факторы поддаётся количественному измерению с помощью коэффициента эластичности спроса.

Рассмотрим различные варианты коэффициента эластичности спроса и предложения.

2. Коэффициент эластичности спроса по цене.

Эластичность спроса относительно цены показывает, насколько изменяется объём спроса при изменении цены на 1%. Эластичность спроса по цене определяется как отношение процентного изменения объёма спроса к процентному изменению цены, то есть

E^D_p = % изменения Q / % изменения P,

где E^D_p - коэффициент эластичности по цене, Q – количество товара, на который предъявлен спрос, P. – рыночная цена товара.

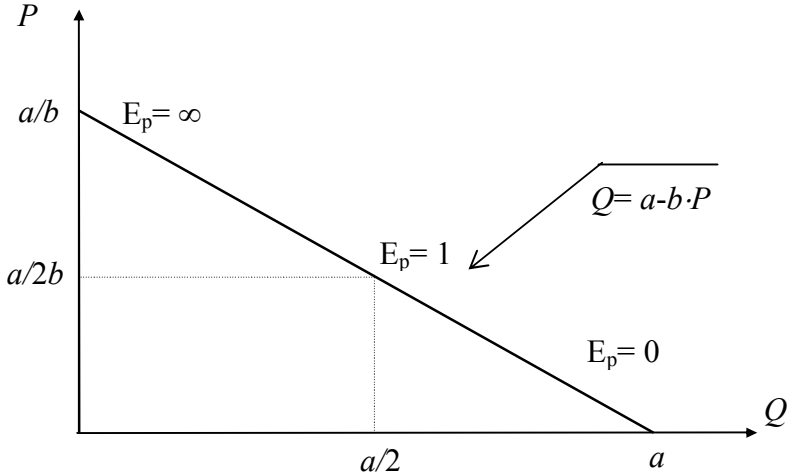
Если $E^D > 1$, спрос называется эластичным, если $E^D = 1$ – то спрос единичный, если $E^D < 1$ – то спрос неэластичен относительно цены товара.

В микроэкономике различают точечную и дуговую эластичность.

Точечная эластичность определяется при помощи проведения касательной к кривой спроса и определяется по формуле:

$$E^D_p = [\#Q / Q] / (\#P / P) = - (\#Q / \#P) \times (P / Q).$$

Дуговая эластичность – показывает среднюю реакцию спроса на изменение цены товара, выраженной кривой спроса на некотором отрезке D_1D_2.



Дуговая эластичность определяется по формуле:

$$E^D_p = - (\#Q / \#P) \times (P / Q) = - (Q_2 - Q_1) / (P_2 - P_1) \times (P_2 + P_1) / (Q_2 + Q_1).$$

При эластичном спросе ($E^D > 1$, когда падение цены вызывает резкое увеличение спроса) – объём реализации возрастает, при единичной эластичности ($E^D = 1$) – объём продаж не изменяется, при неэластичном спросе ($E^D < 1$) снижение цены вызывает лишь незначительное увеличение количества продаж товара, так что выручка падает.

Перекрёстная эластичность и её формы. Эластичность предложения

Так как объём спроса зависит не только от цены данного товара, но также от цен товаров заменителей и дополнителей, то для характеристики данного процесса используется *перекрёстная эластичность спроса по цене*, которая измеряет чувствительность объёма спроса на один товар относительно изменения цены другого.
Существуют следующие формы перекрёстной эластичности.

Перекрёстная эластичность исчисляется отнесением процентного изменения количества одного товара (спрашиваемого - $\#Q_i$) к процентному изменению цены другого товара ($\#Pj$):

$E_p = (\#Q_i / Q_0) / (\#Pj / P_0)$.

Реакция объёма спроса на изменение доходов покупателей определяется *эластичностью спроса по доходу*.

$$E^D_R = \frac{\text{Процентное изменение объёма спроса (Q)}}{\text{Процентное изменение дохода P.}}$$

где E^D_R – коэффициент эластичности спроса по доходу, $_R$ – доход.

Степень изменения объёма предложения в зависимости от изменения цены характеризует *эластичность предложения по цене.* Он рассчитывается как отношение объёма предложения (в %) к росту цен (в %), т.е. по формуле:

$$E^S_P = \frac{\text{Процентное изменение S}}{\text{Процентное изменение P}}$$

где E^S_P – коэффициент эластичности предложения, S – предложение, P – цена.

Тема 6 Теория потребительского выбора

Полезность – основа выбора потребителя

Основными агентами на рынке готовой продукции являются домохозяйства и фирмы. Поведение домохозяйств определяет спрос на товары и услуги. Поведение фирм-производителей характеризует предложение товаров и услуг.

Эта проблема представляет не только теоретический, но и практический интерес. Как потребителю сориентироваться среди обилия товаров и услуг, как сделать выбор, при котором полезность была бы максимальной, а затраты – минимальными? Потребители чаще всего ищут ответы на эти вопросы интуитивно, на основе опыта, методом проб и ошибок. Предприниматели расходуют на изучение спроса немало средств, пытаясь понять особенности потребительского выбора и воздействовать на поведение домохозяйств. Что же лежит в основе поведения потребителя? Основными теоретическими подходами, объясняющими поведение потребителя, являются теория предельной полезности и анализ кривых безразличия/.

Представим, что всё многообразие товаров на рынке сведено к двум продуктам. Это не будет большим прегрешением против действительности, поскольку часто в быту вопрос стоит именно так: купить на обед продукты или купить одежду, автомобиль или заплатить за обучение сына.

Если весь доход будет потрачен исключительно на приобретение товара А, то на вертикальной оси мы получим точку, показывающую, сколько единиц этого товара можно будет потребить. Это количество товаров определяется, с одной стороны, доходом потребителя и, с другой стороны, ценой товара А. Если весь доход будет потрачен на приобретение товара В, количество единиц товара В (в зависимости от его цены) будет отображено соответствующей точкой на горизонтальной оси. Соединив эти две точки, мы получим бюджетную линию, или линию бюджетного ограничения.

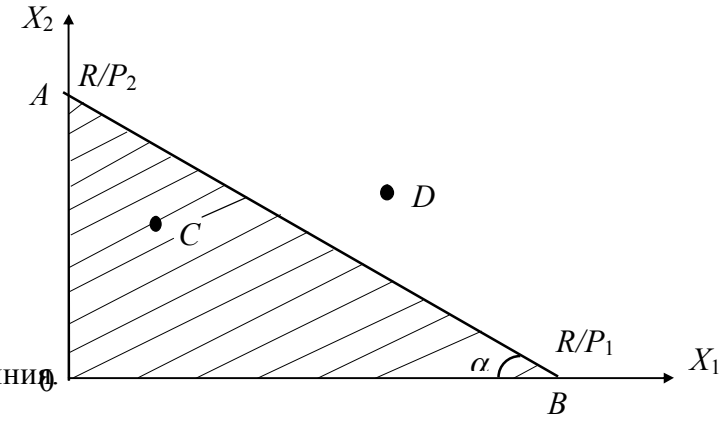


Рис.1. Бюджетная линия.

Бюджетная линия – есть совокупность точек, каждая из которых показывает некоторую комбинацию из двух товаров А и В, которых можно приобрести полностью израсходовав весь доход. Все точки слева от бюджетной линии характеризуют возможные выборы для потребителя. Однако, при этом его бюджет не будет использован целиком. Точки, находящиеся справа от бюджетной линии, находятся вне бюджетных возможностей данного потребителя. Соответствующие этим точкам рыночные решения не могут быть приняты.

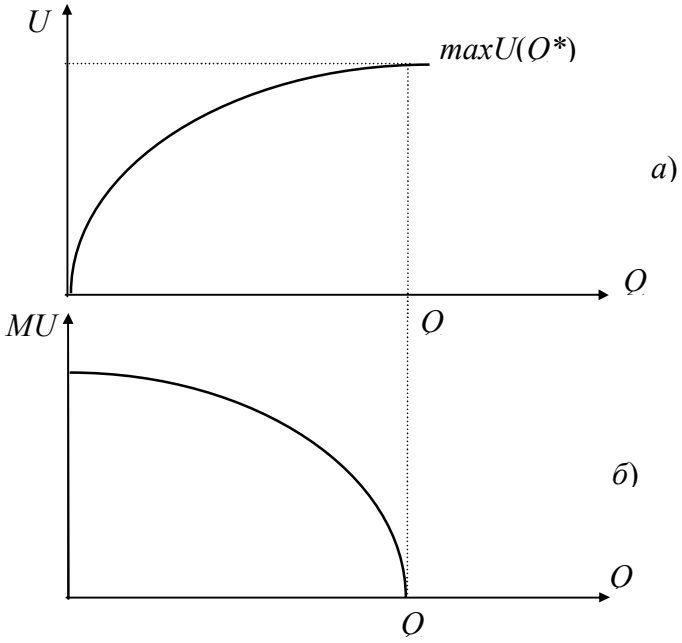
Совокупность точек слева от бюджетной линии и всех точек, принадлежащих самой бюджетной линии, характеризует область допустимых значений потребительского выбора при данном уровне дохода и заданных ценах, или поле выбора. Поле выбора может менять свою форму и размеры в зависимости от размеров дохода, цены товара А и цены товара В. При изменении одного только дохода бюджетная линия будет перемещаться параллельно вправо, если доход растёт, и влево, если величина дохода падает.

Если же цена товара А растёт, а цена товара В неизменна и доход остался прежним, то бюджетная линия изменит угол своего наклона. При прежнем бюджете покупатель сможет купить меньше подорожавшего товара А. Следовательно, бюджетная кривая пересечёт горизонтальную ось в прежней точке (цена товара В не менялась), а вертикальную ось – на более низком уровне. Бюджетная линия несколько опустится вниз, а поле возможностей потребителя сократится.

В микроэкономике существует понятие предельной полезности выбора потребителя. *Предельная полезность* это есть полезность от потребления дополнительной единицы продукта или услуги

(MU). Сумма предельный полезностей есть совокупная полезность данного количества одноимённого товара (TU).

Рациональный покупатель обязательно сопоставит свой выигрыш (предельную полезность) с предельными издержками.



Q -неъмат ми=дори

Рис. 2 . График изменения совокупной и предельной полезности

Предельными издержками потребителя будут затраты на приобретение дополнительной единицы товара. При совершенной конкуренции предельные издержки равны цене этого товара. Покупка и потребление очередной единицы одноимённого товара имеет смысл только в том случае, если предельная полезность будет больше, чем предельные издержки. Положительная разница между предельной полезностью и предельными издержками (ценой товара) составляет предельный выигрыш потребителя. Этот показатель означает, что потребитель оценивает данную единицу товара выше уровня рыночной цены.

Кривые безразличия и их свойства

Кривые безразличия – это геометрическое место точек, каждая из которых соответствует комбинации товаров X и Y, приносящих одну и тужу совокупную полезность потребителю. Другими Словами, потребитель безразличен по отношению к точкам A, B, C и т.д., лежащим на кривой, поскольку в результате потребления любой из соответствующих этим точкам комбинаций двух товаров он получит равнозначную полезность.

Потребители имеют возможность выбирать между комбинациями доступных им товаров и услуг. В данном случае потребитель имеет три возможности: предпочесть товар А товару В, или предпочесть товар В товару С. Если потребитель предпочитает благо А благу В, а благо В – благу С, то при выборе между А и С он всегда предпочтёт А.

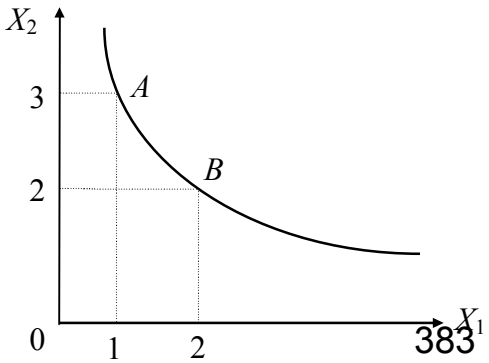


Рис. 3. Кривая безразличия

Кривые безразличия обладают следующими свойствами:

5. Кривых безразличия на каждой карте может быть бесконечно много;
6. Кривые, расположенные дальше от начала координат, соответствуют более высоким уровням совокупной полезности.
7. Кривые безразличия, принадлежащие одной карте предпочтений, никогда не пересекаются, так как каждая из них показывает только один уровень полезности, отличный от других;
8. Кривые выгнуты в сторону начала координат.

Кривые безразличия и иные кривые.

На основе кривых безразличия и бюджетных ограничений можно вывести обычную *кривую спроса.* На рис. 4 изображено, как поворачивается бюджетная линия, меняя свой наклон, в результате понижения цены товара X с $P_{.1}$ до $P_{.4}$. Каждая из соответствующих бюджетных линий (B_1, B_2, B_3, B_4) касается особенной кривой безразличия (I_1, I_2, I_3, I_4). В каждом случае рациональный выбор потребителя представлен иным набором товаров X и Y.

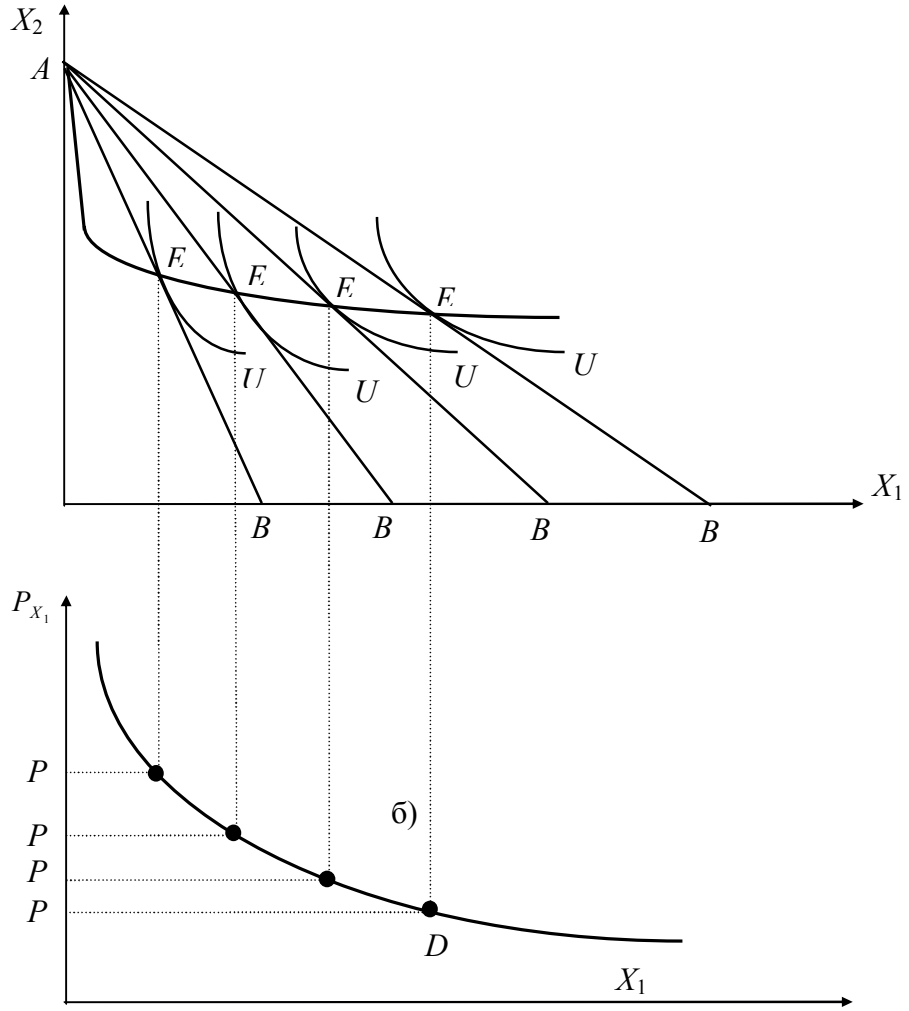


Рис.4. Кривая цена-потребление (а) и кривая спроса (б)

Пусть зафиксированные уровни цены товара X равны $P_{.1}$, $P_{.2}$, $P_{.3}$, $P_{.4}$. Кривая спроса представлена эластичной кривой спроса ДД. Отметим оптимальные количества потребления товара X для

каждого из указанных уровней цены. Соотнеся эти объёмы спроса с ценами на товар X, получим четыре точки на нижнем графическом поле. Эти точки принадлежат кривой спроса на товар X.

Таким образом, оба указанных на рис. 4 графика взаимосвязаны и по-разному освещают изменение цен на товар и соответствующее изменение характера потребления.

Кривая «цена-потребление». Мы убедились, что при изменении цены одного из двух товаров меняется поведение потребителя. Этот процесс может быть проиллюстрирован при помощи так называемой кривой «цена-потребление».

На рис. 4 изображены кривые безразличия I_1, I_2, I_3, I_4. Также отмечены повороты бюджетной линии в соответствии с изменением цены товара X. Каждая бюджетная линия имеет свою собственную точку касания с определённой кривой безразличия I. Это точки A, B, C, Д. Каждая точка касания характеризует оптимальный выбор потребителя, наиболее рациональную комбинацию двух товаров, которая при данном уровне дохода и при данном уровне товарных цен максимизирует полезность потребителя. Соединив точки рационального выбора A, B, C, Д получим кривую, называемую кривой «цена-потребление».

Тема №7: Эффект дохода и эффект замещения

Эффект дохода при выборе потребителя

По мере продвижения вправо по оси X, т.е. по мере увеличения потребления одноимённого продукта в заданное время, мы всё меньше ценим данный продукт, а при его изобилии и доступности (например, вода) вообще не ценим, не бережём и не собираемся платить за приобретение ещё одной дополнительной единицы продукта. Поэтому кривая спроса будет всё больше склоняться к оси X.

Вместе с тем, если продукт является редким и в силу этого его потребление сильно ограничено (бриллиант, иномарки последнего поколения и т.п.), люди склонны, очень высоко оценивать полезность такого продукта т готовы платить большие деньги за приобретение единицы этого товара.

В связи с этим рассмотрим эффект дохода и эффект замещения в потребительском поведении.

Изменения цен неоднозначно влияют на поведение домохозяйств как потребителей. Экономисты различают два следствия от ценовых изменений, известных как эффект дохода и эффект замещения.

Эффект дохода. При прочих равных условиях понижение цены товара X ведёт к росту благосостояния домохозяйств-потребителей. Понижение цены равнозначно увеличению дохода, который можно истратить на приобретение большего, чем ранее, количества товара X, равно как и любого другого товара или услуги. При этом произойдёт перемещение вниз по кривой спроса на товар X и параллельный сдвиг вправо кривой спроса на другие товары (например, на товар У).

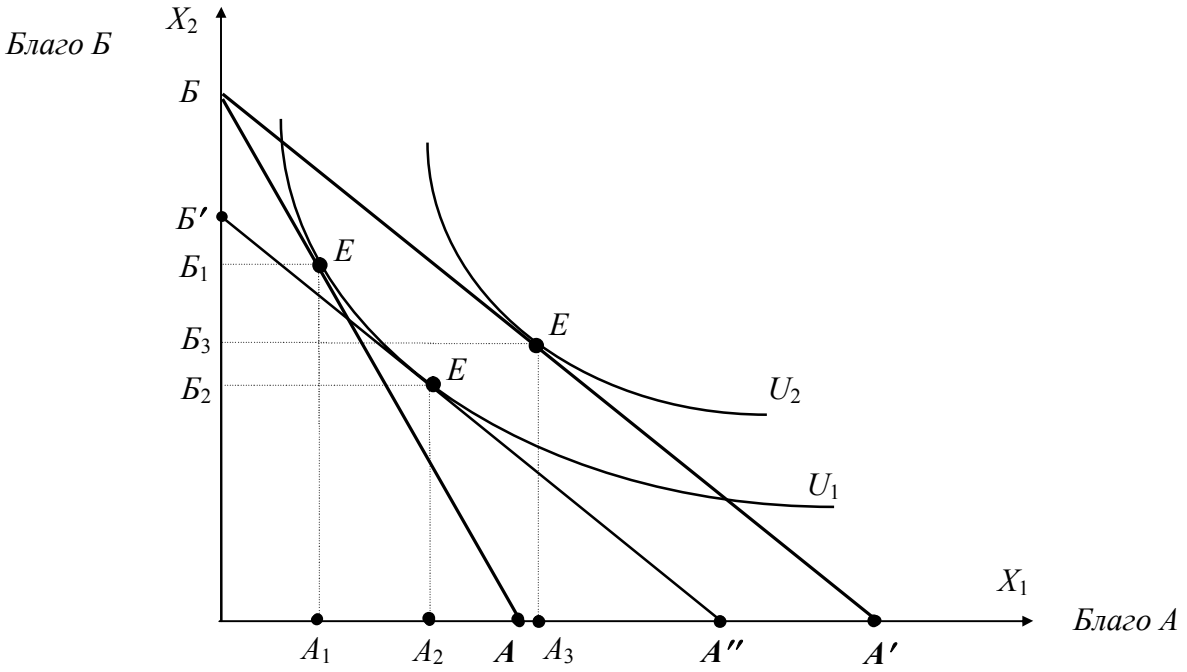


Рис. 1. Эффект дохода для нормальных товаров.

Эффект дохода от понижения цены товара X состоит в увеличении потребления товара X в связи с ростом благосостояния. Это равнозначно повышению реального дохода, т.е. бюджетная линия передвигается параллельно вправо.

Теперь определим, каким *должен был бы быть денежный доход* потребителя, чтобы при изменившемся соотношении цен обеспечить ему прежний уровень удовлетворения. Для этого проведем вспомогательную бюджетную прямую $K'L'$, параллельную линии KL_1 (т.е. отражающую новое соотношение цен), так, чтобы она касалась кривой безразличия U_1U_1 (т.е. обеспечивала бы прежний уровень удовлетворения). Отметим точку касания E_3 и соответствующий объем потребления товара X_3-

Заметим, что при переходе от первоначального к дополнительному (расчетному) оптимуму (от E_1 к E_3) реальный доход потребителя не меняется, он остается на прежней кривой безразличия U_1U_1. Значит, сдвиг от E_1 к E_3 и характеризует *эффект замены* товара *Y* относительно подешевевшим товаром *X*. Он равен разности $X_3 \approx X_1$. Следовательно, *эффект дохода* составит $X_2 \approx X_3$- Заметим также, что в результате действия эффекта дохода потребление обоих товаров в точке E_2 выше, чем в точке E_3.

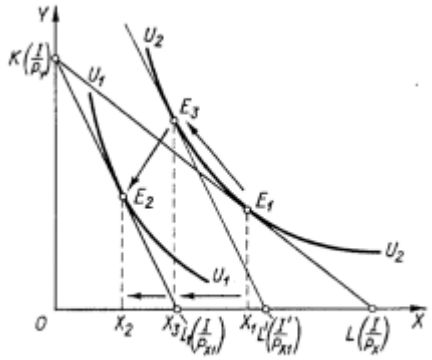


Рис. 3.17. Эффект замены и эффект дохода по Хиксу. Цена X повышается.

Такое же разложение общего эффекта может быть выполнено и для случая, когда цена товара *X* повышается (рис. 3.17). Здесь результатом повышения цены является перемещение оптимального положения потребителя на более низкую кривую безразличия U_1U_1. Общий эффект повышения цены товара *X* сводится к снижению его потребления с X_1 до X_2. При этом *эффект замены*

составит $X_1 \approx X_3$, *эффект дохода* $\approx X_3 - X_2$. Заметим, что в обоих случаях эффект замены характеризуется движением вдоль одной и той же кривой безразличия, а эффект дохода ≈ переходом с одной кривой на другую.
Эффект замены всегда отрицательный. Снижение цены одного товара побуждает потребителя увеличивать его потребление, сокращая потребление другого товара (или группы товаров). Повышение цены побуждает его к замещению этого товара другими, относительно подешевевшими.

Эффект замещения

Эффект замещения. При падении цены товара X он становится относительно дешевле прочих, а потому более привлекательным для потребителей. В результате может принципиально измениться структура потребления домохозяйства, а именно увеличиться потребление товара X за счёт сокращения потребления других товаров, в первую очередь товаров-заменителей. Это явление получило название эффекта замещения. Графически его можно продемонстрировать в виде параллельного смещения кривой спроса на товар У влево. Например, если цена на сливочное масло понижается, люди отдадут предпочтение маслу и будут меньше покупать маргарина, независимо от его цены. При этом кривая спроса на маргарин переместится параллельно влево.

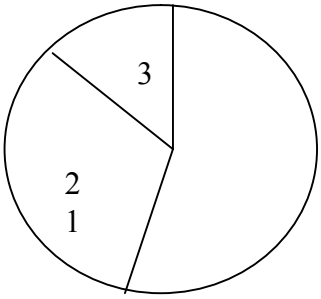
Парадокс Гиффена.. Эффект дохода и эффект замещения имеют место только в случае нормального товара. Но, если речь идёт о товаре низшего класса, то при повышении его цены люди всё равно будут потреблять данный товар, так как товар высшего порядка станет им не по карману.
Теоретически невозможно предсказать, какой из двух эффектов будет больше. Здравый смысл и экономическая жизнь подсказывают, что эффект замещения должен быть больше и в конечном итоге повышение цены товара вызовет сокращение его потребления.

Тема №8: Рынок и риск

Понятие рынка, условия возникновения и функции рынка

Рынок – одна из самых распространённых категорий в микроэкономике, одно из основных понятий хозяйственной практики и экономической теории. Наряду с этим, рынок – это обязательный компонент товарного хозяйства.
Объективная необходимость рынка обусловлена теми же причинами, которые вызывают необходимость существования товарного производства. Важнейшими историческими условиями возникновения рынка являются следующие.
Первое условие – *общественное разделение труда и специализация.* В любом многочисленном сообществе людей никто из участников хозяйства не может жить за счёт полного самообеспечения всеми производственными ресурсами, всеми экономическими благами. Отдельные группы людей занимаются самыми разнообразными видами хозяйственной деятельности, т.е. специализируются на производстве тех или иных товаров и услуг. Это положение объясняется принципами сравнительного преимущества, т.е. производством продукции при относительно меньших издержках упущенных возможностей.
Второе условие – *экономическая обособленность производителей*, полностью независимых, автономных в принятии хозяйственных решений (что производить, как производить, кому продавать произведённую продукцию). Эта обособленность исторически возникает на базе частной собственности и затем распространяется на коллективную собственность (акционерные предприятия, кооперативы, государственные предприятия). Если в обществе субъекты хозяйственной деятельности не наделены правами собственности, то рынок существовать не может.

Современная экономическая система представляет собой совокупность различных подсистем в теснейшей взаимосвязи и взаимозависимости. Схематично экономическую систему смешанной экономики можно представить следующим образом:



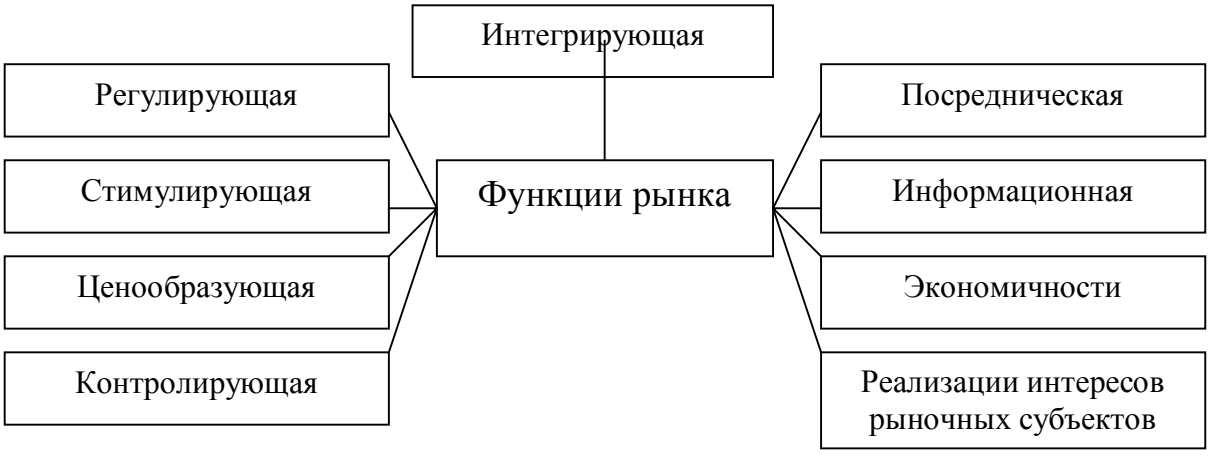
1- рынок (55%)
2- государство как подсистема хозяйствования (35%)
3- натуральное хозяйство (10%)

Как видим, в экономической системе в целом взаимодействуют три самостоятельные подсистемы, и, в зависимости от того, какая подсистема имеет наибольший удельный вес, характеризуется и вся экономическая система: если преобладает рынок, то система – рыночная, так возникает рыночная экономика; если преобладает государство, то система – административно-командная; если преобладает натуральное хозяйство, то такова и система в целом.

Итак, **рынок** – это есть совокупность конкретных экономических отношений, и связей между покупателями и продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег, отражающая экономические интересы субъектов рыночных отношений и обеспечивающая обмен продуктами труда.

Суть рыночных отношений сводится к возмещению затрат продавцов (товаропроизводителей и торговцев) и получению ими прибыли, а также удовлетворению платежеспособного спроса покупателей на основе свободного, взаимного соглашения, возмездности, эквивалентности и конкурентности.

Сущность рынка находит своё выражение в главных его экономических функциях, выражающих основное назначение данной категории.



Интегрирующая функция состоит в соединении сферы производства (производителей), сферы потребления (потребителей), а также торговцев-посредников в единый процесс активного обмена продуктами труда и услугами. Без рынка производство не может служить потреблению, а потребитель не сможет удовлетворить свои потребности.

Регулирующая функция предполагает воздействие рынка на все сферы экономики, обеспечивает согласование производства и потребления в ассортиментной структуре,

сбалансированность спроса и предложения по цене, объёму и структуре, пропорциональность в производстве и обмене между регионами, сферами национальной экономики.

Рынок даёт ответы на вопросы: что производить? Для кого производить? Как производить?

Стимулирующая функция состоит в побуждении производителей к созданию новой продукции, необходимых товаров с наименьшими затратами и получением достаточной прибыли, стимулировании НТП и на его основе – интенсификации производства и эффективности функционирования всей экономики.

Ценообразующая (эквивалентная) функция – при этом рынок сопоставляет индивидуальные затраты труда на производство товаров с общественным эталоном, т.е. соизмеряет затраты и результаты.

Контролирующая функция – выполняет роль главного контролёра конечных результатов производства. На рынке выявляется, в какой мере нуждам покупателей соответствует не только количество, но и качество товаров и услуг.

Посредническая функция обеспечивает встрече экономически обособленных производителей и потребителей с целью обмена результатами труда.

Информационная функция даёт участникам рынка информацию о спросе и предложении товаров и услуг на рынке.

Функция экономичности предполагает сокращение издержек обращения в сфере потребления (затрат покупателей на покупку товаров).

Функция реализации интересов рыночных субъектов обеспечивает взаимосвязь этих интересов по принципу: «Дай мне то, что мне нужно, и ты получишь то, что тебе нужно…». Экономический интерес продавцов состоит в получении большего дохода, а покупателя – в удовлетворении потребности с наименьшими затратами. Соединение этих интересов предполагает обмен нужными друг другу полезностями и эквивалентность рыночной сделки.

Рынок и неопределённость

Целый ряд товаров принадлежит к категории товаров длительного пользования. Это автомобили, бытовая электротехника, мебель. Эти товары приносят пользу своим владельцам на протяжении многих лет. Однако, чем больше они служат, тем труднее бывает предвидеть и оценить все издержки, связанные с их эксплуатацией. Так, купленная мебель может разочаровать нас тем, что быстро теряет внешний вид и не столь удобна, как это казалось при покупке. Поэтому, приобретая товар длительного пользования, потребитель принимает рыночные решения в условиях некоторой неопределённости. Аналогично от действует и при покупке финансовых активов, например, акций: никогда нельзя предугадать точно заранее, будет ли курс расти или падать. Это своего рода азартная игра, при котором шансы на выигрыш или проигрыш не известны. Такая ситуация характеризуется как *неопределённость.*

В противоположность неопределённости ситуация, при которой вероятность совершения какого-либо события известна, называется *риском.*

Исследователи считают, что всех людей можно разделить на три группы в зависимости от их поведения в ситуации риска: любители риска, противники риска и нейтралы.
Любители риска продолжают игру даже при неблагоприятных шансах.

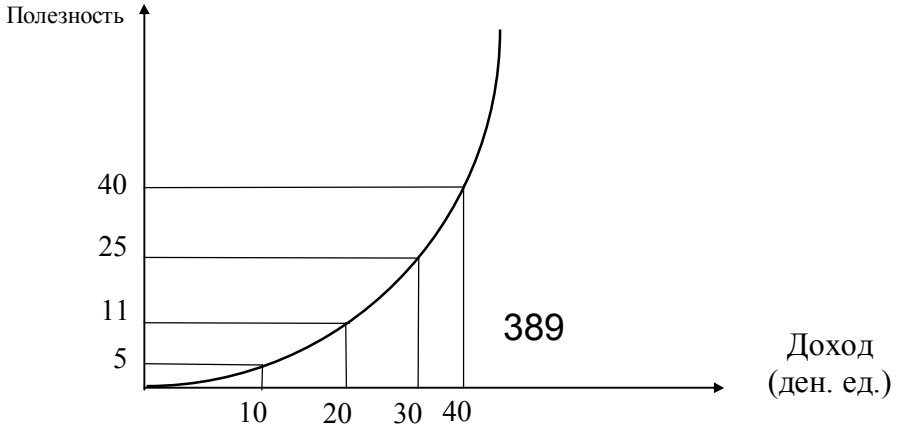


Рис. 1. График ситуации любителей риска

Нейтралы вступают в игру при благоприятных шансах и не вступают при неблагоприятных. Если шансы равные, нейтралы не высказывают предпочтения по принятию риска.

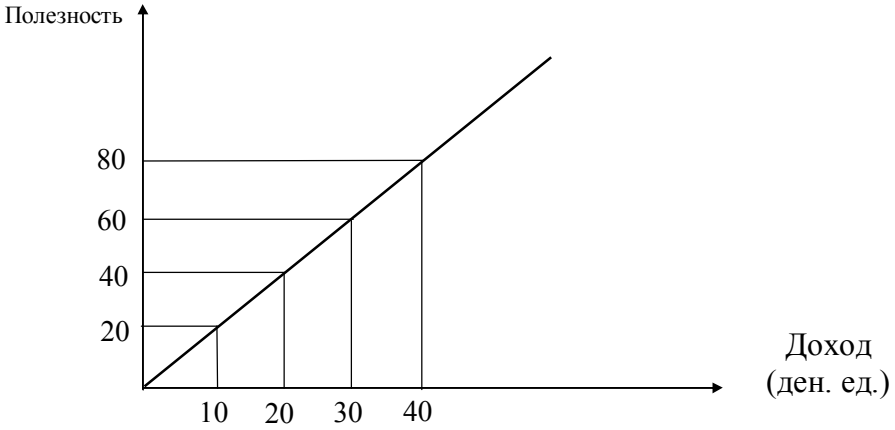


Рис.2. Нейтральная ситуация на риск

Противники риска, скорее всего, не будут рисковать вообще, даже если их шансы на выигрыш благоприятны.

Учёные утверждают, что большинство людей принадлежат к категории противников риска. Людям свойственно стремление избегать неизвестности, неопределённости, опасности и пр.
В общем случае, уклонение от риска во многих жизненных ситуациях, является рациональным поведением, максимизирующим совокупную полезность. В ряде случаев риск может быть снижен за счёт диверсификации, страхования или приобретения дополнительной информации.

Свидетельством расположения людей к риску в современных условиях является их предрасположенность к предпринимательской деятельности.

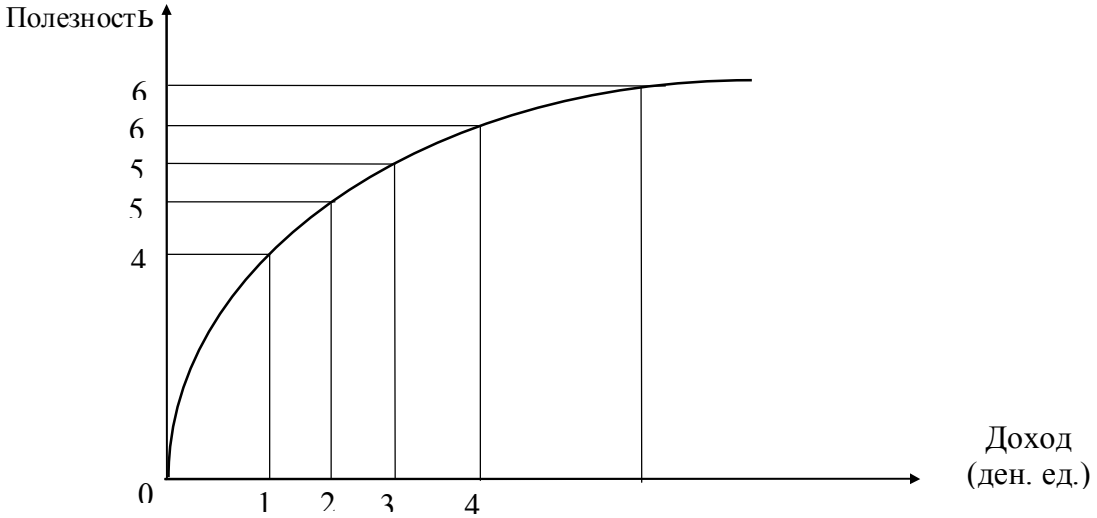


Рис. 3 . График противников риска

Экономические потери и прибыль фирмы в условиях неопределённости

Известно, что хозяйствующее звено или фирма не всегда получает экономическую прибыль. Более того, далеко не всегда фирма может получить нормальную прибыль. Ситуация на рынке может оказаться неблагоприятной, а рыночная цена может опуститься настолько низко, что общие средние издержки не будут целиком компенсироваться, следовательно, не будет и нормальной прибыли. Данную ситуацию отобразим графически на рис.4.

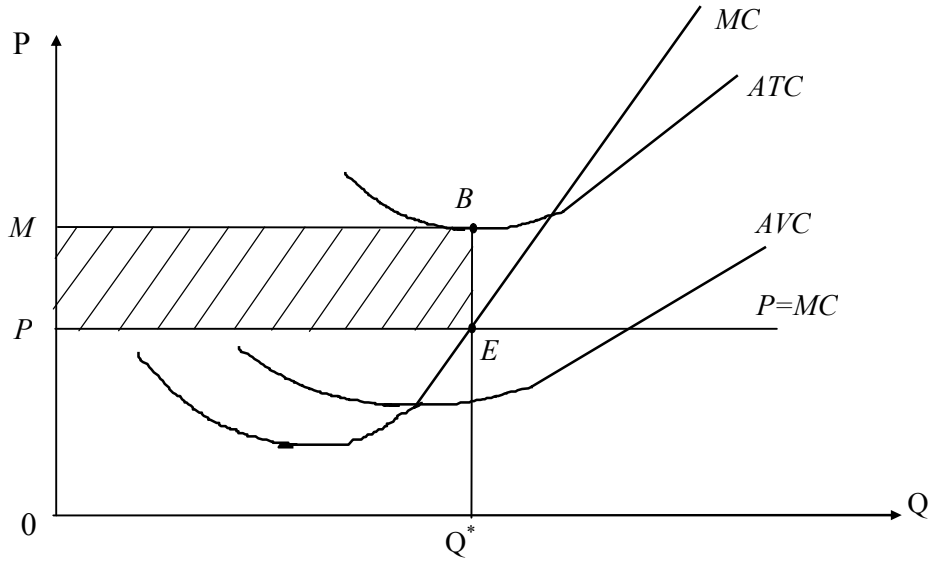


рис. 4. Минимизация убытков фирмы

Рыночная цена Р. и соответствующая ей кривая спроса на продукцию фирмы расположена ниже всей кривой средних издержек. Поэтому в точке равновесия, равно как и при любом другом объёме производства, фирма будет нести экономические убытки. Величина убытков на единицу продукта составляет разность между средними издержками и рыночной ценой продукта. На рис. 4. это соответствует интервалу ВЕ. Общая величина убытков равна площади прямоугольника МВЕР или произведению средних убытков на объём выпуска продукта.

Если фирма в данный период решит прекратить производство, то данное решение не предзнаменует освобождение от потерь. Существуют постоянные издержки, которые не зависят от объёма выпускаемой продукции. Это платежи, которые необходимо осуществлять, даже если фирма вообще ничего в данный момент не производит. Поэтому при закрытии фирма несёт убытки, равные постоянным издержкам.

Однако, помимо постоянных издержек, существуют ещё и переменные издержки. Если настоящая цена покрывает переменные издержки, то рациональным решением для фирмы будет продолжение производства, чтобы получить операционную прибыль и минимизировать издержки. На рис. 4. линия спроса проходит ниже кривой средних издержек, но в точке равновесия – выше кривой средних переменных издержек. В силу этого данная цена позволяет фирме получить **операционную прибыль** (избыток цены над средними переменными издержками, умноженный на объём выпуска продукции).

Если же рыночная цена спускается настолько низко, что она не может покрыть не только средние издержки в целом, но даже и средние переменные издержки, то в данном случае производство становится нецелесообразным даже в краткосрочном периоде.

Отсюда, сделаем вывод, что не вся кривая предельных издержек олицетворяет собой кривую предложения фирмы, а только та её часть, которая лежит выше кривой нё средних переменных издержек.

Тема №9: Фирма и её организационно-экономические основы

Сущность фирмы и ее типы

«Фирма» и «предприятие» кардинально различные категории экономической науки, хотя в литературе (зарубежной и отечественной) они отождествляются. Под предприятием следует понимать определенный производственно-технический комплекс, используемый для производства товаров или (и) услуг в любой отрасли национальной экономики. Предприятиями являются металлургический завод, автобусный парк, угольная шахта и т.д.

Фирма — это организационно-экономическая, общественная, предпринимательская форма производства. Фирма — основной агент рыночной системы любой современной страны. Как за рубежом, так и в Узбекистане имеет место значительное многообразие типов фирм.

Фирма — это имущественный комплекс, используемый собственниками этого имущества для осуществления предпринимательской деятельности. В состав фирмы входят все виды имущества, предназначенные для ее деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, нереализованную продукцию, права требований, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие ее деятельность (фирменное наименование, товарные знаки), и другие исключительные права.

При установлении размеров фирмы, масштабов ее деятельности учитывают, по крайней мере, следующее. С увеличением размеров фирмы, расширением поля деятельности значительно возрастает сложность ее деятельности, обусловленной как увеличением масштабов, так и расширением номенклатуры продукции. Возрастание сложности управления ведет к увеличению риска.

Каждая фирма (индивидуальная или коллективная) имеет свою внутреннюю структуру и статус, размеры и сферы деятельности, в которых она наиболее эффективна. Все формы предпринимательства имеют свои преимущества и недостатки.

Первоначально слово «фирма» (от ит. Firma — подпись) означало «торговое имя» коммерсанта. В настоящее время фирма-элемент любой рыночной экономики, субъект предпринимательской деятельности, обладающий экономической и юридической самостоятельностью.

В развитой рыночной экономике фирмы многообразны. Они занимаются производством товаров, их реализацией, оказанием самых различных услуг: финансовых, посреднических, информационных, консультативных, научно-исследовательских и др.

По сферам предпринимательской деятельности они могут быть промышленными, агропромышленными, сельскохозяйственными, строительными, транспортными, телекоммуникационными, торгово-посредническими, венчурными, рекламными, инжиниринговыми, юридическими и т.д.

В Узбекистане фирмы могут создаваться с правом юридического лица и преследовать извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности (коммерческие организации). Это могут быть микрофирмы и малые предприятия, совместные предприятия, общества с ограниченной ответственностью, государственные унитарные предприятия и т.п. Существует несколько подходов к объяснению возникновения и развития фирм.

Во-первых, фирма представляет собой организационно-экономическую систему, с помощью которой осуществляются производственные процессы для создания товаров и услуг.

Во-вторых, в социально-экономическом отношении фирмы - это общность людей, объединенных едиными мотивам действия.

В-третьих, фирма - совокупность взаимовыгодных контрактов. Последнее определение интересно потому, что фирма представляется не как объединение людей, машин и технологий, а как механизм реализации рыночных отношений, в основе которых лежат хозяйственные сделки - трансакции.

Можно выделить следующие виды транзакционных затрат: поиск информации о состоянии рынка - о потенциальных поставщиках и покупателях, ценах, характеристиках товаров и услуг; заключение сложных контрактов, включающих оговорки на случай непредвиденных обстоятельств; долгосрочные отношения по отдельным вопросам; периодически повторяющиеся сделки по продаже различных товаров; соблюдение условий контрактов; юридическое сопровождение выполнения контрактов.

Фирмы возникают и в связи с большими затратами на осуществление бесчисленного количества сделок.
Внутрифирменные экономические связи (внутрифирменные трансакции) охватывают многогранную деятельность фирмы по организации производства, рациональному использованию факторов производства.
Рыночные (внешние) и внутрифирменные трансакции тесным образом связаны между собой. Их соотношение детерминирует оптимальный размер фирмы, иначе можно было бы рассматривать национальную экономику как одну гигантскую фирму.

Организационно-экономические основы предпринимательства

Предпринимательство – это хозяйственная деятельность с использованием новизны, риска, изобретательства с целью получения доходов. Но в широком смысле это предприимчивость, инициативность, активность в сфере экономики.
Предпринимательство характеризуется следующими чертами:
6) экономическая самостоятельность в выборе хозяйственной деятельности и её методов;
7) новаторство;
8) полная и долевая ответственность за принимаемые решения и их последствия;
9) риск;
10) ориентация на достижение экономического успеха.

Предпринимательство выполняет особую функцию – обеспечивает развитие и совершенствование экономики, её постоянное обновление, создание инновационной среды, ломающей традиционные структуры и открывающей дорогу к новому.
Наиболее распространены следующие формы предпринимательских фирм:
А) индивидуальная;
Б) совместная;
В) инновационные фирмы – проводники НТП.
Появление предпринимательской деятельности связано с потребностью человека в свободном самовыражении личности в хозяйственной деятельности. В этом смысле оно существует с момента возникновения человеческого общества.
Предпринимательство – это одна из форм бизнеса. Бизнес, в свою очередь, представляет собой систему, охватывающую экономические действия всех хозяйственников в единое целое.
Классификация форм бизнеса осуществляется на основе самых разнообразных критериев. Выделяют потребительский (домашнее хозяйство) и трудовой (сделки наёмного труда и т.д.) бизнес. С учётом размеров бизнеса различают мелкий, мельчайший (микро), средний и крупный. По формам собственности можно выделить частный, государственный и коллективный бизнес. С учётом сферы приложения капитала можно говорить о бизнесе в промышленности, торговле, образовании, агробизнесе и т.д. По степени интернационализации капитала можно выделить национальный и международный бизнес (транснациональные корпорации) и др. На основе развития организационных форм бизнеса выделяется простая кооперация, мануфактура, фабрика, акционерное общество, монополии, международные концерны. По правовому (юридическому) положению можно выделить индивидуальные фирмы, полное товарищество, кооперативы, смешанное общество и т.д.

Фирма в условиях конкуренции

Условия, в которых протекает рыночная конкуренция, иными словами, рыночная структура, могут быть разными. Структура рынка определяется количеством и размерами фирм, характером продукции, легкостью входа на рынок и выхода из него, доступностью информации.
Чтобы понять состояние фирмы в условиях конкуренции, обратимся к рассмотрению четырех типов рыночных структур: совершенной конкуренции, чистой монополии, монополистической конкуренции и олигополии.

Совершенная конкуренция — это рыночная структура, характеризуемая большим количеством мелких фирм, однородностью продукции, свободой входа и выхода и равным доступом к информации.
Чистая монополия — рыночная структура, где одна фирма является единственным продавцом товара или услуги, не имеющим субститутов. Проникновение в отрасль дополнительных фирм заблокировано, так что фирма представляет собой всю отрасль.
Монополистическая конкуренция — рыночная структура, состоящая из множества фирм, выпускающих неоднородную продукции, характеризуется свободным входом и выходом.
Олигополия — рыночная структура, состоящая из небольшого числа фирм, причем по крайней мере некоторые из них имеют большие размеры относительно размеров рынка.

Характеристика структуры						
Модель рынка	Число фирм	Характер продукции	Условия вступления в отрасль	Контроль над ценой	Доступность информации	Отрасли
Совершенная конкуренция	Очень большое число фирм	Однородная	Очень легкие	Отсутствует	Равный	Сельское хозяйство
Монополистическая конкуренция	Много	Разнородная	Сравнительно легкие	Некоторый, но ограничений	Некоторые ограничения	Розничная торговля, производство одежды, обуви
Олигополия	Несколько	Однородная или разнородная	Возможные препятствия	Ограниченный взаимной зависимостью	⇒	Производство стали, автомобилей, сигарет
Монополия	Одна	Уникальная	Блокировано	Значительный	⇒	Местные предприятия общественного значения

Фирма, работающая в условиях совершенной конкуренции, сталкивается с целым рядом ограничений. Прежде всего это ограничения, связанные с издержками. Все фирмы имеют доступ к одной и той же технологии и знают, где им следует покупать необходимые виды ресурсов по одинаковым ценам. Резервы экономии, обусловленной увеличением масштабов производства, истощаются при достаточно малых объемах выпуска продукции по сравнению с тем же объемом спроса, который предъявляется рынком при сложившемся уровне цен. Поэтому рынок создает достаточное пространство для множества фирм.
Кроме того, существуют ограничения, связанные со спросом: фирма не может повлиять на цену и принимает сложившуюся рыночную цену, т.е. является "прайс-тей-кером", иными словами, цена, по которой фирма продает свою продукцию, определяется силами, неподвластными фирме. Речь идет об условиях спроса и предложения на рынке в целом. В связи с этим следует различать рыночный спрос и спрос на продукцию отдельной фирмы в условиях совершенной конкуренции. Для отрасли, т.е. для всех фирм, производящих определенный продукт, объем продаж может быть увеличен только путем установления более низкой цены на товар. Все фирмы вместе, а не отдельная, действуя независимо, одновременно могут повлиять и действительно влияют на общий объем предложения и, следовательно, на рыночную цену. Если один-единственный производитель увеличивает или уменьшает выпуск при неизменных объемах производства у всех других конкурирующих фирм, это не оказывает существенного влияния на общий объем предложения и рыночную цену.
Спрос на продукцию фирмы характеризует ее доход.
Известно, что в условиях совершенной конкуренции цена является постоянной, следовательно, каждая дополнительно проданная единица продукции добавляет к валовому доходу постоянную

сумму, равную цене. Предельный доход постоянен в условиях совершенной конкуренции потому, что дополнительные единицы продукции могут быть проданы по постоянной цене.
Итак, имея исходные данные, мы можем рассмотреть, как фирма принимает решения об объемах производства в конкретных ситуациях. Они могут быть многообразны, но среди них можно выделить три основные: максимизация прибыли, минимизация убытков, прекращение производства.
В каждой из этих трех ситуаций к определению оптимального объема производства возможны два подхода: сопоставление валового дохода с валовыми издержками и предельного дохода с предельными издержками.
Оба подхода применимы не только к чисто конкурентной фирме, но и к фирмам, функционирующим в условиях любой из трех основных рыночных структур. Поскольку второй подход дает более точную и обоснованную характеристику поведения фирмы, мы остановимся на нем более подробно.
Подход к определению объема производства, максимизирующего прибыль, "валовой доход — валовые издержки" имеет следующую логику: вычитая полные издержки из совокупного дохода, получаем совокупную прибыль, которую имеет фирма при каждом конкретном уровне выпуска продукции.
Рассмотрим обстоятельства, в силу которых одна фирма может стать единственным поставщиком продукции на рынке. Случай закрытой монополии существует тогда, когда она защищена от конкуренции с помощью юридических ограничений, например патентная защита, институт авторских прав и т.п. Естественная монополия — это ситуация, в которой долгосрочные средние издержки достигают минимума только тогда, когда одна фирма обслуживает весь рынок, т.е. отрасль представлена одной фирмой. В данной ситуации разделение выпуска между двумя или большим количеством фирм приведет к тому, что масштабы каждой из них будут неэффективно малы. С естественными монополиями, в основе которых лежит экономия на масштабах производства, тесно связаны монополии, базирующиеся на владении уникальными природными ресурсами. Открытая монополия представляет собой ситуацию, когда одна фирма становится единственным поставщиком продукта, но не имеет специальной защиты от конкуренции. В такой ситуации часто оказываются фирмы, впервые вышедшие на рынок с новой продукцией.
Для монополии, так же как и для совершенной конкуренции, главным принципом является максимизация прибыли фирмы. Однако ограничения, с которыми сталкивается монополия, отличны от ограничений в условиях совершенной конкуренции и имеют свою специфику. Так как монополист функционирует на рынке один, количество продукции, которое может быть продано на рынке, увеличивается по мере того, как цена падает. Монополист может устанавливать и цену товара, и его количество, но при этом выбирает такую комбинацию "цена - количество", которая принесет максимальную прибыль. Поскольку он ищет наиболее "доходную" цену из всего набора цен, его можно назвать "искателем цены". Здесь речь идет о монопольной власти. Фирма обладает монопольной властью тогда, когда она может воздействовать на цену своего товара, изменяя его количество, которое она готова продать.

Монополия, продающая в каждый конкретный момент времени свою продукцию по одной и той же цене всем своим покупателям, называется *простой монополией*.

Рассмотрим процесс максимизации прибыли фирмой-монополистом. До тех. пор пока предельный доход превышает предельные издержки, увеличение выпуска на единицу увеличивает совокупный доход в большей степени, чем совокупные издержки, и тем самым увеличивает совокупную прибыль. Когда предельный доход становится меньше предельных издержек, поэтому любое дальнейшее увеличение выпуска продукции ведет к уменьшению совокупной прибыли.

Особенности деятельности фирм в условиях Узбекистана

Развитие деятельности фирм в условиях Узбекистана связано с рядом трудностей и противоречий: во-первых, бизнес-деятельность в Узбекистане формируется в условиях определённых административных ограничений, лишающих фирмы некоторой части конечного результата деятельности;

во-вторых, свободе хозяйственной деятельности противостоит монопольная организация хозяйства, которую нельзя отменить только волевым решением, поскольку экономические структуры Узбекистана десятилетиями создавались как региональные монополии;
в-третьих, товарно-денежный обмен в Узбекистане затруднён несовершенством финансово-кредитных отношений (проблема обналичивания денег, кризис неплатежей, внебанковский оборот наличности и т.д.), а также высокими темпами инфляции.
В Узбекистане все необходимые условия развития предпринимательской деятельности имеются лишь частично, что накладывает отпечаток на формы и стиль бизнеса. Можно отметить характерные особенности хозяйственной деятельности в Узбекистане.
Процесс дележа собственности идёт негласно и представляет собой почву для различного рода злоупотреблений и создания криминальных структур.
Определённая часть хозяйственной деятельности фирм не нацелена на длительную перспективу, а служит исключительно средством накопления первоначального капитала, что усиливает нестабильность, неопределённость и недоверие в сфере бизнес-деятельности. Из организационных форм предпринимательской деятельности в современной экономике самым популярным и действенным оказался малый бизнес. Они явились фундаментом и своеобразным гарантом рыночной системы. Однако их число не проявляется их качеством. На сегодняшний день такого рода хозяйственная деятельность уже должна была способствовать решению такого рода экономических задач, как:

- поддерживание конкуренции во всех секторах национальной экономики, создавая тем самым альтернативу монопольным структурам;
- наполнить рынок товарами и услугами местного производства;
- создать рабочие места, смягчая проблему безработицы в стране;
- сформировать предпринимательский слой, предоставляя людям проявить и реализовать свои предпринимательские способности.

Второй по распространённости формой предпринимательской деятельности являются акционерные общества. В отличие от предприятий малого бизнеса акционерные общества обладают значительной устойчивостью и прочностью в неблагоприятные периоды, так как у них шире возможности накопления. Кроме того, такая форма хозяйственной деятельности широко применима практически в любой сфере экономики – промышленности, банковском деле, на транспорте, строительстве и т.д. В таких сферах, как торговля, закупки, сбыт, посредничество развит сектор малого бизнеса.
Специфической проблемой малого бизнеса в Узбекистане является финансовая проблема и проблема правовой неграмотности самих хозяйственников.
Эти и другие проблемы малого бизнеса на сегодняшний день решаются посредством государственной программы развития малого бизнеса и частного предпринимательства в форме экономической и юридической поддержки. Такая поддержка включает в себя льготное кредитование, льготное налогообложение, экспортную ориентацию производства и т.п.

Тема №10: Теория производства

Производство в краткосрочном периоде

Краткосрочным называется период, в течение которого, по крайней мере, один фактор производства сохраняет прежние размеры (т.е. является фиксированным, постоянным), а фирмы не могут ни покинуть отрасль, ни войти в неё.
Долгосрочным, напротив, называется период, достаточно продолжительный для того, чтобы все факторы имели возможность изменить свои размеры, т.е. стать переменными, а фирмы могли покинуть отрасль или войти в неё.
Наиболее важная особенность производства в краткосрочном периоде состоит в том, что производительность ресурсов подвержена убывающей отдаче.
Закон убывающей отдачи гласит, что если к фиксированным по размеру факторам добавлять дополнительные единицы переменного фактора, то настанет момент, когда получаемый в результате добавочный продукт начнёт неуклонно снижаться. Другими словами, предельный

(добавочный) продукт, полученный от единицы переменного фактора, имеет тенденцию к понижению в краткосрочном периоде. Эта тенденция продемонстрирована при помощи табл. 1 и рис. 1.

Таблица 1

Труд (рабочие)	Совокупный продукт, шт.	Предельный продукт труда	Средний продукт труда
L	TP	MP	AP
1	10	10	10,0
2	25	15	12,5
3	35	10	11,7
4	40	5	10,0
5	42	2	8,4
6	42	0	7,0

Этот закон объясним следующим образом. Например, из тактических соображений предприниматель решил быстро выбросить на рынок дополнительную партию товара. Естественно, что он не может моментально построить новый цех или оснастить его дополнительным оборудованием. Размеры капитала в краткосрочном периоде остаются прежними. Но, предприниматель может нанять дополнительных рабочих, которые, предположим, будут работать в ночную смену на уже имеющихся станках, или нанять рабочих, которые будут помогать основным рабочим, т.е. подносить заготовки, убирать отходы, складировать готовые изделия и т.п. В результате наём каждого дополнительного работника может увеличить объём производства. Однако, с каждым новым работником это будет сделать всё труднее и труднее. Прирост продукции с каждым разом будет всё меньше. Наконец, может настать тот момент, когда множество людей буду просто путаться друг у друга под ногами, мешать друг другу и снижать отдачу. Это означает, что предельный продукт (т.е. прирост продукции) станет равен нулю, следовательно, в такой ситуации, надо прекратить наём работников. Дальнейшее наращивание производства возможно только при большем его масштабе, т.е. при одновременном увеличении размеров, как труда, так и капитала.

Средний продукт труда характеризует количество изделий, выпущенных в среднем одним работником:

$AP = TP / P. (= Q / L)$

Производство в долгосрочном периоде

В долгосрочном периоде все факторы становятся переменными в том смысле, что у предпринимателя есть достаточно времени, чтобы изменить их размер (например, построить новый завод, установить новую партию станков).

Факторы производства могут быть использованы не только совместно, но и в определённой степени они могут заменять друг друга. Поэтому предпринимателю надлежит выбрать такую технологию, которая позволит минимизировать издержки производства.

Формула минимизации издержек выглядит следующим образом:

$MP_L / P_L = MP_K / P_K$

Данная формула означает, что отдача от каждого вложенного сума издержек должна быть одинаковой для каждого ресурса. Если на вложенный сум предельный продукт труда будет больше, чем предельный продукт капитала, предприниматель будет нанимать больше работников и сократит количество используемого капитала. И наоборот.

К такому же выводу можно подойти, сделав анализ изоквант и изокост в долгосрочном периоде.

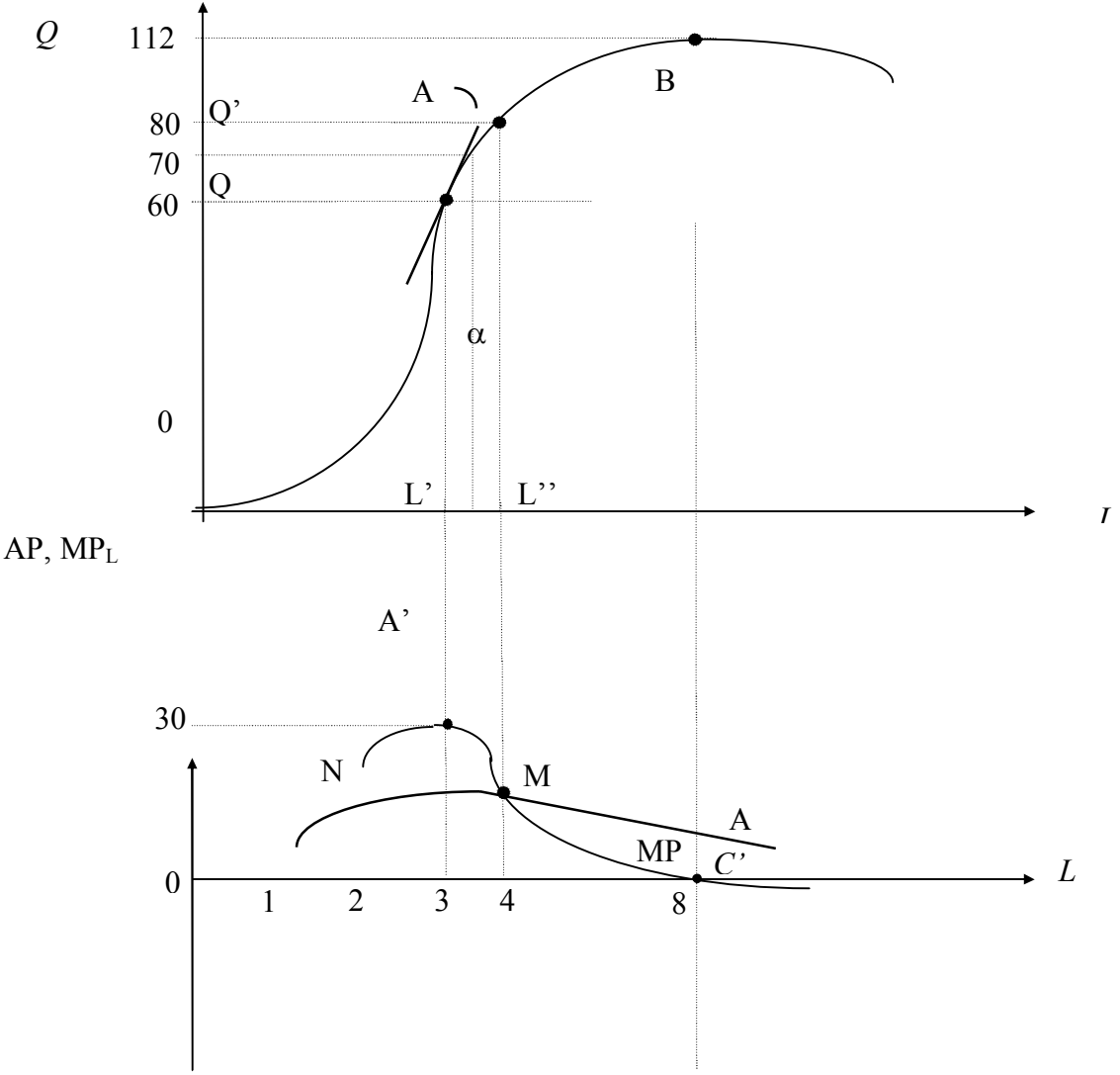


рис.1. Производственный график на основе изменения одного из факторов производства (труда)

Изоквантой называется геометрическое место точек, соответствующих всем комбинациям двух ресурсов, способным произвести заданный объём продукта. По существу и графически изокванты напоминают кривые безразличия. Действительно, предпринимателю безразлично, какую комбинацию ресурсов применить: А, В или С, поскольку в любом случае будет произведено одно и тоже количество товара (рис. 2).

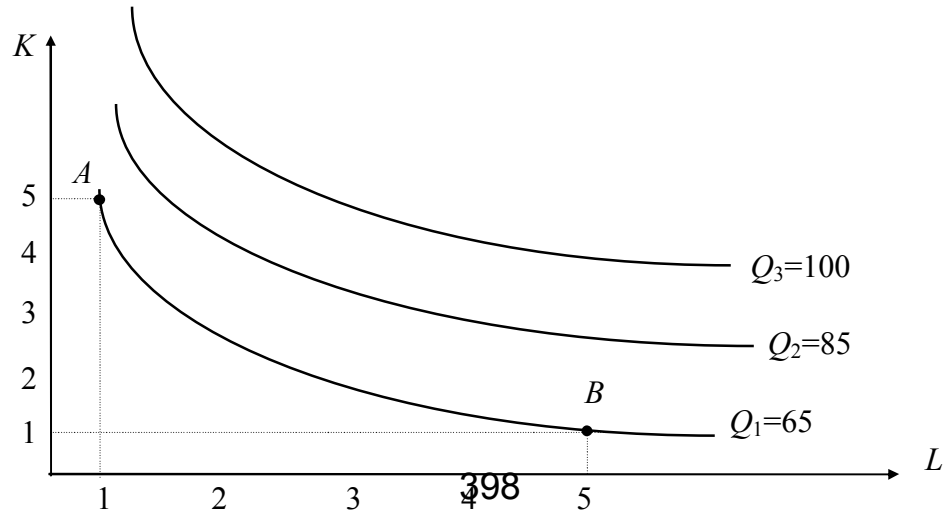


Рис. 2 Изокванты.

Изокванты обладают теми же свойствами, что и кривые безразличия. Их число на одной карте выбора фирмы бесконечно. Они никогда не пересекаются. Чем выше расположена изокванта, тем большему объёму выпуска она соответствует.

Изокоста есть геометрическое место точек, соответствующих всем комбинациям двух ресурсов, которые имеют одинаковую стоимость. Изокоста аналогична бюджетной линии потребителя.

Изобразим на одном рисунке несколько изокост, характеризующих разные уровни издержек производства, и изокванту, показывающую заданный объём производства.

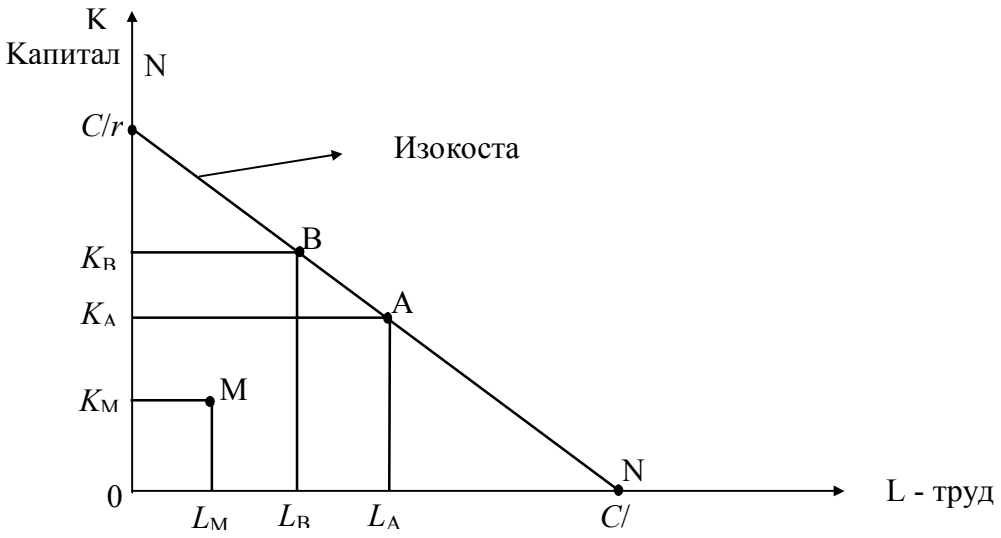


Рис.3. Изокоста.

Там, где изокванта коснётся одной из изокост лишь одной своей точкой (это будет изокоста, расположенная по возможности наиболее близко к началу координат), заданный объём производства будет произведён при наименьших издержках (рис. 3).

Тема №11: Издержки производства

Опорный конспект

Издержки - это главный фактор, влияющий на объем предложения, поэтому прежде чем принять решение о том, сколько товаров произвести, фирма должна посчитать производственные издержки. *Издержки* - это оплата денежных факторов производства. Современные западные экономисты выделяют:

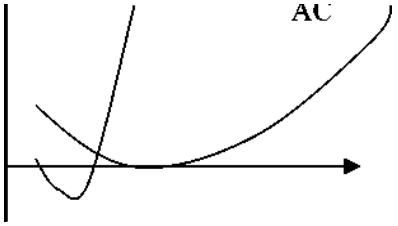
1. Постоянные издержки - это издержки, которые не изменяют своей величины в процессе производственной деятельности (здания, некоторые виды налогов) (РС).
2. Переменные издержки - величина изменяется с изменением объема производства (сырье, материалы) (УС).
3. Общие издержки (ТС).

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

Издержки производства и условия максимизации производителя.

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

Предельные издержки



Это дополнительные издержки на производство, каждой дополнительной единицы продукта.

мс= тс/ о

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

1. Фирма должна прекратить производство, если ТК от продажи любого объема ее продукции не превосходит УС производства данного количества товаров и услуг.

Иными словами, чтобы Р < АУС.

2. Чтобы добиться максимальной прибыли, фирма должна производить такой объем продукции, при котором МК = МС.

На рынке совершенной конкуренции ни одна из фирм не влияет на цену своей продукции, а Р = МК, поэтому максимизация общей прибыли (Рг = МК-МС) достигается тогда, когда Р = МС. При этом, если Р > МС, то производство можно расширить. Если Р < МС, то производство нужно сокращать (схема 1).

Тема №12: Максимизация прибыли фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции

Спрос на продукцию фирмы и её предложение в краткосрочном периоде

В экономической теории совершенной конкуренцией называют такую форму организации рынка, при которой *исключены все виды соперничества* как между продавцами, так и между покупателями. Совершенная конкуренция совершенна в том смысле, что при такой организации рынка каждое предприятие сможет продать по данной рыночной цене столько продукции, сколько оно пожелает, а на уровень рыночной цены не сможет повлиять ни отдельный продавец, ни отдельный покупатель.

Спрос на продукцию фирмы в краткосрочном периоде.

Краткосрочным периодом называется такой период, в течение которого производственные *мощности* каждого предприятия (размеры и число заводов, фабрик, других производственных единиц) *фиксированы*, но выпуск может быть увеличен или снижен за счет изменения объема использования переменных факторов. Общее число предприятий в отрасли остается *неизменным*.

Длительным периодом называют такой период, в течение которого производственные мощности могут быть приспособлены к условиям спроса и затрат. В предельном случае (если условия деятельности совершенно неблагоприятны) предприятие может полностью прекратить деятельность (уйти из отрасли или с рынка). С другой стороны, новые предприятия могут войти в отрасль (на рынок) в случае благоприятных рыночных условий. Таким образом, *число предприятий* в однородной отрасли в длительном периоде *может варьировать*.

В коротком периоде количество предприятий в отрасли и их мощность постоянны, в длительном не только объем применяемых ресурсов и затраты, но и число предприятий и их мощности переменны.

Так как фирма в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции является ценополучателем, она может продать по рыночной цене любое количество продукции. В любом случае её поставки на рынок не изменят принципиально общий объём отраслевого предложения. Продавать дешевле нет смысла, если можно всё продать по данной рыночной цене. Однако, продавать дороже фирма не сможет: в этом случае спрос на её продукцию сразу же упадёт, ведь потребители с лёгкостью могут купить такие же товары у других производителей по рыночной цене. Таким образом, рынок примет продукцию фирмы только по рыночной цене. В связи с этим кривая спроса на продукцию фирмы будет представлять собой горизонтальную прямую, отстоящую от горизонтальной оси на высоту, равную рыночной цене продукта (рис. 1).

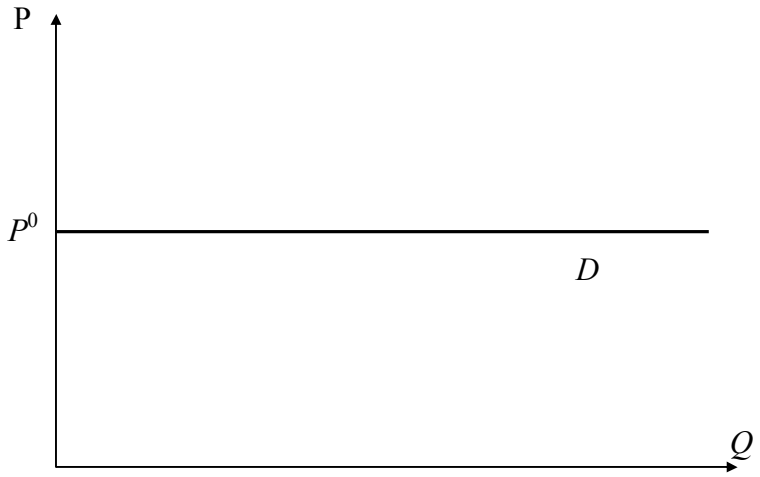


Рис. 1. Кривая спроса на продукцию фирмы.

Следует отметить, что эта же прямая будет одновременно и графиком среднего и предельного доходов фирмы. С каждой новой единицей проданного продукта доход фирмы будет возрастать на величину, равную цене этого продукта. Средний доход, приходящийся на единицу продукта, также будет равен его цене. Таким образом, D = MR = AR.

Что же касается совокупного дохода фирмы, то его легко можно подсчитать по формуле: PxQ. Графически величину совокупного дохода можно либо проиллюстрировать на примере прямоугольника OP_1 TQ_1, либо изобразить как особую кривую. В условиях совершенной конкуренции кривая совокупного дохода есть прямая линия, проходящая через начало координат.

Предложение фирмы. В краткосрочном периоде кривая предложения фирмы определяется её кривой предельных издержек. Поскольку предельные издержки растут по мере увеличения объёма производства, нужна более высокая цена на продукт, чтобы побудить производителя наращивать производство. Поэтому кривая предложения будет иметь восходящий вид.

Равновесие фирмы в краткосрочном периоде. Пересечение кривых спроса и предложения покажет равновесие фирмы.

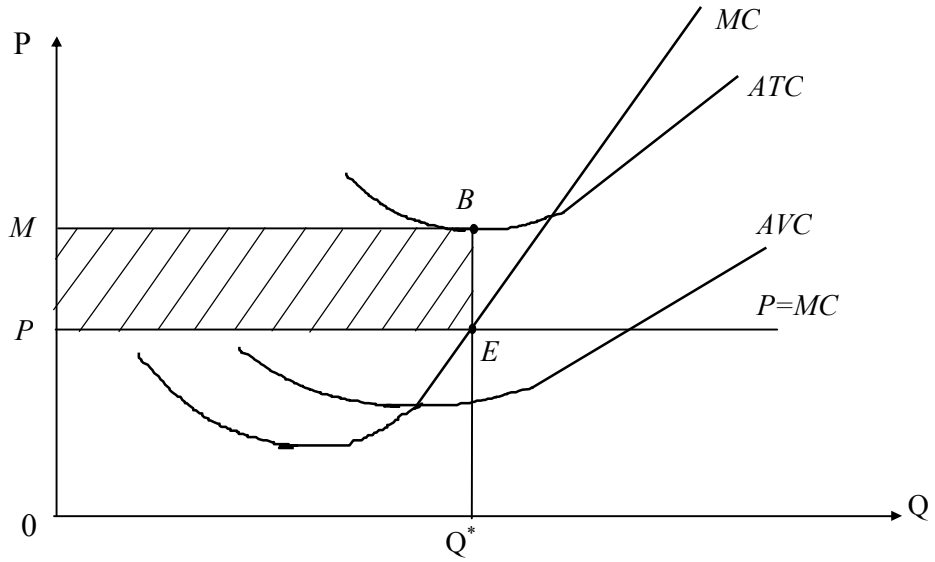


Рис. 2. Равновесие фирмы в краткосрочном периоде

По графику 2 можно заключить, что производитель будет наращивать объём производства до тех пор, пока его предельный доход не сравняется с предельными издержками. В случае, когда MR = MC, производитель уже не может ничего более прибавить к своей прибыли и размер

последней достигает своего максимума. Если продолжить производство далее, то предельный доход окажется меньше предельных издержек и прибыль начнёт падать.

Следовательно, MR = MC является условием максимизации прибыли, а точка пересечения кривых MR и MC является точкой равновесия фирмы. В свою очередь, равновесие фирмы характеризуется равновесной ценой PE и равновесным объёмом производства QE, при которых прибыль фирмы достигает максимума.

Условия максимизации прибыли фирмы

Доминирующая концепция поведения фирмы исходит из предпосылки, что основной целью фирмы является прибыль. Стремление максимизировать прибыль пронизывает все помыслы и действия предпринимателя. В каких же условиях при совершенной конкуренции эта цель может быть реализована?

Существуют два подхода к изучению проблемы. Первый основан на совокупных показателях, второй – на предельных и средних.

Метод совокупных показателей.. Совокупная прибыль фирмы представляет собой разницу между совокупным доходом (выручкой) и совокупными издержками

ТП = TR – TC.

Очевидно, что прибыль будет максимальной в том случае, когда разность между совокупной выручкой и совокупными издержками достигает наибольшей величины. Графически это проиллюстрировано на рис. 3, где интервал AB – наибольшее вертикальное расхождение между кривыми TR и TC – означает величину прибыли.

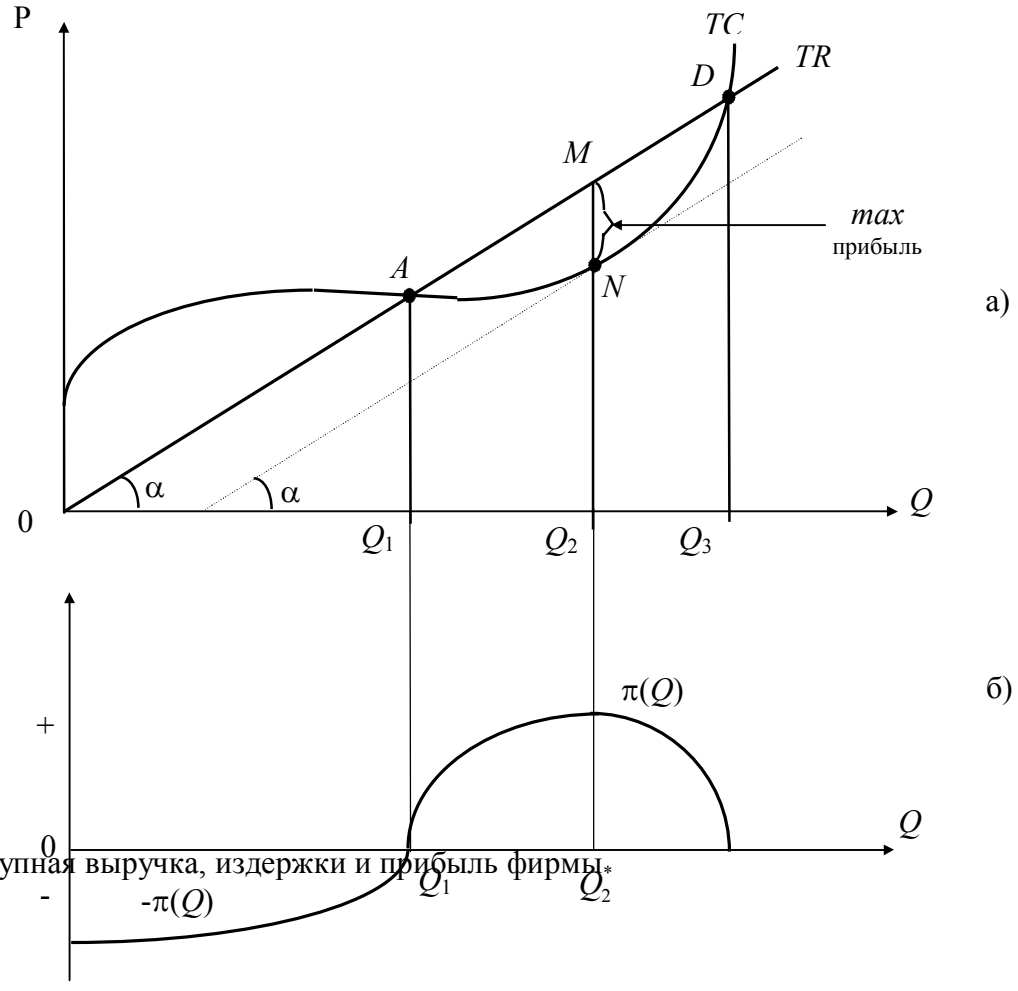


Рис. 3. Совокупная выручка, издержки и прибыль фирмы

Метод средних и предельных издержек. Для применения данного метода необходимо найти величину средней прибыли, получаемой на единицу продукции:

АП = AR – AC.

В условиях совершенной конкуренции средняя прибыль равна разности между ценой и средними издержками: АП = P - AC. В таком случае совокупная прибыль определяется умножением средней прибыли на количество выпущенной продукции:

ТП = АП x Q.

Тема №13: Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

В длительном периоде в отличие от краткосрочного все производственные ресурсы являются переменными. Поэтому и отдельное предприятие, и совершенно конкурентная отрасль в целом могут в целях максимизации прибыли изменять объемы применяемых ресурсов. Во-первых, в длительном периоде всякое предприятие имеет возможность выбора производственной мощности, а значит, и большую, чем в коротком периоде, возможность изменять объем выпуска. Во-вторых, благодаря свободе входа в отрасль и выхода из нее одни предприятия покинут рынок данного товара, тогда как другие, привлеченные возможностью получить высокую прибыль, войдут в него. Таким образом, изменение числа предприятий, ищущих максимум прибыли на данном рынке, является важным фактором достижения равновесия длительного периода на совершенно конкурентном рынке.

Если типичная фирма в отрасли получает экономическую прибыль, то в долгосрочном периоде – это привлечёт в отрасль новые капиталы, откроются новые фирмы, а существующие предприятия будут расширять производство.

Если в краткосрочном периоде фирма терпит убытки, но получает операционную прибыль, то рациональным долгосрочным решением было бы сокращение объёма производства и последующий выход из отрасли. Естественно, таким же будет долгосрочное решение и при убытках, равных величине фиксированных издержек, т.е. когда нет операционной прибыли в краткосрочном периоде. В этом случае и краткосрочное и долгосрочное решение будут однозначными: закрыть производство.

Подобные решения принимает обычно не единичная фирма, а всё их множество. В результате массовых аналогичных, хотя и не согласованных друг с другом, действий рынок преодолевает экстремальные ситуации убыточного или сверхприбыльного производства и возвращает всё «на круги своя», т.е. к условиям получения всеми только нормальной прибыли. Это происходит следующим образом.

Если сверхнормальная прибыль побуждает предприятия расширять производство и привлекает в отрасль новые фирмы, тем самым растут масштабы отраслевого производства и предложения. Кривая совокупного предложения сдвигается вправо, что ведёт к понижению рыночной цены. Если цена опускается до уровня, когда средняя прибыль сравняется с издержками, то фирма принимает решение закрыть производство или выйти из данной отрасли. Таким образом, отраслевое предложение сократится и при прежней величине отраслевого спроса это приведёт к повышению цены.

Такие процессы будут протекать до тех пор, пока цена не установится на уровне, достаточном лишь для получения всеми фирмами отрасли нормальной прибыли. Этот механизм характеризует «невидимую руку» рынка, о которой говорил А.Смит. Свободная совершенная конкуренция выравнивает позиции всех производителей и обеспечивает им только нормальную прибыль (в долгосрочном периоде).

Графически это соответствует случаю касания кривой спроса фирмы нижней точки долгосрочной кривой средних издержек. В этой точке P = LMC = LAC = MR. Это будет точка равновесия фирмы в долгосрочном периоде (рис. 1)

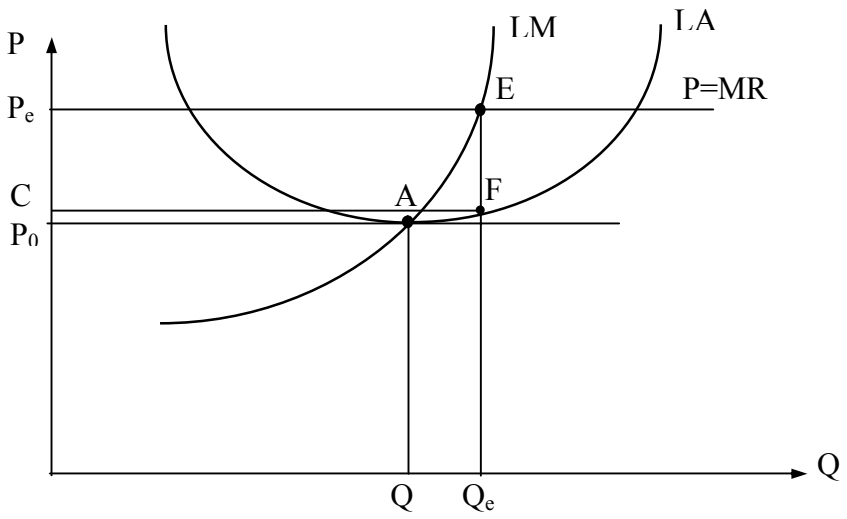


Рис. 1. Выбор объёмов производства конкурентной фирмой в долгосрочном периоде

Одновременно данная цена будет и равновесной ценой рынка (фирмы не проходят в отрасль и не уходят из неё).

В точке долгосрочного равновесия фирма имеет наиболее эффективные масштабы производства и минимизирует долгосрочные средние издержки.

Предложение в длительном периоде отрасли с неизменными, возрастающими и убывающими затратами

Кривая предложения отрасли в длительном периоде характеризует соотношения цена≈объем предложения, *после того как производственные мощности и количество предприятий* будут приведены в соответствие с изменившимися условиями спроса. Кривая предложения длительного периода предприятия соответствует возрастающему участку LMC, лежащему выше минимума LATC. Однако кривая предложения отрасли не может быть получена горизонтальным суммированием кривых предложения предприятий отрасли, поскольку количество этих предприятии в длительном периоде изменяется. Конфигурация кривой предложения длительного периода зависит от того, меняются ли, а если да, то как, затраты в результате изменения отраслевого выпуска.

В этой связи различают три типа отраслей: с неизменными, возрастающими и убывающими затратами. В отраслях с неизменными затратами кривая предложения длительного периода имеет вид горизонтальной прямой; в отраслях с возрастающими затратами она имеет положительный наклон (с ростом выпуска затраты увеличиваются); в отраслях с убывающими затратами наклон кривой предложения длительного периода отрицателен (с ростом выпуска затраты снижаются). Основным фактором, определяющим характер поведения затрат, является изменение цен производственных ресурсов.

Долгосрочное равновесие *отрасли с неизменными затратами* представлено на рис. 9.14. На рис. 9.14, а линии D_1 и S_1 ≈ первоначальные кривые спроса и предложения короткого периода, P_1 ≈ равновесная цена того же периода. Допустим, что каждое предприятие этой отрасли находится в долгосрочном равновесии при объеме выпуска 1_1 (рис. 9.14, б), соответствующем точке касания линии цены ($P_1 = AR_1 = MR_1$) и кривых SATC и LATC. Предположим теперь, что по каким-либо причинам кривая спроса короткого периода сдвинулась вправо и заняла положение D_2. Равновесная цена тогда вырастет до P_2, а прибыль максимизирующий объем выпуска предприятия составит q_2 (что соответствует условию $P_2 = SMC(q_2)$). При цене P_2 и выпуске q_2 каждое типичное предприятие будет получать положительную экономическую прибыль. Ее наличие привлечет в отрасль новые предприятия, что приведет к сдвигу кривой предложения короткого периода также вправо в положение S_2.

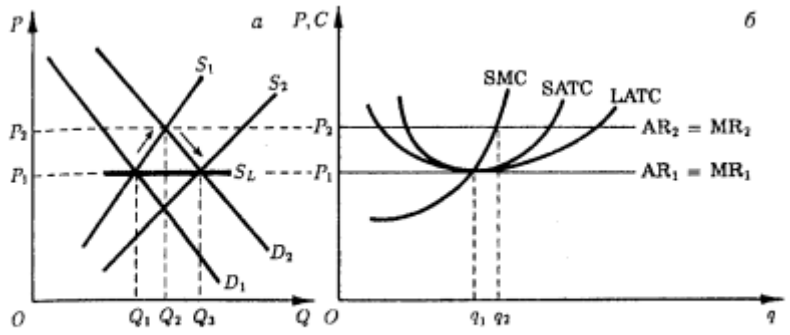


Рис. 9.14. Долгосрочное равновесие и линия предложения в случае неизменных затрат.

В отрасли с неизменными затратами вход в нее новых предприятий и увеличение выпуска отрасли не повлияет на затраты уже функционирующих предприятий. Причина этого в том, что увеличение спроса на производственные ресурсы в связи с увеличением числа предприятий отрасли не приведет к изменению (повышению) цен ресурсов, а значит, и на затраты действующих предприятий. Таким образом, кривая LATC этих предприятий останется неизменной, а новые предприятия будут оперировать при той же самой кривой долгосрочных средних затрат.

Поэтому состояние долгосрочного равновесия будет вновь достигнуто, когда вход в отрасль новых предприятий приведет к падению равновесной цены данной продукции с P_2 до P_1 т. е. к ее первоначальному уровню, а выпуск каждого типичного предприятия вновь составит q_1. Таким образом, отрасль имеет *неизменную в длительном периоде цену предложения*. Это значит, что выпуск отрасли может возрастать или падать в соответствии с изменениями условий спроса *без изменения цены продукции*. Ее кривая предложения длительного периода имеет вид горизонтальной линии (S_L на рис. 9.14, а).

Долгосрочное равновесие *отрасли с возрастающими затратами* представлено на рис. 9.15, а. Здесь сдвиг первоначального равновесия, обусловленный сдвигом линии спроса из положения D_1 в положение D_2 , также сопровождается ростом предложения существующих предприятий сверх уровня их оптимальной мощности. Положительная экономическая прибыль привлекает в отрасль новые предприятия. Однако в этом случае рост спроса на ресурсы вызывает увеличение их цен, а значит, и затрат предприятий.

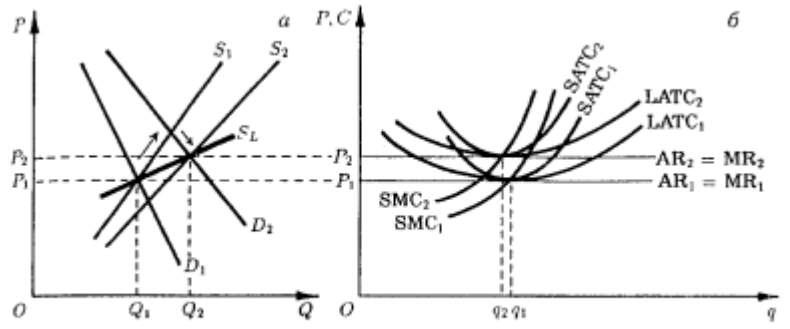


Рис. 9.15. Долгосрочное равновесие и линия предложения в случае возрастающих затрат.

Кривые SATC, LATC и SMC всех предприятий (и действующих, и вновь вступивших в отрасль) сдвигаются вверх (рис. 9.15, б). Процесс приспособления к новым условиям спроса продолжается до тех пор, пока экономическая прибыль предприятий остается положительной. На рис. 9.15, а этому соответствует пересечение линий D_2 и S_2 и равновесная цена P_2. Каждое предприятие будет выбирать объем выпуска, при котором

$P_2 = AR_2 = MR_2 = SMC_2 = SATC_2 = LATC_2$.

Отраслевая кривая предложения длительного периода, S_L, проходит через все точки долгосрочного равновесия.

Основная особенность этой кривой ≈ ее *положительный наклон*. В отличие от отрасли с неизменными затратами, в которой рост выпуска не влияет на цены продукции в длительном периоде, в отрасли с возрастающими затратами *рост объема выпуска сопровождается повышением цен продукции*. В такой отрасли рост цен продукции оказывается необходимым стимулом увеличения объемов выпуска.

Процесс приспособления предложения к изменениям спроса в *отрасли с убывающими затратами* представлен на рис. 9.16. Здесь рост отраслевого спроса на ресурсы стимулирует увеличение предложения ресурсов, снижение затрат в отраслях, поставляющих их, и соответствующее ему снижение цен ресурсов. В результате снижаются затраты и в отрасли, потребляющей подешевевшие ресурсы. В этом случае говорят о *внешней* (по отношению к отрасли, потребляющей ресурсы, и ее предприятиям) экономии. Несложные рассуждения позволят читателю прийти в выводу, что кривая предложения длительного периода отрасли с убывающими затратами имеет отрицательный наклон (линия S_L на рис. 9.16, а). Рост выпуска в отрасли такого типа сопровождается снижением цен ее продукции.

Причиной существования отраслей с неизменными, возрастающими и убывающими затратами является зависимость затрат *i*-го предприятия не только от его выпуска, q_i, но и от выпуска всей отрасли в целом, Q,

$$TC_q = f(q_i, Q). \qquad (1)$$

Функция (1) предполагает наличие (отсутствие) *внешней* (для *i*-го предприятия, но *внутренней* для отрасли) *экономичности* (*англ*, external economies) или *внешней неэкономичности* (*англ*. external diseconomies).

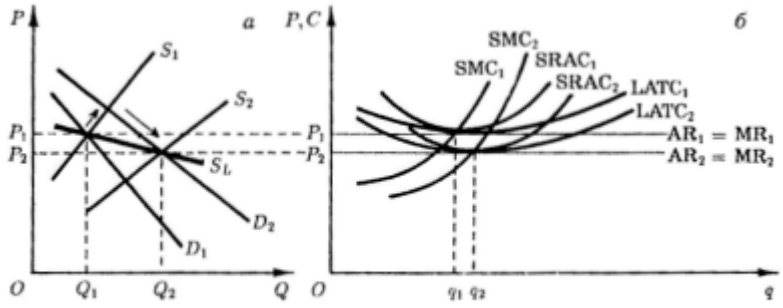


Рис. 9.16. Долгосрочное равновесие и линия предложения в случае убывающих затрат.

Обычно различают два типа внешней экономичности (неэкономичности): *денежную* (*англ*, pecuniary) и технологическую. В случае денежной внешней экономичности (неэкономичности) связь между объемом отраслевого спроса и функцией затрат предприятия реализуется через изменение цен потребляемых предприятиями отрасли ресурсов. Такую связь мы рассматривали и при обсуждении кривой предложения короткого периода в случае зависимости затрат предприятий (раздел 9.2.5.2). Технологическая внешняя экономичность (неэкономичность) имеет место, когда связь отраслевого объема спроса и затрат отдельного предприятия реализуется непосредственно в изменениях производственной функции.

В отрасли с неизменными затратами отсутствуют и внешняя экономичность, и внешняя неэкономичность, кривые затрат ее предприятий не зависят от объема выпуска отрасли. В отрасли с возрастающими затратами имеет место внешняя неэкономичность, кривые затрат ее предприятий с ростом выпуска отрасли смещаются вверх. Наконец, в отрасли с убывающими затратами наблюдается внешняя экономичность, которая *перекрывает внутреннюю неэкономичность*, обусловленную *убывающей отдачей от масштаба*, так что кривые затрат с ростом отраслевого выпуска смещаются вниз.

Большинство экономистов считают, что при отсутствии технического прогресса преобладающими среди трех типов отраслей являются отрасли с возрастающими, а наиболее редкими ≈ отрасли с убывающими затратами. С другой стороны, технический прогресс может нейтрализовать рост цен производственных ресурсов, так что отрасль с возрастающими затратами может трансформироваться в отрасль с постоянными или даже снижающимися затратами.

Совершенная конкуренция и общественная эффективность

На рынке в условиях совершенной конкуренции цена товара (услуги) не превышает его предельных издержек. Это говорит о том, что ресурсы общества распределены таким образом, что максимизировать удовлетворение общественных потребностей. Совершенно конкурентный рынок производит не любую совокупность товаров, а такую их структуру, которая соответствует структуре совокупного спроса, т.е. предпочтениям потребителей.
Если потребление и производство регулируются уровнем цены, происходит совпадение интересов потребителя и производителя. Если P = MU и P = MC, следовательно, MU = MC.
Это значит, что ограниченные ресурсы общества распределены таким образом, что это отвечает интересам максимизации прибыли производителей и интересам максимизации полезности потребителей.
Рынок совершенной конкуренции является достаточно гибким, обладает высокой адаптивной способностью, развивает в обществе инициативу, ответственность, предпринимательскую активность. На рынке такого рода производственная эффективность предполагает, что каждый необходимый обществу товар производится наименее дорогостоящим способом. Это достигается благодаря механизму свободного перераспределения ресурсов в ходе конкуренции.
Однако, наряду с этим, существует достаточно большая группа товаров и услуг, производство которых невыгодно на рыночных началах, и частный предприниматель или не будет их производить вообще, или будет их недопроизводить. Это общественные блага: национальная оборона, сейсмологическая служба, служба спасения и т.д. Такие товары и услуги могут быть представлены обществу от лица государства.

Тема 14: Конкуренция и монополия
Конкуренция и монополия в системе рыночного механизма

Конкуренция (от лат. «конкурро» - сталкиваться) означает соперничество между отдельными субъектами рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и реализации (купли и продажи) товаров. В рыночной экономике такое столкновение неизбежно, ибо оно порождается следующими объективными условиями:

- Наличием множества равноправных рыночных субъектов;
- Полной экономической обособленностью каждого из них;
- Зависимостью рыночных субъектов от конъюнктуры рынка;
- Противоборством со всеми другими рыночными субъектами за удовлетворение покупательского спроса.

Сущность конкуренции проявляется в её следующих функциях:
- производство нацеливается на запросы потребителей, без чего нельзя получить прибыль;
- растёт эффективность производства, что обеспечивает «выживание» производителя;
- происходит дифференциация производителей: одни выигрывают, другие остаются при своём, третьи разоряются;
- процесс производства и распределения ресурсов между отраслями происходит в соответствии со спросом и нормой прибыли;
- ликвидируются неконкурентоспособные предприятия: продажа, слияние, преобразование и т.д.;
- стимулируется снижение цен и повышение качества товаров и услуг.

Конкуренция по своему содержанию весьма противоречива. С одной стороны, она выражает стремление к свободе и экономической независимости, с другой стороны – стремлению самих конкурентов к объединению усилий и экономической солидарности, гарантом которых выступает государство, законы поведения на рынке, защищающие интересы национальных предпринимателей от конкуренции иностранного капитала и т.д. Более того, стремление победить в конкурентной борьбе ведёт к установлению господствующего положения на рынке, захвату рыночной власти и образованию монополий.
Конкуренция и монополизм – это не две различные взаимоотрицающие экономические силы, а две стороны одного и того же рыночного взаимодействия.

Различают конкуренцию совершенную и несовершенную.
Совершенная конкуренция означает такое состояние экономики, когда влияние каждого участника экономического процесса на общую ситуацию настолько мало, что им можно пренебречь. Признаками совершенной конкуренции являются: множественность продавцов и покупателей, однородность выпускаемого ими продукта, отсутствие возможности покупателей и продавцов влиять на цены, абсолютная мобильность производственных ресурсов, полное знание предпринимателями состояния рынка.
Несовершенная конкуренция предполагает функционирование на рынке одной или нескольких крупных фирм, производящих основную массу определённого товара. Она проявляется в виде монополии и монопсонии, когда отдельный рыночный субъект занимает доминирующее положение и контролирует рынок данного товара. Определяющим при этом являются не размеры предприятия, а его доля в объёме рынка. Моделями несовершенной конкуренции являются монополия и олигополия.
Монополия (от греч. «монос» - один, «полео» - продаю) – исключительное право государства, предприятия, организации, торговца на осуществление какой-либо хозяйственной деятельности.
Появление монополий явилось результатом концентрации производства (укрупнения производства за счёт дополнительно вовлекаемого капитала) и централизации производства (слияние мелких и средних предприятий в единое крупное). С появлением монополий конкурентная борьба ведётся между монополиями и аутсайдерами (п/п, не входящими в монополистические объединения), а также внутри монополий.
Основными причинами возникновения монополий являются административно-правовые и экономические методы: единственность патентов и лицензий, большая капиталоёмкость и экономия масштаба, владение редким сырьевым и техническим ресурсом, редкость или уникальность выпускаемого продукта и т.п.
Как и любая друга фирма, монополист будет производить, пока предельный доход не станет меньше предельных издержек. На графике пересечение кривых MR и MC есть точка равновесия фирмы в краткосрочном периоде.
Точка равновесия фирмы определяет равновесный объём производства и равновесную цену. Равновесный или максимизирующий прибыль объём выпуска обозначен Q_E . Что же касается равновесной цены, то она будет установлена фирмой, исходя из возможностей спроса. Кривая спроса на графике показывает, какую цену потребители готовы заплатить за данное количество продукта, предложенного на рынке. Фирме нет смысла назначить цену ниже $P_{.E}$, поскольку потребители готовы заплатить больше. Фирма не может назначить цену выше $P_{.E}$, так как рынок не примет столько товаров по более высокой цене. Следовательно, цена $P_{.E}$ будет равновесной ценой, максимизирующей прибыль монополиста.
Если при равновесном объёме производства цена монополии оказывается выше средних издержек, то положительная разница между ними составит среднюю прибыль фирмы. Умножив эту прибыль на количество выпущенной продукции, получим общий объём монопольной прибыли.

Естественные и искусственные монополии

В разных странах и в различные исторические периоды в экономике возникают следующие виды монополий:
естественная монополия, которой обладают собственники и хозяйствующие субъекты, имеющие в своём распоряжении редкие и свободно на воспроизводимые элементы производства (редкие металлы, земля и др.);
искусственная монополия, означающая сосредоточение в отдельных руках производства и рынка сбыта какого-либо продукта. Она имеет случайную, устойчивую и всеобщую форму. Случайная форма возникает неожиданно, когда появляется исключительная возможность производить и продавать товар при лучших условиях производства и при временном благоприятном соотношении спроса и предложения. Устойчивая форма монополий возникает у крупнейших предприятий, захвативших рынки производства и сбыта. Формами устойчивых монополий

являются картели, синдикаты, тресты, концерны. Эти монополии возникают в какой-либо отрасли хозяйства.

При некоторых условиях существование только одной, а не нескольких фирм в отрасли более отвечает общественным интересам. Чаще всего это бывает обусловлено такими особенностями технологии, при которых только крупномасштабное производство является рентабельным. В качестве примера можно привести такие отрасли, как электроснабжение, телефонная связь, водо- и газоснабжение, услуги почты, железной и воздушных дорог. В таких отраслях общественный спрос лучше удовлетворит одна крупная фирма, чем пять малых фирм. Это связано с тем, что долгосрочные средние издержки одной фирмы-монополиста будут наименьшими в сравнении с издержками пяти таких же фирм, но меньшего масштаба. Поэтому, значение естественных монополий для общества, прежде всего, состоит в минимизации издержек производства.

На рис. 3 изображены кривая отраслевого спроса, понижающаяся кривая средних издержек – АС, Кривая предельного дохода – M R и кривая предельных издержек – МС. Последняя проходит таким образом, что она всё время ниже кривой средних издержек. Как и для любой другой фирмы, пересечение кривой МС и кривой MR показывает точку равновесия фирмы. Если монополия не регулируется государством, равновесная цена будет равна $P_{.M}$. Но, с точки зрения общества, такой уровень цен является завышенным и ведёт к неэффективному распределению ресурсов и потере общественного богатства.

Если государство установит цену на уровне предельных издержек, то производство такой продукции станет неэффективной, так как P. = MC, а сама фирма не получит дохода, достаточного для покрытия совокупных издержек. Отсутствие прибыли и появление экономических убытков приведёт к закрытию производства.

Одним из способов нахождения компромисса является установление цены на уровне предельных издержек и введение субсидий и компенсаций из государственного бюджета для фирмы-производителя.

Другой вариант компромисса состоит в установлении потолка цен на уровне средних издержек фирмы. Общество выигрывает, поскольку эта цена ниже нерегулируемой цены самой монополии. Фирма получает доход, равный издержкам, что позволяет ей получить нормальную прибыль и продолжать производство.

В условиях рыночной экономики, сохранение естественных монополий отвечает стратегическим интересам государства и позволяет держать под контролем жизненно важные и оборонозначимые отрасли, в первую очередь, энергетику, связь, коммуникации, транспорт. Во-вторых, наличие естественной монополии позволяет унифицировать и стандартизировать железнодорожную и воздушную колею, напряжение в сети электропередач, что имеет немаловажное общественно-экономическое значение. Наряду с этим, считается, ч то в современном обществе всё общество должно иметь равное право и возможность пользоваться достаточно дешёвым и доступным каждому электроэнергией, газом, водой, связью, услугами почты, железнодорожными перевозками и т.п.

Основными методами регулирования естественных монополий являются: ценовое регулирование, установление предельных уровней рентабельности, контроль за слиянием и приобретением акций, определение групп потребителей с минимальным уровнем обеспечения, подлежащему обязательному обслуживанию монополистом и др.

Тема 15: Особенности формирования цены в условиях рыночного управления

Экономическая сущность цен и их роль в рыночном хозяйстве

Рыночная цена – это реальная цена, которая установилась на рынке в определённый момент времени. На рынке продаются и покупаются два основных вида товаров: потребительские (хлеб, одежда, мясо и т.п.) и капитальные (машины, оборудование, энергоносители, различные материалы, транспортные средства и т.д.). Равновесная цена устанавливается на рынке в

результате конкурентной борьбы между производителями и взаимодействия спроса и предложения. Если спрос превышает предложение, то цена растёт, если предложение превышает спрос, то цена падает. На рынке величина предложения непосредственно зависит от затрат на производство товара: больше затрат – выше цена.

Перед всеми коммерческими и многими некоммерческими организациями встает задача назначения цены на свои товары и услуги. В условиях рынка ценообразование является весьма сложным процессом, подвержено воздействию многих факторов и, конечно, базируется не только на рекомендациях маркетинга. Но выбор общего направления в ценообразовании, подходов к определению цен на новые и уже выпускаемые изделия и услуги для увеличения объемов реализации, товарооборота, повышения производства и укрепления рыночных позиций предприятия является функцией маркетинга. Цены и ценовая политика - одна из главных составляющих маркетинговой деятельности, роль которой все более возрастает. Цены находятся в тесной зависимости с другими переменными маркетинга и деятельности фирмы. От цен во многом зависят достигнутые коммерческие результаты, а верная или ошибочная ценовая политика оказывает долговременное (положительное или отрицательное) воздействие на всю деятельность фирмы. Суть целенаправленной ценовой политики в маркетинге заключается в том, чтобы устанавливать на товары фирмы такие цены и так варьировать ими в зависимости от положения на рынке, чтобы овладеть его определенной долей, обеспечить намеченный объем прибыли и решать другие стратегические и оперативные задачи. При определении общей ценовой политики отдельные решения (взаимосвязь цен на товары в рамках ассортимента, использование специальных скидок и изменений цен, соотношение своих цен и цен конкурентов, метод формирования цен на новые товары) увязываются в интегрированную систему.

Исторически сложилось, что цены устанавливали продавцы и покупатели в ходе переговоров друг с другом. Продавцы обычно запрашивали цену выше той, что надеялись получить, а покупатели - ниже той, что рассчитывали заплатить. Поторговавшись, они, в конце концов, сходились на взаимоприемлемой цене. Единые цены получили распространение только в конце XIX в. с возникновением крупных предприятий розничной торговли, которые рекламировали "строгую политику единых цен", потому что предлагали большое разнообразие товаров и держали большое количество наемных работников.

Фирмы подходят к проблемам ценообразования по-разному. В мелких фирмах цены часто устанавливаются высшим руководством. В крупных компаниях проблемами ценообразования обычно занимаются управляющие отделений и управляющие по товарным ассортиментам. Но и здесь высшее руководство определяет общие установки и цели политики цен и нередко утверждает цены, предложенные руководителями низших эшелонов. В отраслях деятельности, где факторы ценообразования играет решающую роль (аэрокосмическая промышленность, железные дороги, нефтяные компании), фирмы часто учреждают у себя отделы цен, которые либо сами разрабатывают цены, либо помогают делать это другим подразделениям.

Особенности формирования цены на рынке труда

1.Рынок труда или рынок рабочей силы в условиях совершенной конкуренции может быть рассмотрен на трёх уровнях: *предложение труда со стороны отдельного рабочего, предложение труда индивидуальному предпринимателю, рыночное предложение конкретного вида труда.*

Индивидуальное предложение труда определяется его вменёнными издержками, которые, в свою очередь, характеризуют обусловленные трудом жертвы: работа может быть неприятной и вредной для здоровья, работа сокращает продолжительность досуга. Кривая индивидуального предложения имеет положительный наклон, поскольку, чем больше неудобств, связанных с трудом, тем выше должна быть заработная плата, чтобы человек согласился работать.

Чтобы понять механизм такого поведения, рассмотрим два эффекта повышения ставки заработной платы: эффект замещения и эффект дохода.

Эффект замещения побуждает людей больше трудиться, т.к. рост ставки заработной платы делает досуг экономически невыгодным.

Эффект дохода состоит в том, что более высокая заработная плата повышает благосостояние человека, он начинает больше ценить свободное время и, главное, может позволить себе больше досуга без снижения уровня жизни. В зависимости от того, какой эффект преобладает, предложение труда со стороны работника будет либо расти, лтбо сокращаться.

Если рассматривать **предложение труда, с которым сталкивается индивидуальный предприниматель**, то в условиях свободной конкуренции это предложение будет совершенно эластичным. Графически такое предложение будет представлять собой горизонтальную линию, отстоящую от оси X на высоту, равную рыночной ставке заработной платы. Предприниматель при найме рабочих выступает как ценополучатель, т.е. выплачивает заработную плату на равновесном рыночном уровне.

Что касается **рыночного предложения конкретного вида труда, то** кривая в данном случае, будет иметь сугубо восходящий характер, поскольку более высокие ставки заработной платы привлекут большее количество людей, готовых выполнять данный вид работы. При этом изменение базовой ставки заработной платы сопровождается движением вдоль кривой предложения, а изменение иных факторов обусловит сдвиг всей кривой вправо или влево.

Кривая предложения показывает, при каком минимальном уровне оплаты труда данное количество работников согласны выполнять указанную работу. Такие заработки, удерживающие рабочих от перехода в иную сферу деятельности, называются **трансфертными.** Графически они представлены площадью участки, ограниченного сверху кривой предложения, слева и внизу – осями координат, справа – вертикалью, проходящей через точку равновесия рынка труда и показывающей равновесное количество работников (рис. 1).

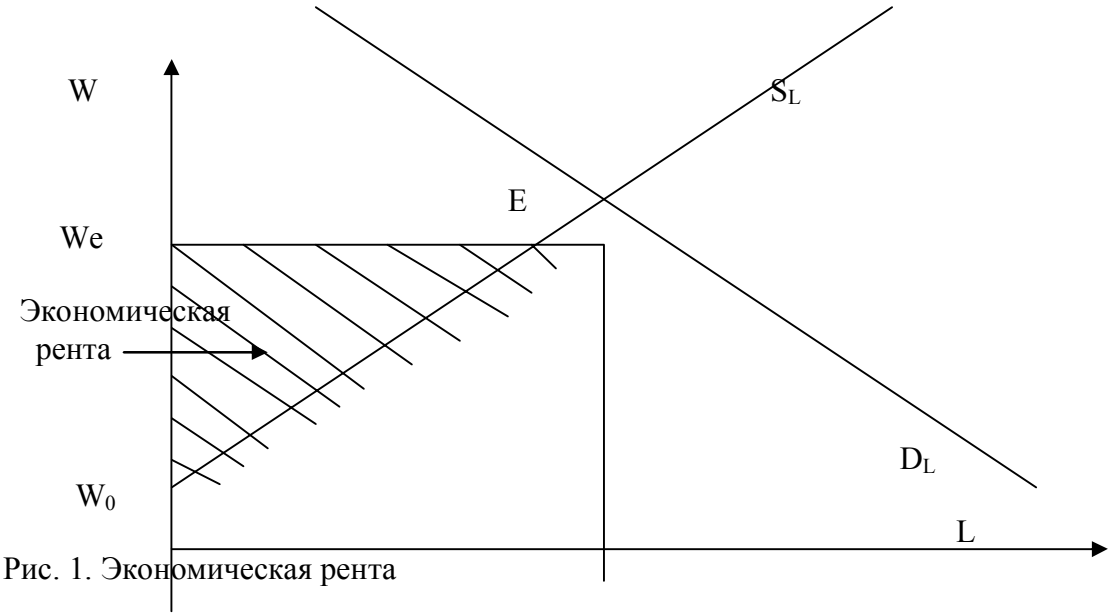


Рис. 1. Экономическая рента

Поскольку в условиях совершенной конкуренции все работники являются ценополучателями, уровень оплаты труда будет одинаков для всех. Разнице между реально получаемой заработной платой и трансфертами, называется **экономической рентой,** получаемой работниками.

Размер экономической ренты зависит от эластичности предложения труда. Так, если данный работник представляет собой явление уникальное (например, певец с мировым именем), кривая предложения будет практически вертикальной, т.е. заработок будет составлять исключительно экономическую ренту.

Если же речь пойдёт о нехватке кадров определённой квалификации в краткосрочном периоде, то экономическая рента, возникающая в данном случае, называется квазирентой и может быть легко устранима в долгосрочном периоде благодаря переподготовке кадров или привлечению работников из других районов.

Что же касается *заработной платы в условиях несовершенной конкуренции*, то её уровень будет устанавливаться в зависимости от отраслевого предложения труда, от того уровня трансфертов, при котором данное количество работников готовы выполнять указанную работу. На графике это уровень заработной платы W_o. Монопсонисту нет смысла предлагать более высокую ставку, поскольку он найдёт данное количество работников и по уровню заработной платы, равному трансферту (рис. 1). В данном случае очевиден факт недоплаты заработной платы.

Однако, современные рынки труда характеризуются присутствием достаточно сильных и организованных профессиональных союзов работников, которые противостоят не менее сплочённым работодателям. Такая ситуация расценивается наличием монополии продавца (профсоюзы, заключающие коллективные договора) и монополии покупателя (фирмы-работодателя). Как формируется цена на рынке в данном случае?

Очевидно, что ставка зарплаты, с одной стороны, не может подняться выше W_1, так как это точка равновесия монопсониста, иначе его предельные издержки от труда станут превышать предельные доходы от труда.

С другой стороны, ставка заработной платы не может быть ниже того уровня, который существует при монопсонии – W_o. Следовательно, в интервале между вышеназванными уровнями и будет происходить борьба за конкретный уровень оплаты труда.

Особенности ценообразования на рынке капитальных услуг

На рынке капитала спросу на арендуемое оборудование противостоит его предложение. При этом следует различать спрос и предложение со стороны отдельно взятой фирмы и рыночные спрос и предложение. Как фирма-арендатор, так и фирма-собственник руководствуются известным принципом рационального поведения на рынке: они продолжают наращивать количество арендуемой техники до тех пор, пока не уравняются их предельные издержки и предельные доходы от аренды дополнительной единицы оборудования (MRC = MRP).

Для совершенно конкурентной фирмы-арендатора её спрос на оборудование будет определяться предельным доходом от капитальных услуг и зависеть обратно пропорционально от рыночной ставки рентных платежей. Тем самым кривая спроса имеет нисходящий характер. Вместе с тем, фирма имеет дело с совершенно эластичным предложением, поскольку при данной рыночной ставке t она может закупить на рынке любое интересующее её количество услуг капитала. Кривая предложения будет иметь вид горизонтальной линии, отстоящей от оси X на величину рыночной ставки рентных платежей. Пересечение кривых предложения и спроса характеризует равновесие фирмы-арендатора оборудования.

Для рынка в целом в долгосрочном аспекте кривые спроса и предложения капитальных услуг имеют обычно соответственно нисходящий и восходящий характер. В краткосрочном периоде совокупное предложение услуг капитала определённого вида будет совершенно неэластичным и отображается графически вертикально, поскольку в конкретный момент наличествует строго определённое количество конкретного типа оборудования. Равновесная ставка рентных платежей за аренду данного оборудования определяется точкой пересечения кривых спроса и предложения на данный вид капитальных услуг.

В краткосрочном периоде количество сдаваемого в аренду оборудования не меняется. Поэтому сдача в аренду существующего оборудования сопряжена с предельными издержками, включающими:

- амортизацию;
- расходы на текущее обслуживание оборудования.

Эти расходы обусловлены тем, что в каждый временный период аренды оборудование изнашивается и теряет часть своей стоимости, а также тем, что для подготовки оборудования к сдаче в аренду его надо подремонтировать, отрегулировать, транспортировать.

Предельные издержки амортизации и текущего обслуживания практически постоянны, и каждый дополнительный день сдачи оборудования в аренду сопряжён с одинаковыми дополнительными расходами. Величина этих предельных издержек составит повременную ставку рентных платежей. Поэтому кривая предельных издержек в краткосрочном периоде пройдёт

горизонтально и будет равна рыночной ставке рентных платежей. Кривая предложения сменит горизонтальное направление на вертикальное, как только объём предлагаемого к сдаче оборудования достигнет максимального количества оборудования, располагаемого фирмой в краткосрочном периоде.

В долгосрочном периоде фирма имеет возможность закупить дополнительное оборудование и предоставить его также в аренду. Поэтому горизонтальный участок кривой предложения пройдёт выше, поскольку предельные издержки будут включать и третий элемент – вменённые издержки закупки нового оборудования. Последние равны процентной ставке, от которой отказывается фирма, приобретая оборудование, вместо того, чтобы положить деньги в банк или инвестировать их в иной проект. Что касается вертикального участка кривой предложения, то он трансформируется в восходящий, что связано с возможностью закупки и сдачи в аренду дополнительного оборудования, если рыночная ставка рентных платежей создаёт к этому побудительные мотивы, т.е. увеличивается.

Особенности ценообразования на рынке земли

Как и в случае с капиталом, необходимо различать участок земли как таковой и производственную функцию земли. С одной стороны, землевладелец может экономически реализовать свою собственность, продав участок земли и выручив его продажную цену. С другой стороны, ведение хозяйства на земле может приносить регулярный доход в виде прибыли. Наконец, третий вариант предусматривает сдачу земли в аренду и получение регулярного дохода в виде ренты.

Цена земли. Владение землёй сопряжено с известными выгодами и затратами, сопоставление которых и определит целесообразность сохранения собственности или нё отчуждения, т.е. продажи. Владея землёй, собственник не использует других возможных вариантов получения дохода, например, он мог бы не покупать землю, а положить деньги в банк и получать регулярный доход в виде процента. В связи с этим предельный доход землевладения связан с получаемой рентой, а предельные (вменённые) издержки - с рыночной ставкой ссудного процента. Сопоставление этих величин даёт представление о продажной цене данного участка земли:

$$Р._{земли} = \frac{\text{Рента (годовая)}}{\text{Ставка ссудного процента}} \times 100.$$

Разумеется, данная формула показывает лишь наиболее общие закономерности и справедлива лишь при прочих равных условиях. Общая тенденция на рынке земельных участков состоит в неуклонном повышении их цены, особенно в крупных городах и районах, к ним примыкающих.

Механизм образования и величина земельной ренты. Величина земельной ренты формируется в результате взаимодействия спроса и предложения на рынке земельных участков, сдаваемых в аренду.

Специфика рынка земли состоит в том, что в рамках национальной экономики предложение земли и природных ресурсов абсолютно неэластично, поскольку количество ресурсов в данной стране в данный период есть величина фиксированная.

Спрос на землю показывает, какое количество земли арендаторы готовы взять в аренду при различных возможных уровнях платы за неё. Естественно, что при высокой арендной плате количество сдаваемой в аренду земли будет меньше, чем при низкой. Кривая спроса на землю будет иметь отрицательный наклон. Пересечение кривых спроса и предложения характеризует рыночное равновесие и равновесную ренту.

Связь спроса на землю с предельным доходом от земли помогает понять отрицательный наклон кривой спроса. При высокой ренте только очень производительные земли могут быть взяты в аренду, так как лишь высокий предельный доход может позволить уплатить высокую ренту и, возможно, обеспечить и прибыль арендатора.

Чем выше производительность земли, тем, при прочих равных условиях, будет выше спрос на земли данного качества и, соответственно, выше будет проходить кривая спроса, выше будет равновесный уровень ренты.

Тема 16
Рынок труда в использовании трудовых ресурсов на предприятии

Труд — -есть деятельность человека, людей, обладающая тремя основными признаками:
1) **осознанностью действий;**
2) энергозатратностью;
3) наличием полезного, общественно признанного результата.

1) Осознанность — -означает, что человек построил вначале в своём сознании проект, модель действий, а уже затем приступил к осуществлению заранее выработанных намерений.

Энергозатратность — -проявляется в том, что на осуществление трудовой деятельности затрачивается дополнительная физическая и умственная энергия.

Результативность — -любая деятельность заверша-ется определённым результа-том, имеет некоторый итог, обладающий общественно-признанной полезностью.

Таким образом, фундаментальное отличие рыночной экономики от нерыночной состоит в том, что в нём трудом считается любая целеориентированная деятельность человека, требующая от него затрат мысли, усилий, энергии, времени, вне зависимости от области применения результатов, формы и способов организации работы.

Главной, определяющей особенностью рыночной экономики является **наличие свободного рынка труда.**

Благодаря такому рынку каждый человек имеет возможность продавать свою рабочую силу, распоряжаясь ею по своему усмотрению.

Наряду с законодательством о труде, действующим при рыночной экономике, устанавливаются общие правила, условия, нормы отношений между нанимателями и нанимаемыми, здесь используется система саморегуляции трудовых ресурсов, занятости.

Трудовые отношения — -система взаимоотношений между государством и работниками, а также между фирмами и работниками. Они регулируются, как правило, договором и строятся на контрактной основе.

Контракт — -это договор, заключаемый между фирмой и работником на определённое, обычно не

очень продолжительное время. По истечении срока он может быть заключён по желанию обеих сторон, а может быть и продлён.

Сила контрактного договора -состоит в том, что заключивший контракт постоянно чувствует его временный характер. Если работник заинтересован в продлении контракта, то старается с самого начала работать качественно и производительно.

Контракт -это рычаг рыночной экономики, поскольку он постоянно мотивирует работника к производитель-ному труду, к получению высоких результатов.

Контракт необязательно должен быть временным. Он может быть бессрочным и даже пожизненным, если стороны взаимно доверяют друг другу.

Трудовые отношения между фирмой и работниками регулируются **коллективным договором.**

В него включаются:

а) форма, система и размер оплаты труда, величина денежных пособий, компенсаций и доплат;
б) механизм регулирования заработной платы в условиях роста цен и усиливающейся инфляции;
в) регулирование занятости, переквалификация и переобучение высвободившихся работников;
г) продолжительность рабочего и свободного времени, график и величина отпусков;
д) условия медицинского и социального страхования;
е) экологическая безопастность и охрана здоровья работников на производстве;
ж) контроль за выполнением коллективного договора.

В условиях перехода к рынку возникает **свободно избранная занятость.**

Занятость населения -мера вовлечения людей в трудовую деятельность.

Свободно избранная занятость -предполагает возможность избрания трудовой деятель-ности в любом секторе экономики независимо от формы собственности, включая личную, индивидуальную, частную собственность.

Это означает , что труд по найму, индивидуальный труд, предпринимательская деятельность приобретают статус общественно признанных форм труда.

Рынок труда - отношения обмена рабочей силы.

ЗАНЯТОСТЬ
Полная занятость
Рациональная занятость

Полная занятость -вовлечение всех желающих в процесс трудовой деятельнос-ти, отсутствие безработицы.

Рациональная занятость -характеризуется оптимальным распределением работников по отраслям производства, регионам, обеспечение макси-мальной эффективности их использования.

Главное в рациональной занятости - структура занятости и уровень эффективности производства.

Важные направления экономии рабочей силы:

- сокращение сферы приложения ручного малоквалифициро-ванного труда на основе механизации и автоматизации производства;
- улучшение использования рабочего времени путём сокращения рабочего периода и времени производства;
- совершенствование организации перераспределения трудовых ресурсов между фирмами, отраслями и регионами.

Заработная плата -представляет собой превра-щённую форму стоимости и соответственно цены специфи-ческого товара - рабочая сила.

С точки зрения отношений распределения **заработная плата - это денежная форма основной части необходимого продукта, который поступает в индивидуальное потребление работникам фирмы в соответствии с качеством и количеством затраченного труда.**

Цена часа труда работника (цена рабочего часа) -представляет единицу измерения цены труда.

Цена труда -это иррациональная категория, поскольку труд не имеет стоимости.

$$\text{Цена часа труда} = \frac{\text{дневная стоимость рабочей силы}}{\text{число часов дневного труда}}$$

В то же время она колеблется под влиянием спроса и предложения на рабочую силу, складывающихся на рынке труда.

Цена труда как основа формирования заработной платы даёт возможность:

- выражать в деньгах различное количество труда;
- соизмерять количество труда с его оплатой;
- ставить величину заработной платы в зависимость от количества и качества труда.

Прежде всего устанавливается **мера труда.**

Мера труда -отражает количество труда, интенсивность труда и качество труда.

В результате появляются нормы времени, нормы выработки, нормы обслуживания на тех или иных работах.

Принципы дифференциации заработной платы работника:

I) Величина заработной платы зависит от сложности труда, профессиональных навыков и квалификации работника;

Данный принцип осуществляется на основе тарифной системы.

Тарифная система

Тарифно-квалификационный справочник

Тарифная сетка
Тарифная ставка

Тарифно-квалификационный справочник -это нормативные документы, которые содержат перечень производственных характерис-тик работ, выполняемых работниками определённых профессий и разряда; квалификационные требования, предъявляемые к работникам.

Тарифные ставки -характеризуют абсолютный уровень оплаты труда работников в денежной форме в единицу времени (час, день, месяц).

Тарифные сетки -представляют собой ряд тарифных коэффициентов соответствующих определён-ному числу установленных тарифных разрядов. Тарифные коэффициенты показывают, насколько тарифная ставка какого-либо разряда выше ставки первого разряда.

II) Величина заработной платы зависит от условий работы, от её тяжести, вредности для здоровья. Труд в тяжёлых и вредных условиях оплачивается выше.

III) Уровень заработной платы зависит от макроэкономического значения той или иной отрасли.

В приоритетных отраслях макроэкономики, обеспечивающих технический прогресс и развитие передовых технологий, величина заработной платы повышена.

IV) Уровень заработной платы зависит от района страны;

V) Величина заработной платы зависит от результативности не только индивидуального труда работника, но и производственной деятельности фирмы в целом.

Затраты труда работника практически можно сопоставить либо в затраченном им рабочем времени, либо через созданный им продукт.

Формы заработной платы

Повременная (почасовая, поденная, понедельная, помесячная)

Сдельная

Повременно оплачиваются:

- ***работники, выработку которых нельзя отчётливо нормировать;***
- ***работники, в работе которых главным является не рост производительности труда, о повышении качества продукции;***
- ***работники, выработка которых в основном зависит не от их индивидуальных трудовых усилий, а определяется технологическим процессом.***

2 системы повременной заработной платы

1-ая простая повременная заработная плата — предусматривает выплату за отработанное время только окладов (ИТР) или тарифных ставок (рабочих).

2-ая повременно-премиальная заработная плата — предусматривает кроме выдачи окладов и тарифных ставок, выплату премий. Стимулирует рост производительности труда эффективности производства, качества работ и продукции.

Сдельная форма заработной платы -применяется на работах, где труд поддаётся точному и полному учёту, где широко используются нормы выработ-ки. Это форма заработной платы даёт возможность фирме установить меру интенсивности труда работника.

С***истемы сдельной заработной платы:***

- прямая сдельная, или поштучная заработная плата. Это система предусматривает прямо пропорциональную зависимость между ростом объёма выработки и увеличением заработной платы;
- сдельно-прогрессивная. Суть её состоит в том, что произведённая продукция в размере нормы выработки оплачивается по основным расценкам, а продукция сверх нормы - по расценкам более высоким и нарастающим;
- сдельно-регрессивная. Здесь каждому проценту увеличения выработки сверх нормы соответствует прирост заработка меньше 1 процента. Тем самым снижает прирост заработка рабочих при увеличении их выработки;

- штрафные (дифференцированные) системы заработной платы. Используются 2-е или несколько ставок заработной платы и поштучных расценок. Работники, обеспечивающие высокий уровень выработки, оплачиваются на основе повышенных поштучных расценок. Работники, не выполняющие нормы, оплачиваются фирмой по низким расценкам;
- сдельно-премиальная и многофакторная системы заработной платы. В современных условиях появились системы заработной платы, которые комплексно учитывают такие факторы, как коэффициент использования оборудования, качество продукции, экономия сырья и материалов;
- косвенно-сдельная. Так оплачиваются некоторые категории вспомогательных работников;
- аккордная заработная плата. В этом случае заработная плата устанавливается не за каждое изделие или операцию, а за весь объём работ по аккордным расценкам;
- коллективная сдельная заработная плата. Коллективный заработок распределяется между членами бригады в соответствии с присвоенными им разрядами, коэффициентами и отработанным временем.

Последние десятилетия характеризуются всё более широким применением повременной заработной платы и соответствующими сокращениями сдельной.

Источником увеличения фонда заработной платы служит необходимый продукт, который возрастает по мере роста национального дохода и совокупного общественного продукта. Главным фактором увеличения объёма производимой продукции является рост производительности труда.

Тема 17 | Капитальные вложения и рынок капитала

Понятие рынка капитала и прибыли

Под термином капитал очень часто принимают произведённые ранее блага (manufactured goods). Капитал подразделяется на **физический и нефизический.**

К физическому капиталу относятся производственные и непроизводственные строения, машины, оборудование, сырьё и материалы. Примерами нефизического капитала могут быть следующие его формы. *Человеческий капитал* представляет собой результат предыдущего производства: получение образования, воспитания, трудовых навыков. Затраты на приобретение знаний расцениваются при этом как инвестиции, которые в последующем будут приносить его владельцу регулярную прибыль в виде более высокого заработка, престижной и интересной работы, повышения социального статуса и пр.

Наряду с этим различают формы капитала: денежную, товарную, производительную (в виде сырья, оборудования, наёмной рабочей силы и т.д.).

Одним из основных свойств капитала является его постоянное движение. Если капитал приостанавливает движение, то он перестаёт быть капиталом, а представляет собой лишь некоторую сумму денег, либо простаивающее оборудование, либо запасы сырья и материалов, незанятую рабочую силу, нераспроданную готовую продукцию и т.д. Лишь находясь постоянно в движении и меняя натурально-вещественные формы, капитал может реализовать свою функцию, а именно, соединить средства производства с работниками в целях создания стоимости большей, чем была авансирована на организацию процесса производства.

В современных условиях чаще всего владеют капиталом одни люди, а приводят его в действие другие. Более того, от капитала-функции часто отделяется управление капиталом, т.е. предприниматель не сам управляет производством, а приглашает для этого специалистов-менеджеров. В таком случае, собственник капитала – получает доход в виде ссудного процента (арендной платы); предприниматель, т.е. тот, кто организует и соединяет все факторы производства – получает предпринимательский доход или прибыль; управляющий производством – получает жалованье, т.е. заработную плату. Если все эти функции выполняются со стороны одного и того же лица, то в таком случае он получает две-три функциональные формы прибыли.

Чтобы решить, выгодны ли капиталовложения, фирмы сравнивают стоимость единицы капитала в настоящий момент с будущей прибылью, обеспеченной этой единицей вложений. Процедура, позволяющая вычислить сегодняшнее значение любой суммы, которая может быть получена в будущем, называется дисконтированием. А текущая стоимость будущих доходов –

дисконтированной стоимостью. Если дисконтированная стоимость ожидаемых в будущем доходов от капиталовложений больше, чем издержки на капиталовложения, то есть смысл делать инвестиции.

Капитал и капитальные вложения (инвестиции)

Термин "инвестиции" происходит от латинского слова "invest", что означает "вкладывать".
В более широкой трактовке инвестиции представляют собой вложения капитала с целью последующего его увеличения. При этом прирост капитала должен быть достаточным для того, чтобы скомпенсировать инвестору отказ от использования имеющихся средств на потребление в текущем периоде, вознаградить его за риск, возместить потери от инфляции в предстоящем периоде.
Инвестиции — все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, которые вкладываются в объекты предпринимательской и других видов деятельности, в результате которой создается прибыль (доход) или достигается социальный эффект.
Субъектами инвестиционной деятельности являются инвесторы, заказчики, исполнители работ, пользователи объектов инвестиционной деятельности, а также другие юридические лица – участники инвестиционного процесса. Инвесторы осуществляют вложения собственных, заемных и привлеченных средств в форме инвестиций и обеспечивают их целевое использование.
Объектами инвестиционной деятельности являются вновь создаваемые и модернизируемые основные фонды во всех отраслях экономики; ценные бумаги; научно-техническая продукция и другие объекты собственности; имущественные права и права на интеллектуальную собственность; совместные предприятия; предприятия, полностью принадлежащие иностранным инвесторам.
В зависимости от объектов вложений средств различают реальные и финансовые инвестиции.
Финансовые инвестиции — приобретение корпоративных прав, ценных бумаг и других финансовых инструментов. Финансовые инвестиции подразделяются на прямые (внесение средств в уставный фонд юридического лица) и портфельные (приобретение финансовых активов на фондовом рынке);
Реальные (капитальные) инвестиции — вложение средств в реальные активы, — приобретение домов, сооружений, других основных фондов и нематериальных активов, которые подлежат амортизации.

С течением времени капитал может уменьшаться, как по натуральной форме, так и по стоимости. Этот процесс получил название *амортизации*, или обесценения капитала. Обесценение может быть обусловлено различными факторами. Так, различают *физический и моральный износ капитала.* В первом случае обесценение оборудования и зданий происходит в силу их физического снашивания (обветшания, поломки) в процессе производства и просто в силу времени под воздействием сил природы (ржавение, гниение и пр.).
При моральном износе обесценение происходит в связи с появлением нового поколения техники, более производительной и дешёвой в расчёте на единицу мощности. В этом случае даже ни дня не работавший станок старого поколения мгновенно «теряет» свою стоимость.
На каждом предприятии процессы инвестирования и амортизации происходят одновременно. Часть капитальных ресурсов снашивается и обесценивается, на их место поступают новые станки, инструменты, оборудование и пр. В большинстве случаев инвестиции превышают по объёму амортизацию, поскольку предприятие стремится не просто сохранять прежний уровень производства, а расширять и модернизировать его. Если из величины совокупных (валовых) инвестиций вычесть величину замещающих инвестиций (равных амортизационному обесценению капитала), то получим категорию, называемую чистыми инвестициями:

Чистые инвестиции = Валовые инвестиции – Амортизация.

Инвестиции могут быть классифицированы по разным признакам. Различают *частные и государственные инвестиции*, что определяется тем, кто именно является инвестором: частное лицо или государство.
Инвестиции различаются и в зависимости от национальной принадлежности инвестора. Так, применительно к узбекской экономике можно говорить о *внутренних инвестициях* узбекских производителей и государства, об *иностранных инвестициях* на узбекском рынке, а также об *узбекских инвестициях, осуществляемых за рубежом.*
Важное значение имеет *отраслевая (производственная) структура* инвестиций, характеризующая распределение ресурсов по разным видам производств и отраслей. В этом случае инвестиции предприятия могут быть как сконцентрированными в одной области, так и диверсифицированными, т.е. охватывать широкий спектр отраслей.
По периоду инвестирования различают краткосрочные, долгосрочные инвестиции и аннуитет.
Под краткосрочными инвестициями понимают обычно вложения капитала на период, не более одного года, а под долгосрочными инвестициями - вложения капитала на период свыше одного года.
В практике больших инвестиционных компаний долгосрочные инвестиции детализируются следующим образом:
- до 2 лет;
- от 2 до 3 лет;
- от 3 до 5 лет;
- больше 5 лет.

Аннуитет – инвестиции, приносящие вкладчику определенный доход через регулярные промежутки времени. В основном это вложения средств в пенсионные и страховые фонды.
По формам собственности инвесторов выделяют частные, государственные, иностранные и совместные инвестиции.
Частные инвестиции - это вложения средств, осуществляемые гражданами, а также предприятиями негосударственных форм собственности, прежде всего коллективной.
Государственные инвестиции осуществляют центральные и местные органы власти и управления за счет средств бюджетов, внебюджетных фондов и заемных средств, а также государственные предприятия и учреждения за счет собственных и заемных средств.
Под иностранными инвестициями понимают вложения, осуществляемые иностранными гражданами, юридическими лицами и государствами.
Совместные инвестиции - это вложения, осуществляемые субъектами данной страны и иностранных государств.
По региональному признаку различают инвестиции внутри страны и за рубежом.
Под инвестициями внутри страны (внутренними инвестициями) подразумевают вложения средств в объекты инвестирования, размещенные в территориальных границах данной страны.
Под инвестициями за рубежом (зарубежными инвестициями) понимают вложения средств в объекты инвестирования, размещенные за пределами территориальных границ данной страны (к этим инвестициям относятся также приобретения различных финансовых инструментов других стран).
Источниками инвестиционных средств являются: собственные средства предприятий (прибыль, амортизационный фонд). За счёт них обеспечивается в среднем до 60-70% всех инвестиций. Помимо собственных средств могут быть привлечены и заёмные средства. Большую роль при этом играют кредиты: банковские, государственные, иностранные. Часть средств для инвестиций может быть собрана посредством выпуска акций и облигаций.

Кругооборот капитала. Основной и оборотный капитал

Все без исключения экономические школы подчёркивают, что капитал немыслим без движения, что это движение носит своеобразный циклический характер, что смысл и цель этого движения состоит в самовозрастании, т.е. получении прибыли. Наиболее полно и последовательно движение капитала было проанализировано К.Марксом.

Капитал осуществляет своё движение в двух сферах – производстве и обращении и включает три стадии:

$Д – Т … П … т^1 - Д^1$

1-стадия – в сфере обращения; 2-стадия – в сфере производства; 3-стадия – в сфере обращения.

Движение любого промышленного капитала начинается непременно с денежной формы: деньги необходимы для закупки элементов капитала и рабочей силы. При этом деньги не расходуются окончательно, а авансируются, т.е. предприниматель ожидает, что вернёт себе инвестируемую сумму и получит некоторую прибыль.

Вторая стадия протекает в сфере производства. Здесь происходит соединение средств производства и наёмной рабочей силы.

Функция производительной формы капитала состоит в создании товарной массы, стоимость которой больше стоимости использованных факторов производства.

При переходе из 2-ой стадии кругооборота в 3-ю капитал превращается из производительной формы в товарную. Третья стадия сопряжена с реализацией товарной продукции и протекает в сфере обращения. При этом в итоге капитал вновь возвращается к первоначальной денежной форме, однако величина его возрастает по сравнению с авансированной суммой.

Во избежание перерывов в движении предприниматель должен постоянно держать одну часть капитала в виде денежного резерва, вторую часть в виде элементов действующего производства, третью часть в виде товарной продукции, проходящей на рынке процесс реализации.

Предприниматель осуществляет инвестирование и запускает капитал в производство не ради однократного получения прибыли, а в целях непрерывного приращения капитальной стоимости. Это становится возможным благодаря самой форме движения производственных фондов – форме кругооборота.

Время, в течение которого совершается этот процесс, называется временем оборота капитала. Время оборота зависит от специфики отрасли вложения капитала. В тяжёлой индустрии капитал оборачивается, как правило, медленнее, чем в лёгкой промышленности. Для каждого предпринимателя небезразлично, как скоро капитал совершит свой оборот. В целях сокращения времени оборота принимаются меры по рациональной организации производственного процесса, позволяющей исключить простои. Большую роль играют технологические нововведения, позволяющие ускорить такие производственные процессы, как сушка древесины, покраска и сушка изделий и т.п. Сокращение времени оборота также зависит от оперативности материально-технического снабжения, времени транспортировки продукции и скорости её реализации на рынке.

Скорость оборота измеряется числом оборотов ресурсов, совершаемых в течение года.

Число оборотов определяется по формуле:

$$n = O / t ,$$

где n - число оборотов в год, О – принятая единица времени (1 год), t – время оборота данных ресурсов.

Так, если время оборота капитала составляет 4 месяца, то скорость оборота – 3 оборота в год.

Производительный капитал подразделяется на **основной и оборотный**.

К основному капиталу обычно относят имущество, служащее больше одного года. На практике основной капитал называют основными фондами.

Основной капитал (основные фонды) является главной составной частью капитала фирм в большинстве отраслей, прежде всего в реальном секторе. Основные фонды представлены зданиями и сооружениями, передаточными устройствами, машинами, оборудованием и приборами и др.

К оборотному капиталу, если иметь в виду его экономическое определение, относят сырье, топливо, энергию, материалы, полуфабрикаты, незавершенное производство, запасы готовой

продукции, товары для перепродажи. Если брать бухгалтерское определение оборотного капитала, то к перечисленному следует добавить средства в расчетах с поставщиками и покупателями, денежные средства в кассе предприятия и расходы на заработную плату.
Материально-вещественными носителями основного капитала являются, как правило, средства труда: производственные здания, машины, оборудование. Средства труда участвуют в процессе производства целиком, но переносят свою стоимость на продукт по частям по мере физического износа. Этим определяются особенности оборота основных фондов.

Оборот основного капитала завершится, когда все части его стоимости пройдут свой кругооборот и вернутся к предпринимателю в денежной форме, что даст возможность приобрести новое оборудование, построить новый завод взамен изношенных старых. Другими словами, все части капитала вернутся к своей первоначальной натуральной форме и совершат полный оборот по стоимости.

Тема 18 Государственное регулирование деятельности предприятия

Государственное регулирование экономики

Возникновение и существование государства является общественно прогрессивным и значимым фактором в развитии общества. С возникновением государства складывается сфера его экономической деятельности. Более того, экономическая политика государства становится составным звеном и необходимым элементом рыночной системы. «Видимая рука» правительства должна регулировать «невидимую руку» рынка и конкуренции, о которой писал А.Смит.
Известно, что рынок наряду с позитивными имеет и негативные стороны, а именно: не способствует сохранению невоспроизводимых ресурсов и защиты окружающей среды, не может регулировать использование ресурсов, принадлежащих всему человечеству, например рыбных богатств океана. В условиях рынка порой игнорируются потенциально негативные последствия принимаемых решений и не создаются стимулы для производства товаров и услуг коллективного пользования, не гарантируется право на труд и доход, не обеспечивается целенаправленное развитие фундаментальных исследований в науке. Поэтому, в данных условиях, государство призвано корректировать данные недостатки, которые присущи рыночному механизму.
В частности, государство берёт на себя ответственность за создание относительно равных условий для взаимного соперничества предпринимательских фирм, для эффективной конкуренции, для ограничения монополизированного производства. Государство также направляет экономические ресурсы для удовлетворения коллективных потребностей людей, создаёт производство общественных товаров и услуг.
Кроме того, в обществе есть люди, не владеющие ни землей, ни капиталом, ни трудом (нетрудоспособные, неимущие). Они не участвуют в конкуренции, не получают никаких доходов. Существуют и люди, не имеющие работу, но трудоспособные, это лица, которые не могут найти рыночное применение своему труду. Рыночное распределение доходов также неприменимо к тем, кто занят в производстве общественных товаров, содержание таких работников становится задачей государства. В рыночной системе неизбежна безработица, что ставит перед государством ряд сложных проблем. Обязанностью государства автоматически становится регулирование рынка рабочей силы с целью поддержания определенного уровня занятости, а также материального обеспечения людей, утративших рабочие места.
Инфляция является сложнейшей проблемой рыночной экономики, которая решается путем проведения антиинфляционной политики.
Суть государственной антикризисной политики, состоит в том, чтобы во время кризисов и депрессий стимулировать спрос на товары и услуги, капиталовложения и занятость. При длительном и бурном подъеме в экономике страны могут возникнуть опасные явления – исчезновение товарных запасов, рост импорта и ухудшение платежного баланса, превышение спроса на рабочую силу над предложением, а следовательно, несправедливый рост заработной платы и цен. В такой ситуации задача государственного регулирования экономики – притормозить

рост спроса, капиталовложений и производства, чтобы по возможности сократить перепроизводство товаров и перенакопление капиталов.
Безусловно, заниматься научными исследованиями с длительными сроками окупаемости, большой степенью риска и неопределенностью в отношении прибыли не под силу рыночному механизму. Поэтому государство вынуждено стимулировать научно-технический прогресс. Такие исследования жизненно необходимы для поддержания отраслей, переживающих технологический кризис.
Регулирование внешнеэкономических связей предполагает проведение государством соответствующей внешнеторговой политики, контроль над международной миграцией капиталов и рабочей силы, воздействие на валютные курсы, управление платежными балансами и т.д.
Субъектами государственного регулирования экономики (ГРЭ) выступают центральные (республиканские), областные и местные органы управления. Одной из основных решаемых ими задач является система формирования конкурентной среды, которая создаёт и поддерживает оптимальные условия для частного предпринимательства, защищает малые предприятия от недобросовестной конкуренции со стороны крупных монополий, а также регулирует деятельность естественных монополий.
С помощью специальных государственных программ и законов осуществляется контроль за вхождением продукции из других стран на отечественный рынок, её качеством и конкурентоспособностью.
Функционирующая экономическая система защиты отечественных товаропроизводителей от иностранной конкуренции действует при наплыве дешёвых импортных товаров, которые захватывают значительную долю на определённом товарном рынке и тем самым нарушают сложившееся равновесие. Государство через различные элементы вводит повышение ввозных пошлин и импортных квот, что ограничивает импорт определённых товаров и восстанавливает оптимальные условия конкуренции на внутреннем рынке.
Наиболее широкое распространение функциональные системы защиты местных товаропроизводителей получили в ЕС и США. Комиссией ЕС возбуждено более 1,5 тыс. дел. К странам, наиболее часто пренебрегающими правилами свободной конкуренции являются Китай, Индонезия, Индия, Пакистан, Таиланд, Бразилия, Турция и некоторые другие.
Среди важных элементов регулирования, созданных в Узбекистане, следует отметить образование Государственного комитета по антимонопольной политике и поддержке конкуренции, Правительственной комиссии по защитным мерам во внешней торговле, торгово-промышленной палаты и других. К этому следует добавить разработанные Центральным банком Республики Узбекистан различные инструменты денежно-кредитной политики, установление валютного коридора и др.
Однако, в силу специфики Узбекистана и ряда объективных препятствий, процесс формирования широкой сети действенных механизмов саморегуляции потребует ещё значительного времени.

Методы государственного регулирования деятельностью предприятий.

Универсальными средствами государственного регулирования являются правовые, административные, экономические, прямые и косвенные методы.
Правовое регулирование состоит в установлении государством правил «экономической игры» для фирм-производителей и потребителей. Система законодательных норм и правил определяет формы и права собственности, условия заключения контрактов и функционирования фирм, взаимные обязательства в области трудовых отношений работодателей и работополучателей.
Административное регулирование включает меры по регулированию, лицензированию, квотированию и т.д. Оно основывается на силе государственной власти и включают в себя меры запрета, разрешения и принуждения. Например, правительство запретило строить предприятия в пределах столицы. Оно не увеличило налоги или штрафы, а просто прекратило выдачу лицензий.

С помощью административных мер осуществляется государственный контроль над учётной ставкой, валютным курсом, доходами.
Экономические методы предполагают воздействие на характер рыночных связей. Это влияние на совокупный спрос и совокупное предложение, структуризация экономики, социальные условия, использование факторов экономического роста.
С этой целью используются бюджетная и фискальная политика, денежно-кредитная политика, программирование, прогнозирование и планирование.
Прямые методы регулирования базируются на властно-распорядительных отношениях и сводятся к административному воздействию на результативность хозяйствования субъектов. К ним относятся – безвозвратные целевые кредиты секторов экономики, регионов и фирм в виде субвенций или субсидий, включающих дотации, пособия, доплаты из специальных бюджетных и внебюджетных фондов, льготные кредиты.
Целью данного метода является достижение приоритета развития, защита общественно необходимых секторов экономики и групп населения.
Прямое воздействие на экономику государство осуществляет через инвестиции в определённые отрасли хозяйства. Оно может идти на развитие государственного предпринимательства или субсидирования предприятий негосударственного сектора. Первое осуществляется в капиталоёмких и малорентабельных отраслях – угольная промышленность, железнодорожный транспорт, содержание автодорог, оборонная промышленность. Кроме того, для обеспечения высокого уровня развития экономики государство осуществляет инвестирование в отрасли, определяющие на данном этапе НТП, а также подготовку квалифицированных кадров («Истеъдод») и проведение научных исследований (аспирантура, докторантура, научно-исследовательские центры). На этой основе создаются смешанные предприятия, когда часть акций принадлежит государству. Государство при этом поддерживает уровень жизни населения, определяя предельные цены на энергию, продукты питания, услуги и т.д.
Государство реализует программу поддержки таких сфер, как образование, здравоохранение, охрана окружающей среды, которые без его помощи развивались бы медленнее, чем другие отрасли, или цены на их услуги были бы столь высоки, что были бы доступны немногим. Эти отрасли являются постоянным объектом субсидирования многих государств, так же как аграрное производство, добывающая промышленность, транспорт и т.д.
Однако, следует уточнить, что данные методы государственного регулирования в целом полнее и больше используются в странах с переходной экономикой.
Современные рыночные структуры обусловливают необходимость диверсификации экономической и социальной политики. В западной экономической литературе для характеристики этого процесса используется термин «policy diversiby». В современной экономике развитых индустриальных стран одновременно идут процессы дерегулирования и децентрализации.
Дерегулирование означает сокращение масштабов прямого государственного вмешательства в процессы общественного воспроизводства. Государственное регулирование дополняется корпоративным, что даёт импульсивный и налаженный эффект.
Процесс *децентрализации* состоит в переносе решения многих проблем с макроуровня на мегауровень отдельных регионов и микроуровень отдельных фирм. При этом снижается роль прямых форм административного регулирования и повышается значение различных рычагов косвенного воздействия государства.

XIII. Учебные материалы (тексты лекций)

Тема 1: Сущность, цель и задачи курса микроэкономика.

Цель лекции: определить сущность, цель и задачи курса микроэкономики, дать понятие структуры курса, раскрыть методы микроэкономического анализа.

Основные термины и понятия

Понятие микроэкономики, объекты микроэкономики, субъекты микроэкономики, предмет изучения курса, структура курса, товар, цена, рынок, рыночные отношения, конкуренция, экономические субъекты, метод абстрагирования, методы экономического анализа.

Вопросы по теме:

1. Что изучает предмет микроэкономика?
2. На чём основан микроэкономический подход?
3. Что является предметом изучения микроэкономики?
4. Как иначе называют предмет микроэкономики?
5. Расскажите, какие разделы включены в структуру курса микроэкономики?
6. Что представляет собой термин «товар»? Дайте экономическую интерпретацию?
7. Как объяснить проблему выбора (альтернативности) в микроэкономическом масштабе в деятельности хозяйствующих субъектов?
8. В чём сущность метода абстрагирования?
9. Почему в микроэкономике предпочтение отдаётся методу математического моделирования? Ответ обоснуйте.

План:

1. Микроэкономика как часть современной экономической теории.
2. Структура курса микроэкономика.
3. Методы микроэкономики.

Микроэкономика как часть современной экономической теории

Экономика как наука, или экономическая теория (economics), в самом широком ее понимании изучает закономерности, присущие деятельности и отношениям людей в процессе производства, распределения, обмена и потребления совокупности благ, необходимых для поддержания жизни отдельного человека и общества в целом, а также способы решения людьми проблемы естественной ограниченности благ и ресурсов, их распределения с целью производственного или личного потребления. В конечном счете, она призвана дать ответ на три простых знаменитых вопроса: что производить (как удовлетворить общественные потребности), как производить (как использовать ресурсы) и для кого производить (кто получит произведенный продукт)?

Поэтому общепризнано, что любая экономическая система всегда сталкивается с проблемой ограниченности, недостаточности или редкости применительно к потребительским благам, производственным ресурсам или же к внешним (природным, социально- политическим и т.п.) условиям своего функционирования. Ограниченность благ и ресурсов имеет естественное происхождение, однако носит относительный характер, поскольку всегда соотносится как с объективными условиями их совместного использования, так субъективно-объективными, социально и психологическими обусловленными потребностями производства и потребления.

Система выбора для отдельного индивида, фирмы или всей экономической системы является предметом особых исследований в экономической теории. Необходимо понять, что любое принимаемое решение всегда связано с альтернативностью выбора. Итак, экономическая теория изучает, что, как и для кого, общество должно производить в условиях неограниченных потребностей индивидов и ограниченных возможностей экономических систем.

Система экономических знаний под общим названием «экономическая теория» традиционно подразделяется на два больших раздела – макроэкономику и микроэкономику. Имея один и тотже объект исследования – национальное хозяйство, микро- и макро- экономика различаются кругом изучаемых проблем и инструментами анализа.

Объектом внимания микроэкономики (microeconomics) являются привычные звенья экономической системы – отдельные производители и потребители (фирмы, домашние хозяйства

и др.). Микроэкономический подход основан на методологии индивидуализма, в соответствии с которой характер функционирования экономической системы выводится из поведения отдельных экономических субъектов, действующих на рынке и являющихся продавцами и покупателями товаров и производственных ресурсов. Микроэкономика изучает их деятельность, которая «не видна» при общем макроэкономическом взгляде на экономическую систему: процесс разработки, принятия и реализация решений для достижения собственных экономических целей, условия совместимости их хозяйственных планов, механизм взаимодействия и координации.
Таким образом, предметом изучения курса «Микроэкономика» являются экономические отношения, законы и закономерности, проявляющиеся во взаимодействии факторов производства в процессе функционирования отдельного субъекта экономики.
Экономические законы и закономерности объясняют причины изменения объемов выпуска продукции в зависимости от различного сочетания факторов производства, повышения и снижения рыночных цен на товары и ресурсы, которые, в свою очередь, зависят от спроса и предложения. То есть, можно сказать, что микроэкономика изучает взаимодействие на деятельность экономических агентов механизма рыночного ценообразования.
Законы и закономерности в экономике носят вероятностный характер, потому что в жизни действует много факторов, значение которых зависит и от политики, и от экономической ситуации не только в стране, но и за рубежом. Несмотря на эту вероятность, микроэкономика объясняет общий спектр явлений, касающихся хозяйственной деятельности предприятий (фирм).

Например, крупнейшая производственная фирма «General Motors» (около 1млн. человек персонала и 5 млн. акционеров по всему миру) ежегодно производит продукт, стоимость которого превосходит ВНП многих стран. Несмотря на это, для микроэкономики в качестве объекта исследования данная производственная единица равнозначна, скажем, какому-нибудь небольшому фермерскому хозяйству.
Они и обозначаются общим термином – «производственная фирма». С другой стороны, исследуя отдельную единицу, микроэкономика не может не учитывать ее взаимодействие с другими единицами, а значит, должна рассматривать их особенную «среду обитания» - отрасли производства, рынки ресурсов, и сбыта, организацию конкуренции и тот суммарный результат, который получит общество в целом вследствие взаимодействия всех экономических единиц.

Микроэкономика формирует теоретическую основу для принятия управленческих, финансовых, коммерческих и иных решений в рамках перечисленных направлений экономической науки и практики. Знание закономерностей микроэкономики важно для правильного принятия управленческого решения о покупки сырья, планирования численности рабочих, привлечения необходимого капитала для развития производства и совершенствования его технологии.

В рыночной экономике определяющим фактором является цена. Не случайно микроэкономику называют наукой о ценообразовании. Она позволяет показать систему формирования цен на многочисленные товары и услуги, на факторы производства при различном уровне конкуренции, оптимизировать объем выпуска и прибыль производителя.

Предметом исследования микроэкономики, как науки является процесс рыночного ценообразования и его роль в национальном хозяйстве. Специфика микроэкономического подхода состоит в том, что анализ национальной экономики начинается с наблюдения за поведением отдельных экономических субъектов, взаимодействие которых в ходе достижения своих целей образует общественное хозяйство.

Структура курса микроэкономика

Практически любое социально-экономическое событие в той или иной мере отражается на конъюнктуре рынка, а, следовательно, и на цене. Однако каждый из множества ценообразующих факторов воздействуют на цену либо через спрос, либо через предложение, которые вступают в качестве двух агрегированных факторов, определяющих конкретное значение цены. В тоже время для анализа процесса формирования цены и ее роли необходимо выяснить, что стоит за этими феноменами рынка.

Спрос на каждое благо определяется в результате составления планов потребления индивидами, стремящимся при заданных средствах максимально удовлетворить свои потребности. При этом ассортимент и объем потребляемых благ зависят, с одной стороны, от их полезности, с другой – от бюджета потребителя. Второй фактор – бюджет – формируется из текущего дохода и фонда сбережений, образовавшегося из непотребленной части предыдущих доходов.

Немаловажную роль в механизме рыночного ценообразования играет государство, воздействующее на равновесие рынка и уровень конкуренции через налоги, дотации, регулируемые цены.

Таким образом, структура курса «Микроэкономика» включает в себя следующие разделы.

1.Основы теории спроса и предложения.
2.Эластичность спроса и предложения.
3.Государственное регулирование рынка.
4.Основы теории поведения потребителя.
5.Теория производства.
6.Издержки производства, валовой доход и прибыль фирмы.
7.Предприятие в условиях совершенной конкуренции.
8.Предприятие в условиях несовершенной конкуренции.
9.Производство, спрос на экономические ресурсы и их использование.
10.Инвестирование капитала.
11.Общее равновесие, эффективность и общественные блага.

В соответствии с содержанием и структурой курса при его изучении используются следующие основные понятия и категории.

1. *Товар* – некое экономическое благо, произведенное для продажи. *Экономическое благо* – средство удовлетворения потребностей, имеющееся в ограниченном количестве. Экономические блага делятся на продукты и услуги, они могут быть взаимозаменяемыми и взаимодополняющими.

2. *Цена* – это количество денег (или других товаров и услуг), уплачиваемое и получаемое за единицу товара.

3. *Рынок* в узком смысле – это место обмена, торговли, в широком – общественный институт распределения товаров посредством добровольного обмена, координирующий процессы производства и потребления благ.

Рыночные отношения и рынок как экономическая система возникают на исторически определенном этапе развития производительных сил как следствие объективно обусловленного процесса разделения труда.

Конкуренция. Как правило, рыночные системы характеризуются таким свойством, как конкуренция, проявляющая в наличии на рынке большого количества независимых покупателей и продавцов, имеющих возможность свободно входить на рынок и покидать его.

5. *Экономические субъекты.* Как уже отмечалось выше, микроэкономика изучает рыночное поведение отдельных (или индивидуальных) субъектов рынка. Термин «индивидуальный» дословно означает «неделимый». Другими словами, индивидуальный экономический субъект представляет собой некий привычный (простой) элемент хозяйственной системы, который невозможно разбить на составные части в рамках этой системы и который самостоятельно осуществляет определенные экономические функции.

Иногда в экономической литературе для обозначения экономического субъекта используется термин экономический агент.

Этим термином подчеркивается именно активный и самостоятельный характер деятельности субъекта, движимого собственными целями и интересами, и наделенного определенным количеством ресурсов для их реализации.

6. *Рациональное поведение* экономических субъектов. Деятельность экономического субъекта можно рассматривать как процесс выработки, принятия и реализации экономического решения о том, как ему действовать в рыночной среде, как применить имеющиеся в его распоряжении ограниченные силы и средства с наибольшей для него пользой или выгодой, то есть деятельность проявляется в форме определенных экономических действий.

7. *Альтернативность*. Проблема выбора, возникающая как следствие ограниченности благ, предполагает наличие по крайней мере нескольких вариантов их использования. Однако экономисты трактуют принцип альтернативности несколько шире, чем просто технологический или потребительский выбор. Следовательно, альтернативные издержки или издержки упущенных возможностей, - это оценочная выгода от второго наилучшего варианта экономического действия.

8. *Экономическая эффективность* достигается, когда ресурсы распределены таким образом, что от их использования получается максимально возможный суммарный чистый выигрыш.

9. *Экономические институты*. На протяжении всей своей истории человечество постоянно искало наилучшие способы решения экономических проблем. При этом формировались и совершенствовались экономические институты – устойчивые связи, правила, нормы, отношения и соответствующие им структуры, организующие и регулирующие экономическую деятельность людей.

Методы микроэкономики

Особенность микроэкономики состоит в том, сама экономика, как таковая, является настолько сложной, жизненно важной и динамичной системой, что её невозможно исследовать во всем многообразии, во всех деталях и подробностях. В этой связи важным является метод абстракции.

Абстрагирование – это процесс формирования научной абстракции, состоящий в том, что из всего многообразия окружающего мира мы субъективно выбираем лишь те элементы, свойства и взаимосвязи, которые кажутся существенными с точки зрения данной теории, формируется образ реального мира, подлежащий исследованию.

В микроэкономике широко применяются математические методы и приемы анализа: функциональный, предельный, графический.

Функциональный анализ в микроэкономике состоит в установлении и исследовании зависимостей одних экономических величин от других. Функция устанавливает определенную форму такой взаимосвязи. Как правило, функциональная зависимость задается математически. Независимая величина (аргумент) называется экономическим фактором. Например, двухфакторная производственная функция $Q = f(K, L)$ показывает зависимость объема выпуска от количественных значений израсходованных на производство данной продукции экономических ресурсов (факторов производства).

Предельный (маржинальный) анализ представляет собой способ анализа экономических показателей (величин), предполагающий исследование их динамики – прироста, сокращения, изменения. Термин «предельный» здесь следует понимать как «дополнительный», «добавочный». Сущность предельного анализа состоит в том, что исследуется именно дополнительная, изменяющаяся часть экономической величины, выясняются её характеристики и таким образом определяются тенденции изменения (развития) всей совокупности в целом.

Графический анализ получил широкое распространение вследствие своей наглядности и простоты. Он состоит в моделировании экономических состояний и действий при помощи графиков функций, схем и иных форм графического представления. Как правило, данный метод используется в сочетании с другими методами экономического анализа.

Одним из важнейших методов экономического анализа является моделирование – метод исследования объекта, который основан на создании и последующем анализе искусственного объекта, имеющего существенное сходство с реальным и обладающего рядом свойств последнего. По языку представления экономические модели подразделяются на вербальные (словесно-описательные), математические и графические. В микроэкономической теории используются все три типа моделей, но предпочтение отдается математическим, из-за их наглядности. Иногда встречаются смешанные модели. Существует огромное множество экономических моделей: модель спроса и предложения, модель мультипликатора, модель «жизненного цикла товара» и т.д.

Взаимодействие отдельных экономических субъектов в ходе реализации своих планов отражается посредством равновесных моделей. Если модели поведения экономических субъектов предназначены для определения наилучшего способа достижения цели при заданных ресурсах, то равновесные модели определяют условия совместимости индивидуальных планов и выявляют инструменты их согласования.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5. Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6. Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7. Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8. Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-16. (19)
9. Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС, 2004. – 140 с. С. 3-16. (16)
8. Нуреев Р.М. «Курс микроэкономики». – М., 2000г. С. 80-120. (20)
9. «50 лекций по микроэкономике». – Спб.: «Экономическая школа», 2000г. С. 39-58, 119-139. (21)
10. Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008гг. –Т., 2008г. (26)
1. «Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т., Узбекистан, 2008г. -124с. (27)
2. Информация в Интернете по следующим сайтам:
www.iet.ru/mipt/2/text/curs_micro_lect.htm,
http://www.nes.ru/Acad_year_2001/Micro2-rus.htm,
http://www.ic.omskreg.ru/econrus/win/library/3/37/371/3713/table.htm,
http://www.ic.omskreg.ru/econrus/win/library/3/program/4.htm,
http://www.economics.ru

Тема 2: Понятия экономического базиса.

Цель лекции: Объяснить трактовку материальных потребностей и причину их безграничности, дать понятие экономическим ресурсам, их структуре и ограниченности, начертить кривую производственных возможностей, выявить закономерность её построения.

Основные термины и понятия:

Потребность, экономические ресурсы и их ограниченность, блага, экономические блага, производственный капитал, оборотный капитал, финансовый капитал, ссудный капитал,

фиктивный капитал, инвестиционные ресурсы, земля, труд, уровень занятости, безработица, предпринимательские способности, кривая производственных возможностей.

Вопросы:

1.Что является конечной целью функционирования любой системы?
2. Что такое потребность, какие факторы лежат в основе проявления потребностей?
3. Чем экономические ресурсы отличаются от природных ресурсов?
4. На какие виды можно подразделить экономические ресурсы?
5. Назовите виды капитала?
6. Что такое безработица, какие её виды вы знаете?
7. Что означает слово «предпринимательские способности»? Есть ли различия между предпринимательскими способностями и рабочей силой?
8. Опишите кривую производственных возможностей, из каких составляющих она состоит?

План:

1. Материальные потребности и их безграничность.
2. Экономические ресурсы, их структура и ограниченность.
3. Кривая производственных возможностей.

Материальные потребности и их безграничность

Конечной целью функционирования любой экономической системы является удовлетворение потребностей общества и индивидов. С расходованием ресурсов для удовлетворения потребностей связаны все проблемы экономического развития. И все решения этих проблем базируются на двух фундаментальных экономических аксиомах.

Первая аксиома – потребности общества (индивидов) безграничны, полностью неутолимы.

Вторая аксиома – ресурсы общества, необходимые для производства товаров и услуг, ограничены или редки.

Отмеченное противоречие разрешается путем выбора. Не случайно одно из определений экономики как общественной науки гласит: *экономика описывает и анализирует выбор из ограниченных ресурсов для максимального удовлетворения потребностей.*

Потребность – это нужда человека (общества) в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности, развития личности и государства в целом.

Потребности подразделяются:

- *Первичные* – удовлетворяющие жизненно важные нужды человека (одежда, питание, жилье)
- *Вторичные* – все остальные (например: учёба, кино, театр, спорт)

Средства, с помощью которых удовлетворяются потребности, называются *благами.* Одни блага имеются в распоряжении общества в неограниченном количестве (например, воздух), другие – в ограниченном. Последние называют *экономическими благами.*

Экономические ресурсы, их структура и ограниченность

Вид фактора производства	Качественная характеристика фактора	Количественная характеристика фактора
1. Капитал	9. Производственный капитал 10. Финансовый капитал 11. Ссудный капитал 12. Фиктивный капитал	5. В абсолютном выражении – это величина достаточности для ведения эффективного бизнеса 6. В относительном выражении – это процент на капитал
2. Труд	1. Уровень производительности труда	1. Уровень занятости, уровень безработицы
3. Земля	1. Экономическое плодородие земли (качество земли для ведения бизнеса)	1. Количество земли в гектарах
6. Предпринимательская деятельность	1. Уровень прибыли или доходов фирмы	----------
5. Информация	1. Уровень прибыли или доходов фирмы	----------

Под экономическими ресурсами – понимаются все природные, людские и произведенные человеком ресурсы, которые используются для производства товаров и услуг, т.е. благ.

Ресурсы подразделяются на следующие виды:

- Материальные ресурсы – земля, или сырьевые материалы, и капитал;
- Людские ресурсы – труд и предпринимательская способность.

Производственный капитал – основной и оборотный капитал, натуральная форма основного капитала (здания, сооружения, машины). Экономическая характеристика основного капитала – участвует в нескольких кругооборотах, переносит свою стоимость на изготовленный продукт по частям по мере износа.

Оборотный капитал - (сырье, материалы) – участвует только в одном кругообороте, требуется постоянное возобновление, полностью переносит стоимость на изготовляемый продукт.

Финансовый капитал – разновидность денежного капитала, является основой любого другого капитала.

Ссудный капитал – специальная форма денежного капитала, который функционирует на условиях срочности, платности и возвратности.

Фиктивный капитал – ценные бумаги.

Понятие *капитал, или инвестиционные ресурсы* охватывает все произведенные средства, используемые в производстве товаров и услуг и доставке их конечному потребителю (здания, оборудование и т.д.). Процесс использования капитальных товаров (машин, оборудования, стройматериалов) для расширения или совершенствования производства называют *инвестированием.*

К понятию *«земля»* относятся все естественные ресурсы: пахотные земли, леса, месторождения полезных ископаемых, водные ресурсы.

Термином *«труд»* обозначают все физические и умственные способности людей, применяемые в производстве товаров и услуг.

Уровень занятости – отношение количества работающих к общему числу трудоспособного населения.

Под *«предпринимательской способностью»* или, проще, предприимчивостью, понимается особый вид человеческих ресурсов, заключающийся в способности наиболее эффективно использовать все факторы производства.

Все экономические ресурсы, факторы производства, обладают одним общим свойством: в каждый данный момент они имеются в ограниченном количестве. Эта ограниченность относительна и означает, что ресурсов, как правило, меньше, чем необходимо для удовлетворения всех потребностей при данном уровне экономического развития.

Обществу приходиться выбирать – производить пушки или масло, или производить и пушки, и масло в определенной пропорции. При этом возникает проблема рационального ведения общественного хозяйства. Эта проблема *выбора* всегда была и будет.

Виды потребностей:

- Личные – спрос одного индивидуума
- Коллективные
- Общественные.

Между видами потребностей существуют противоречия. Из названных видов потребностей более широким спектром отличаются личные потребности.

Проблема эффективности – основная проблема экономической теории, которая исследует пути наилучшего использования или применения ограниченных ресурсов с тем, чтобы достичь наибольшего или максимально возможного удовлетворения безграничных потребностей общества (цель производства).

Таким образом, *экономическая наука это наука об эффективном использовании ресурсов.*

Кривая производственных возможностей

Ограниченность ресурсов диктует необходимость выбора оптимума производственных ценностей и самого процесса производства, базируясь на принципах комбинации, замещения факторов с учетом эффекта масштаба производства и закона падающей производительности.

Уровень потребности определяется уровнем технического развития и развития общества в целом.

Проблема между безграничностью потребностей и ограниченностью ресурсов – может графически быть представлена в виде кривой производственной возможностей.

Рассмотренный случай показывает, что экономика полной занятости всегда альтернативна, т.е. она должна выбирать между военным и гражданским производством путем перераспределения ресурсов.

Таблица 2.1.

Таблица 2.1.

Альтернативные возможности производства масла и пушек

Возможности	Пушки	Масло
А	15	0
Б	14	1
В	12	2
Г	9	3
Д	5	4
Е	0	5

Рисунок 2.1.

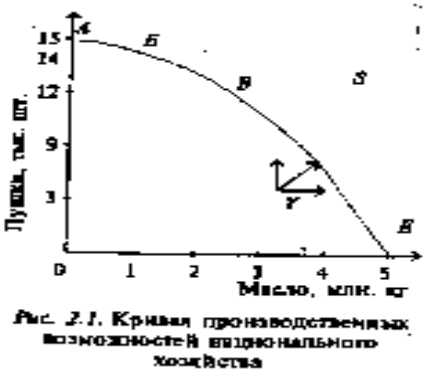


Рис. 2.1. Кривая производственных возможностей национального хозяйства

Кривая производственных возможностей показывает значение альтернатив для общества. При абсолютном использовании ресурсов (*экономике полной занятости*) все точки возможных комбинаций производства пушек и масла находятся на границе производственных возможностей (*линии производственных возможностей – ЛПВ*).

Кривая производственных возможностей, т.е. граница области производственных возможностей, характеризует одновременно и возможный, и желательный выпуск продукции. Из точек, лежащих на этой кривой и представляющих различные возможные сочетания выпуска альтернативных товаров, мы и должны выбрать ту, которая для нас наиболее предпочтительна.

Рисунок 2.3.

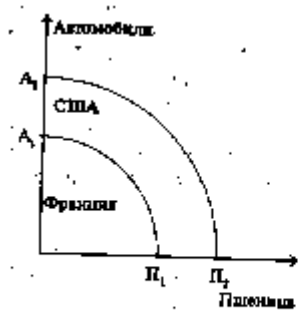


Рис. 2.2. Кривые производственных возможностей двух стран

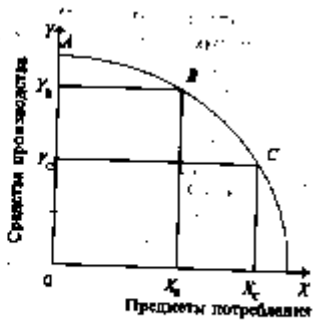


Рис. 2.3. График производственных возможностей

Сравним точки *B* и *C*. Выбрав точку *B*, мы предпочтем производство меньшего количества предметов потребления (*Хв*) и большего количества капитальных товаров (*Ув*), чем выбрав точку *C* (*Хс, Ус*). Точнее, при переходе из точки *B* в точку *C* мы получим дополнительно *X=0Xc – 0Xв* единиц предметов потребления, пожертвовав для этого *Y=0Yв – 0Yc* единиц капитальных товаров.
Экономисты называют количество одного товара, которым необходимо пожертвовать для увеличения другого товара на единицу, *вмененными* (альтернативными) затратами, или затратами упущенных возможностей.
Кривая производственных возможностей служит иллюстрацией четырех основных идей:

- Ограниченность ресурсов подразумевает, что все комбинации выпуска продукции, расположенные с внешней стороны кривой производственных возможностей, неосуществимы;
- Возможность выбора находит выражение в необходимости для общества проводить отбор из разных достижимых комбинаций продуктов, расположенных на (внутри) этой кривой;
- Нисходящий наклон кривой подразумевает понятие о вмененных издержках (альтернативных затратах);
- Вогнутость кривой показывает увеличение вмененных издержек и, как следствие, уменьшение доходности.

В условиях рынка вопрос – *что производить*, определяет производитель, через платежеспособность. Вопрос – *как производить* – определяет товаропроизводитель в условиях конкурентной борьбы. В рынке действует закон *«невидимой руки»* – Адама Смита.
Ее суть – целью любого производителя является получение и максимизация прибыли.
В условиях конкуренции товаропроизводитель стремиться к уменьшению издержек производства, таким образом, цель максимизации прибыли трансформируется в цель производства товаров необходимых обществу с минимальными издержками.
Для кого производить определяется доходами, дифференцированными в условиях рынка.
Проблема – *как производить, и с какими издержками* – определяется на основе нормативов, расхода сырья, материалов, энергии.
Для кого производить – определяется средней зарплатой, которая обеспечивает приобретение прожиточного минимума установленного нормативами.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)

5. Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6. Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7. Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8. Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-16. (19)
9. Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС, 2004. – 140 с. С. 3-16. (16)
8. Нуреев Р.М. «Курс микроэкономики». – М., 2000г. С. 80-120. (20)
9. «50 лекций по микроэкономике». – Спб.: «Экономическая школа», 2000г. С. 39-58, 119-139. (21)
10. Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 гг. –Т., 2008г. (26)
11. «Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т., Узбекистан, 2008г. -124с. (27)
12. Информация в Интернете по следующим сайтам:
www.iet.ru/mipt/2/text/curs_micro_lect.htm,
http://www.nes.ru/Acad_year_2001/Micro2-rus.htm,
http://www.ic.omskreg.ru/econrus/win/library/3/37/371/3713/table.htm,
http://www.ic.omskreg.ru/econrus/win/library/3/program/4.htm,
http://www.economics.ru

Тема 3: Теория спроса и предложения.

Цель лекции: дать понятие спроса и предложения в условиях рыночной экономики, раскрыть алгебраический и графические виды функции спроса и предложения, определить соответствующие детерминанты спроса и предложения.

Основные термины и понятия

Понятие спроса, кривая спроса, функция спроса, однофакторная и многофакторная функция спроса, факторы, влияющие на спрос, изменение объёма спроса, предложение и его объём, кривая предложения, функция предложения, однофакторная и многофакторная функция предложения, факторы, влияющие на предложение, изменение объёма предложения, изменение характера предложения, Закон спроса и предложения.

Вопросы по теме:

11. Дайте характеристику понятиям потребности, спроса, платежеспособной потребности и платежеспособного спроса?
12. Какие виды спроса вы знаете?
13. Опишите расположение кривой спроса?
14. Сформулируйте закон О.Курно относительно спроса и предложения?
15. Какие факторы влияют на объём и структуру совокупного спроса и совокупного предложения?
16. Покажите графически изменение объёма спроса и предложения?
17. Покажите графически изменение характера спроса и предложения?
18. Что такое товарное предложение?
19. Что означает движение кривой совокупного спроса вправо?
20. Что означает движение кривой совокупного предложения влево?

План:

1. Спрос и закон падающего спроса.
2. Предложение и закон изменения предложения.

Спрос и закон падающего спроса

Спросом называют количество товара, которое будет куплено за приемлемую цену в определенный промежуток времени.

Под спросом следует понимать представленную на рынке потребность в товарах лишь тех, которые подлежат удовлетворению и обеспечены денежным эквивалентом, т.е. платежеспособную потребность.

Различают также понятие платежеспособного спроса. В отличие от платежеспособной потребности, платежеспособный спрос – это потребность, не только обеспеченная денежным эквивалентом, но и обязательно «вынесенная на рынок». По Кейнсу, это эффективный спрос. В отличие от платежеспособной потребности, он очень конкретен, так как ориентирован всегда на покупку определённого товара или услуги.

Различают платежеспособный спрос на факторы производства (спрос производства) и на предметы потребления (спрос населения). Последний во многом зависит от размеров денежных средств, находящихся на руках населения, депозитах, различных выплат и наследства, масштабов рынка, цены, полезности и качества товаров, субъективных вкусов и предпочтений.

Спрос подразделяется на:

- Действительный – реально-предъявляемый на товары и услуги;
- Реализованный – это часть действительного спроса, которая реализована на рынке в купленных товарах и услугах;
- Неудовлетворённый – это нереализованная часть действительного спроса в виду отсутствия нужных товаров или несоответствия их ассортимента и качества требованиям покупателей. В свою очередь, неудовлетворённый спрос приобретает самые различные формы: скрытый, явный, текущий, накопленный и т.п.

Спрос, как таковой, очень подвижен и изменчив, ибо на его величину и динамику влияют многочисленные факторы экономического, социального и технологического характера. Спрос на товар, например, может увеличиваться в результате использования рекламы, изменений моды, вкусов и предпочтений потребителей, окружающей среды, доступности товаров, величины доходов, полезности вещи, цен на взаимозаменяемые товары, количества населения, в ожиданиях будущих цен и многое другое.

В связи с этим различают *экзогенный и эндогенный* спрос. Экзогенный спрос - спрос, изменение которого вызвано вмешательством правительства или каких-либо сил извне системы свободного рынка. Эндогенный, или внутренний спрос – это спрос, который образуется внутри общества благодаря факторам, существующим в обществе.

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

На графике кривая DD опускается сверху вниз. Это обусловлено *законом падающего спроса.*

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

Этот закон впервые сформулировал французский математик О.Курно в работе «Исследование математических принципов теории богатства». В соответствии с его формулировкой закона, спрос на товар составляет некоторую функцию цены, причём, как правило, убывающую. Такое положение вполне обосновано и не противоречит рынку. Закон падающего спроса О.Курно формулируется так:

$$D = f(P),$$

где $f(P) > 0$, D – спрос, f - функция, P – цена.

В общем виде спрос является функцией следующих факторов:

$D = F (P, I, Z, W, P_{SUB}, P_{COM}, N, B)$,

где I – доход, Z – вкусы потребителей, W - ожидания, P_{SUB} - цены на товары-субституты (заменители), P_{COM} – цены на комплементарные товары (дополняющие), N – количество покупателей, B – прочие факторы.

Отсюда, функция спроса – это функция, определяющая величину спроса в зависимости от влияющих на него различных факторов.

Итак, спрос – это величина переменная. При этом следует различать изменение величины спроса или объёма спроса и изменение характера спроса. Величина спроса меняется тогда, когда переменна только цена данного товара. Характер же спроса меняется тогда, когда изменяются факторы, имевшие раннее постоянные величины.

Графически изменение объёма спроса выражается в «движении» по кривой спроса вниз или вверх . Изменение же характера спроса выражается в «движении» кривой спроса, т.е. её смещении вправо или влево (рис.1).

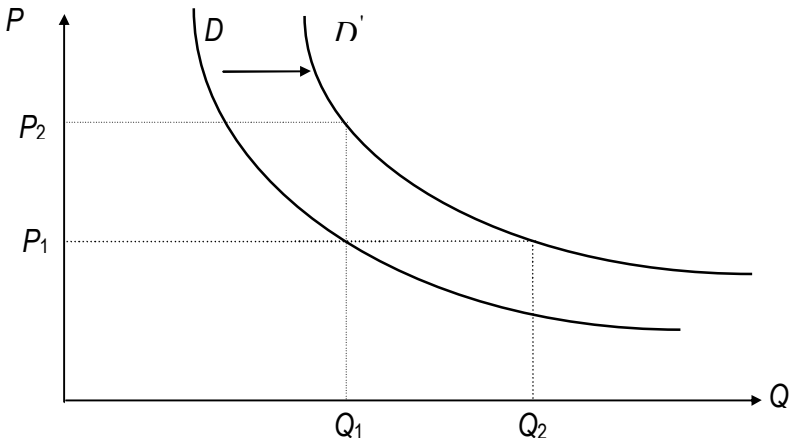


рис.1 Кривая спроса и её смещение

Такая ситуация возможна, например, если доход населения увеличится, тогда каждой цене товара будет соответствовать больший объём спроса, произойдёт сдвиг прямой вправо из положения DD в положение D_2D_2.. Напротив, уменьшение дохода приведёт к смещению линии спроса влево в положение D_1D_1.

Изменение вкусов и предпочтений потребителей также оказывает влияние на положение кривой спроса. Если тяга к личному автомобилю у населения возрастает, то линия спроса на авто сдвигается вправо. Если наоборот, то линия спроса на автомобили сдвигается влево.

Однако, для комплементарных товаров характерна обратная ситуация: уменьшение цены товара У ведёт к увеличению спроса на товар Х. «Классическими» примерами дополняющих товаров являются автомобили и бензин, зубные пасты и щётки, монитор и процессор компьютера и т.п.

Предложение и закон изменения предложения

Предложение- это товары, которые находятся на рынке или могут быть туда доставлены за короткий промежуток времени. Различают натурально-вещественную (по ассортименту) и стоимостную (выраженную в деньгах) формы товарного предложения. Объём предложения при этом составляет то количество товара, которое продавцы готовы предложить покупателю в конкретном месте и в конкретное время.

К товарному предложению относятся все товары, находящиеся на рынке, включая товары в пути. Оно формируется за счёт объёма структуры товарной продукции производства, товарных запасов и импорта. Объём предложения у каждого производителя, как правило, меняется в

зависимости от цены. Кроме того, на объём предложения оказывают влияние следующие детерминанты (факторы):

- Цены взаимозаменяемых товаров;
- Цены взаимодополняемых товаров;
- Цены ресурсов;
- Уровень техники и технологии производства;
- Налоги и субсидии;
- Перспективные ожидания производителей (продавцов);
- Степень монополизации производства и рынка и другие.

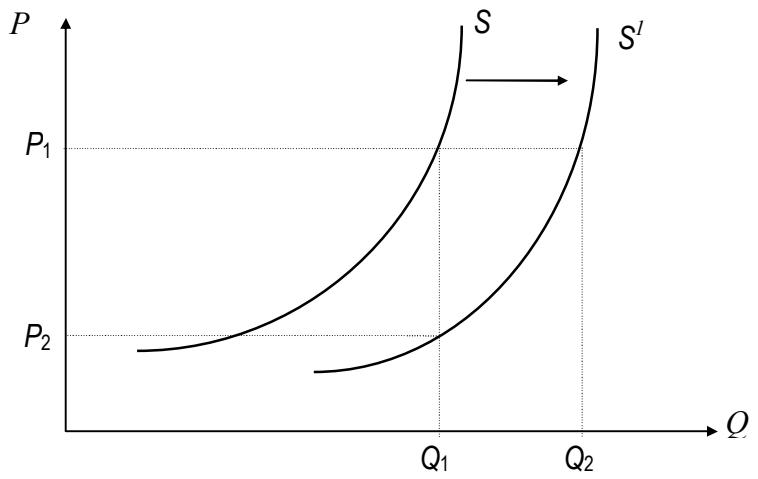


Рис 2. Кривые предложения.

Кривая предложения показывает, какое количество продукции готовы продать производители по разным ценам в данный момент времени. На графике 2 кривая предложения представляет собой плавно изогнутую и поднимающуюся кверху кривую. Она показывает зависимость между рыночными ценами и количеством продукции, которое производители могут произвести и продать. Эту зависимость О.Курно описал в виде формулы:
S = f (P),

где S – предложение, f – функция, P – цена.
Это есть закон изменения предложения. Её суть состоит в том, что объём предложения товара, увеличивается при росте цены и уменьшается при её снижении.
Одним из весомых факторов, влияющих на предложение, является технический прогресс. Он позволяет снижать издержки производства и изменить предложение товара. Форма кривой предложения товара обусловлена во многом технологией его производства, доступностью ресурсов, используемых при изготовлении данного товара и т.п.
Предложение является функцией всех факторов, определяющих его изменение:

$S = f (P, P_r, K, T, N, B)$,

где P_r, - цены ресурсов, K – характер применяемой технологии, T – налоги и субсидии, N – количество продавцов, B – прочие факторы.

Аналогично спросу различаются изменение предложения и изменение объёма предложения. Объём предложения меняется тогда, когда изменяется только цена товара. Изменения предложения происходит тогда, когда изменяются все отличные от цены другие факторы, которые раньше принимались за постоянные.

Предположим, что используется новая технология, которая позволяет при тех же затратах выпустить больше продукции. Тогда кривая предложения сдвигается вправо в положение S_1.

Если увеличиваются налоги, растут издержки производства и обращения, то кривая предложения смещается влево в положение S_2.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5. Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6. Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7. Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8. Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-16. (19)
9. Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
10. 2004. – 140 с. С. 3-16. (16)
11. Нуреев Р.М. «Курс микроэкономики». – М., 2000г. С. 80-120. (20)
12. «50 лекций по микроэкономике». – Спб.: «Экономическая школа», 2000г. С. 39-58, 119-139. (21)
13. Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2004г. –Т., 2005г. (26)
14. «Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2005 год. –Т.,
15. Узбекистан, 2006г. -124с. (27)
16. Информация в Интернете по следующим сайтам:

www.iet.ru/mipt/2/text/curs_micro_lect.htm,
http://www.nes.ru/Acad_year_2001/Micro2-rus.htm,
http://www.ic.omskreg.ru/econrus/win/library/3/37/371/3713/table.htm,
http://www.ic.omskreg.ru/econrus/win/library/3/program/4.htm,
http://www.economics.ru

Тема 4: Рыночное равновесие, максимальные и минимальные цены.

Цель лекции: дать понятие рыночного равновесия, графическое изображение ситуации рыночного равновесия, определить условия и факторы равновесия в мгновенном, краткосрочном и долгосрочном периоде, охарактеризовать область минимальных и максимальных ценовых различий.

Основные термины и понятия

Понятие равновесия, рыночное равновесие, равновесная цена, равновесное количество товара, равновесная точка, восстановление рыночного равновесия, изменение рыночного равновесия и факторы, влияющие на это, максимальные цены, дефицитность рынка, минимальные цены, изобилие рынка.

Вопросы по теме:

11. Дайте общее понятие рыночного равновесия?
12. Когда возникает ситуация рыночного равновесия?
13. Какие факторы, влияют на создание ситуации рыночного равновесия?
14. Нарисуйте график рыночного равновесия?
15. Обоснуйте понятия рыночной равновесной цены и равновесного количества товара?
16. Что означает смещение равновесной точки вверх или вниз?
17. Охарактеризуйте с помощью графика мгновенное рыночное равновесие?
18. Охарактеризуйте с помощью графика краткосрочное рыночное равновесие?
19. Охарактеризуйте с помощью графика длительное рыночное равновесие?
20. Как изменится рыночное равновесие при условии увеличения жизненного уровня населения?

ПЛАН:

1. Понятие рыночного равновесия и его график. Равновесие в мгновенном, краткосрочном и долгосрочном периоде.
2. Максимальные и минимальные цены.

Понятие рыночного равновесия и его график. Равновесие в мгновенном, краткосрочном и долгосрочном периоде.

Рыночное равновесие – это ситуация на рынке, когда предложение и спрос совпадают или эквивалентны при приемлемой для потребителя и производителя цене.

Рыночное равновесие возникает в результате взаимодействия спроса и предложения. Для этого совместим кривые спроса и предложения на одном графике.

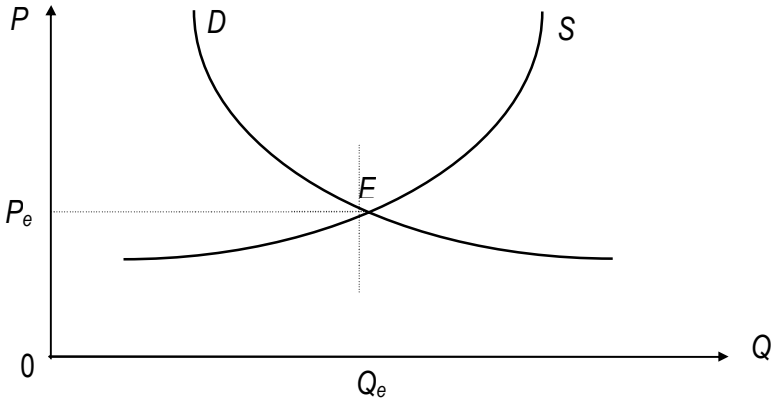
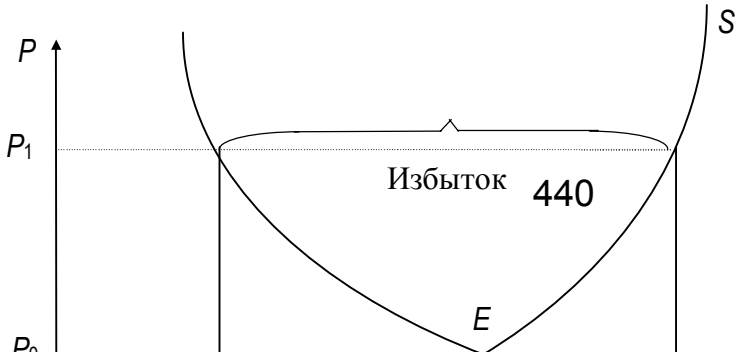


Рис.1. Равновесная цена и равновесное количество товаров

В точке Е достигается равновесие. Координатами точки Е являются равновесная цена P_E и равновесный объём Q_E. Точка Е характеризует равенство $Q_E = Q_S = Q_д$, где Q_S – объём предложения, $Q_д$ – объём спроса (рис.2 Кривые спроса и предложения)



Если реальная цена будет больше равновесной (P_{-1}), то объём спроса при такой цене будет меньше объёма предложения. В этом случае производители предпочтут снизить цену, нежели продолжать выпуск продукции в объёме, существенно превышающем объём спроса. Избыток предложения будет оказывать понижающее давление на цену.
Если реальная цена на рынке будет ниже равновесной (P_{-2}), то объём спроса станет равен Q_4, товар станет дефицитным. Отдельные покупатели предпочтут заплатить более высокую цену. В результате избыток спроса будет оказывать повышающее давление на цену.

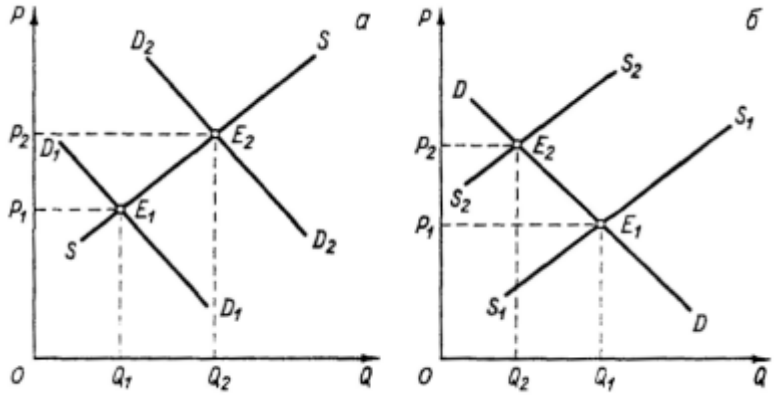


Рис. 2.6. Сдвиг равновесия.

На рис. 2.6 линии спроса и предложения имеют "нормальный" (соответственно отрицательный и положительный) наклон. Сдвиг линии спроса приводит к росту равновесной цены с P1 до P2 при одновременном увеличении равновесных объемов с Q1 до Q2. Сдвиг линии предложения влево ведет к повышению равновесной цены при одновременном сокращении равновесного объема. Комбинируя обе части рисунка, мы можем рассмотреть различные варианты сдвига равновесия в результате одновременного сдвига линий спроса и предложения.

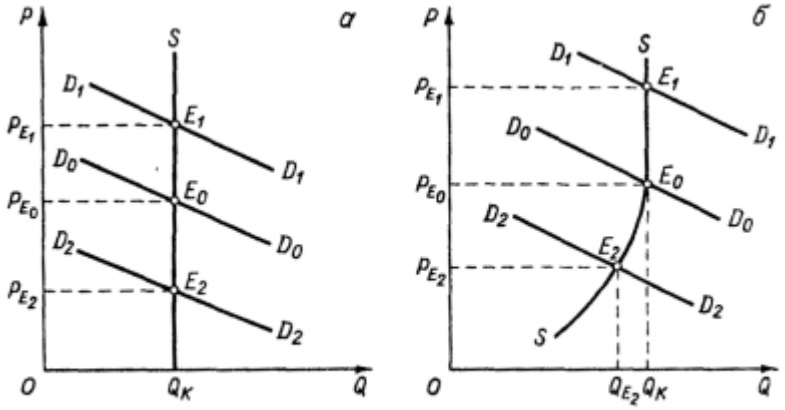


Рис. 2.7. Равновесие в мгновенном периоде. *а* — товары, не подлежащие хранению; *б* — товары, подлежащие хранению.

При использовании метода сравнительной статики принято различать три периода. Первый, в котором все факторы производства рассматриваются как постоянные, называют мгновенным периодом (синонимы: очень короткий, рыночный). Другой, в котором одна группа факторов рассматривается как постоянная, а другая как переменная, называют коротким периодом. Третий, в котором все факторы производства рассматриваются как переменные, называют длительным периодом. Некоторые экономисты выделяют еще и четвертый, очень длительный (или "вековой") период, в течение которого может меняться не только объем применяемых ресурсов и интенсивность их использования, но и характер применяемой технологии.

В мгновенном периоде продавец вообще лишен возможности приспособить объем предложения к объему спроса, поскольку количество производственных ресурсов и интенсивность их использования заданы. Однако тот факт, что продавец обладает фиксированным количеством товара, не означает, что все это количество должно быть обязательно продано независимо от уровня цены. Многое зависит от природы данного товара. Если товар скоропортящийся и не подлежит хранению, линия предложения будет перпендикулярна оси абсцисс. Как видно из рис. 2.7,а, в этом случае равновесная цена определяется исключительно спросом, точнее, совпадает с ценой спроса, тогда как объем продаж однозначно задан объемом предложения и не зависит от функции спроса.

Если товар не подлежит порче и может быть сохранен, то линия предложения может быть представлена состоящей из двух сегментов: одного, имеющего положительный наклон, и второго, представленного вертикальным отрезком (рис. 2.7,6). При цене PEo продавец предложит к продаже весь фиксированный объем товара QK- Точно так же он поступит и в том случае, если цена превысит уровень PEo, например PE1. Однако при цене ниже PEo, например PE2, объем предложения составит QE2 тогда как количество товара в размере QK ≈ QE может быть сохранено до наступления более благоприятной конъюнктуры. Если же хранение избытка затруднено или связано с высокими затратами, не возмещаемыми ожидаемым повышением цены, соответствующее количество товара может быть распродано по бросовым ценам. В качестве примера можно указать на распродажу капусты накануне приближения заморозков.

В коротком периоде линия предложения (рис. 2.8) также состоит из двух сегментов.

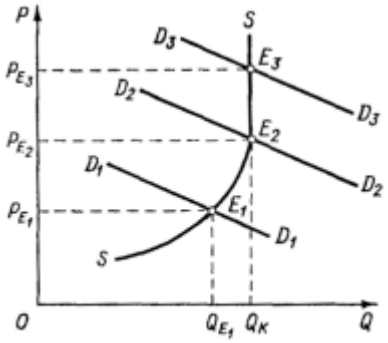


Рис. 2.8. Равновесие в коротком периоде.

Первый, имеющий положительный наклон, ограничен по оси абсцисс точкой, соответствующей производственной мощности QK- Второй участок кривой предложения представлен вертикальным отрезком, что указывает на невозможность выйти в условиях короткого периода за пределы, ограниченные наличной производственной мощностью. Вплоть до этой границы равновесный объем и цена определяются пересечением линий спроса и предложения, а за ее пределами, как и в мгновенном периоде, цена определяется спросом, тогда как объем предложения ≈ размером производственных мощностей.

Наконец, в длительном периоде производитель может не только варьировать интенсивность использования производственных мощностей, но и изменять их размеры, а

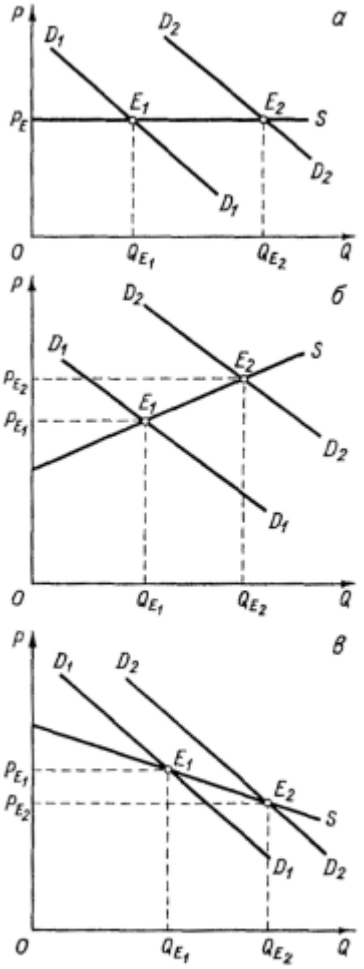


Рис. 2.9. Равновесие в длительном периоде. *а* — при неизменных затратах; *б* — при возрастающих затратах; *в* — при снижающихся затратах.

значит, и масштабы производства.

На рис. 2.9 представлены три ситуации, возможные в длительном периоде. В первом случае, когда изменение масштаба производства происходит при неизменных затратах, рост равновесного объема происходит без изменения равновесной цены. Во втором, когда изменение масштаба производства происходит при возрастающих затратах (скажем, за счет роста цен на используемые ресурсы), рост равновесного объема сопровождается и ростом равновесной цены. В третьем, когда изменение масштаба производства происходит при снижающихся затратах (скажем, за счет снижения цен на используемые ресурсы), рост равновесного объема сопровождается снижением равновесной цены. В дальнейшем все эти три ситуации будут исследованы подробнее.

На рис. 2.10 показано приспособление предложения к изменившемуся спросу в длительном периоде. Здесь S0S0≈ линия предложения, а D0D0 ≈ линия спроса в коротком периоде. Как видим, спрос и предложение сбалансированы при цене P0 на уровне полного использования производственной мощности QK.

Допустим, что спрос внезапно вырос и представлен теперь линией D1D1, лежащей правее линии D0D0. Поскольку резерв мощности отсутствует, новое равновесие достигается исключительно за счет повышения цены до P1 при сохранении, естественно, прежнего объема продаж QK. В длительном периоде масштаб производства увеличивается за счет ввода новых мощностей и линия предложения смещается в положение S1S1 (при возрастающих затратах). Новое равновесие достигается в точке E2 при цене P2 более высокой, чем P0, но ниже, чем P1, и объеме производства Q2 большем, чем QK-

Различие ситуаций равновесия, представленных на рис. 2.10, важно при оценке уровней цен на различных рынках. Например, высокие цены на легковые автомашины в России оказываются близкими к равновесным, если рассматривать их с точки зрения короткого периода, когда производственные мощности по выпуску их фиксированы, а коэффициент их использования высок. Однако они представляются завышенными с позиций длительного периода, в течение которого возможен рост мощностей, строительство новых предприятий.

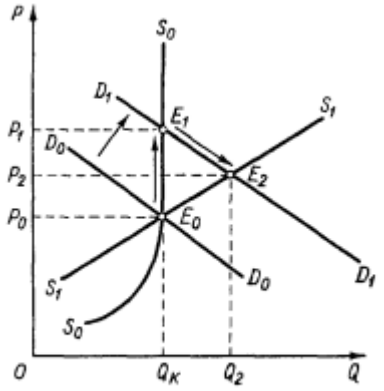


Рис. 2.10. Переход от короткого к длительному периоду.

Максимальные и минимальные цены

Рынок стихийно, автоматически способствует формированию равновесных цен (этот процесс А.Смит назвал механизмом «невидимой руки»). Превышение цены спроса над ценой предложения способствует перераспределению ресурсов в пользу отраслей с высоким платежеспособным спросом. Высокие цены свидетельствуют об относительной редкости благ, побуждая к расширению их производства и тем самым к лучшему удовлетворению общественных потребностей. Поскольку равновесная цена значительно превышает издержки у тех отраслей, затраты которых ниже средних, то она способствует перераспределению ресурсов от худших производителей к лучшим, повышая эффективность функционирования национальной экономики.

Однако, устойчивость рыночного равновесия носит относительный характер. Рост доходов покупателей, развитие их потребностей приведут к изменению объёма спроса при прежних ценах. Рост спроса, при неизменном предложении, вызывает смещение всей кривой спроса вправо вверх, тогда устанавливается новый более высокий уровень равновесной цены и новый больший объём количества продаж товаров.

В свою очередь, рост производительности труда, снижение издержек производства при прежних ценах будут стимулировать увеличение выпуска продукции – изменится положение кривой предложения, которая сместится вправо вниз. В результате положение точки равновесия изменится, а равновесная цена установится на более низком уровне ($P_{.1}$). И наоборот, снижение предложения – смещение кривой влево – установит более высокую равновесную цену ($P_{.2}$) и меньшее количество продаж товара (Q_2).

На основании сделанного анализа можно прийти к следующим выводам:

- Увеличение спроса вызывает рост равновесной цены и равновесного количества товара;
- Уменьшение спроса приводит к паданию равновесной цены и равновесного количества товара;
- Рост предложения влечёт за собой уменьшение равновесной цены и увеличение равновесного количества товара;
- Сокращение предложения ведёт к увеличению равновесной цены и уменьшению равновесного количества товара.

В теории рыночного равновесия важное значение уделяется элементу времени, т.е.:

А) мгновенное равновесие – когда предложение неизменно;

Б) краткосрочное равновесие – когда предложение растёт без увеличения оборудования;

В) длительное равновесие – когда производители заменяют и увеличивают оборудование, а количество самих производителей может изменяться за счёт свободного входа и выхода их из отрасли.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5. Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6. Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7. Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8. Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-16. (19)
9. Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС, 2004. – 140 с. С. 3-16. (16)
10. Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2004г. –Т., 2005г. (24)
11. «Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2005 год. –Т., Узбекистан, 2006г. -124с. (25)
12. Информация в Интернете по следующим сайтам:
www.iet.ru/mipt/2/text/curs_micro_lect.htm,
http://www.nes.ru/Acad_year_2001/Micro2-rus.htm,
http://www.ic.omskreg.ru/econrus/win/library/3/37/371/3713/table.htm,
http://www.ic.omskreg.ru/econrus/win/library/3/program/4.htm,
http://www.economics.ru.

Тема 5: Эластичность спроса и предложения.

Цель лекции: дать понятие эластичности. Показать алгебраический и графический виды эластичности спроса, объяснить природу возникновения и определения перекрёстной эластичности и её формы. Эластичность предложения.

Основные термины и понятия

Понятие эластичности, коэффициент эластичности, эластичность спроса по цене, Точечная эластичность, дуговая эластичность, перекрёстная эластичность по цене, формы перекрёстной эластичности, эластичность спроса по доходу, эластичность предложения по цене.
Вопросы по теме:

12. Как вы понимаете эластичность относительно тех или иных товаров?
13. От чего зависит эластичность?
14. Что показывает коэффициент эластичности спроса по цене?
15. Приведите формулу расчёта коэффициента эластичности спроса по цене?
16. Дайте понятие и график дуговой эластичности?
17. Дайте понятие и график точечной эластичности?
18. Методы расчёта точечной и дуговой эластичности?
19. Понятие и формы перекрёстной эластичности?
20. Метод расчёта перекрёстной эластичности?
21. Метод расчёта эластичности спроса по доходу?
22. Метод расчёта эластичности предложения по цене?

ПЛАН:

3. Понятие эластичности. Точечная и дуговая эластичности спроса.

4. Перекрёстная эластичность и её формы. Эластичность предложения.

Понятие эластичности. Точечная и дуговая эластичности спроса

Различные товары отличаются друг от друга по степени изменения спроса под воздействием того или иного фактора. Степень реакции спроса на эти факторы поддаётся количественному измерению с помощью коэффициента эластичности спроса.
Рассмотрим различные варианты коэффициента эластичности спроса и предложения.
3. Коэффициент эластичности спроса по цене.
Эластичность спроса относительно цены показывает, насколько изменяется объём спроса при изменении цены на 1%. Эластичность спроса по цене определяется как отношение процентного изменения объёма спроса к процентному изменению цены, то есть

E^D_p = % изменения Q / % изменения P,

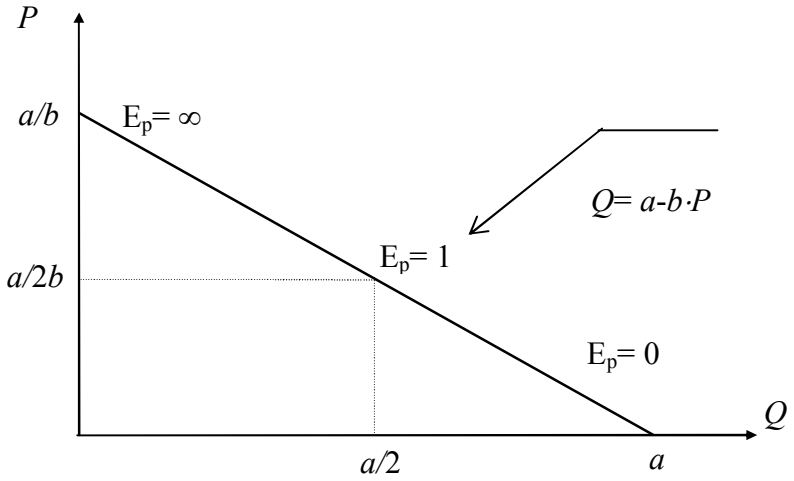
где E^D_p - коэффициент эластичности по цене, Q – количество товара, на который предъявлен спрос, P. – рыночная цена товара.

Если $E^D > 1$, спрос называется эластичным, если $E^D = 1$ – то спрос единичный, если $E^D < 1$ – то спрос неэластичен относительно цены товара.

В микроэкономике различают точечную и дуговую эластичность.
Точечная эластичность определяется при помощи проведения касательной к кривой спроса и определяется по формуле:

$E^D_p = [\#Q / Q] / (\#P / P) = - (\#Q / \#P) \times (P / Q)$.

Дуговая эластичность – показывает среднюю реакцию спроса на изменение цены товара, выраженной кривой спроса на некотором отрезке D_1D_2.



Дуговая эластичность определяется по формуле:

$E^D_p = - (\#Q / \#P) \times (P / Q) = - (Q_2 - Q_1) / (P_2 - P_1) \times (P_2 + P_1) / (Q_2 + Q_1)$.

При эластичном спросе ($E^D > 1$, когда падение цены вызывает резкое увеличение спроса) – объём реализации возрастает, при единичной эластичности ($E^D = 1$) – объём продаж не изменяется, при неэластичном спросе ($E^D < 1$) снижение цены вызывает лишь незначительное увеличение количества продаж товара, так что выручка падает.

Перекрёстная эластичность и её формы. Эластичность предложения

Так как объём спроса зависит не только от цены данного товара, но также от цен товаров заменителей и дополнителей, то для характеристики данного процесса используется *перекрёстная эластичность спроса по цене*, которая измеряет чувствительность объёма спроса на один товар относительно изменения цены другого.
Существуют следующие формы перекрёстной эластичности.

Перекрёстная эластичность исчисляется отнесением процентного изменения количества одного товара (спрашиваемого - $\#Q_i$) к процентному изменению цены другого товара ($\#Pj$):

$E_p = (\#Q_i / Q_0) / (\#Pj / P_0)$.

Реакци измен елей о стью спроса *по доходу*.

$$E^D_R = \frac{\text{Процентное изменение объёма спроса (Q)}}{\text{Процентное изменение дохода P.}}$$

где E^D_R – коэффициент эластичности спроса по доходу, $_R$ – доход.

Степень изменения объёма предложения в зависимости от изменения цены характеризует *эластичность предложения по цене.* Он рассчитывается как отношение объёма предложения (в %) к росту цен (в %), т.е. по формуле:

$$E^S_P = \frac{\text{Процентное изменение S}}{\text{Процентное изменение P}}$$

где E^S_P – коэффициент эластичности предложения, S – предложение, P – цена.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.

3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)
9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)
11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т.,
Узбекистан, 2008г. -124с. (25)

Тема 6: Теория потребительского выбора

Цель лекции: ввести студентов в курс теории потребительского выбора, объяснить факторы, оказывающее влияние на потребительский выбор, дать понятие кривых безразличия и их свойств, определить графическое изображение кривой «цена-потребление» и иных кривых.

Основные термины и понятия

Понятие блага в теории потребления, факторы, влияющие на выбор потребителя, понятие полезности, уровень удовлетворения потребности потребителя, функция полезности, кривые безразличия и их свойства, предельная норма замещения, бюджетная линия и её изменение, выбор потребителя, предельная полезность, предельные издержки, кривая «цена-потребление».

Вопросы по теме:

11. Понятие бюджетной линии и её график?
12. Что означает движение кривой бюджетных ограничений параллельно вправо или влево?
13. В каких случаях бюджетная линия поменяет угол наклона относительно оси координат?
14. Что означает понятие предельная полезность потребителя?
15. Что означают предельные издержки?
16. Представьте графически ситуацию предельного выигрыша потребителя?
17. Опишите графически кривую безразличия?
18. Какими свойствами обладает кривая безразличия?
19. Что называется кривой «цена-потребление»?
20. Какие факторы влияют на выбор потребителя в условиях рынка?

ПЛАН:

2. Полезность – основа выбора потребителя.
2. Кривые безразличия и их свойства.
3. Кривые безразличия и иные кривые

Полезность – основа выбора потребителя

Основными агентами на рынке готовой продукции являются домохозяйства и фирмы. Поведение домохозяйств определяет спрос на товары и услуги. Поведение фирм-производителей характеризует предложение товаров и услуг.

Эта проблема представляет не только теоретический, но и практический интерес. Как потребителю сориентироваться среди обилия товаров и услуг, как сделать выбор, при котором

полезность была бы максимальной, а затраты – минимальными? Потребители чаще всего ищут ответы на эти вопросы интуитивно, на основе опыта, методом проб и ошибок. Предприниматели расходуют на изучение спроса немало средств, пытаясь понять особенности потребительского выбора и воздействовать на поведение домохозяйств. Что же лежит в основе поведения потребителя? Основными теоретическими подходами, объясняющими поведение потребителя, являются теория предельной полезности и анализ кривых безразличия/.

Представим, что всё многообразие товаров на рынке сведено к двум продуктам. Это не будет большим прегрешением против действительности, поскольку часто в быту вопрос стоит именно так: купить на обед продукты или купить одежду, автомобиль или заплатить за обучение сына.

Если весь доход будет потрачен исключительно на приобретение товара А, то на вертикальной оси мы получим точку, показывающую, сколько единиц этого товара можно будет потребить. Это количество товаров определяется, с одной стороны, доходом потребителя и, с другой стороны, ценой товара А. Если весь доход будет потрачен на приобретение товара В, количество единиц товара В (в зависимости от его цены) будет отображено соответствующей точкой на горизонтальной оси. Соединив эти две точки, мы получим бюджетную линию, или линию бюджетного ограничения.

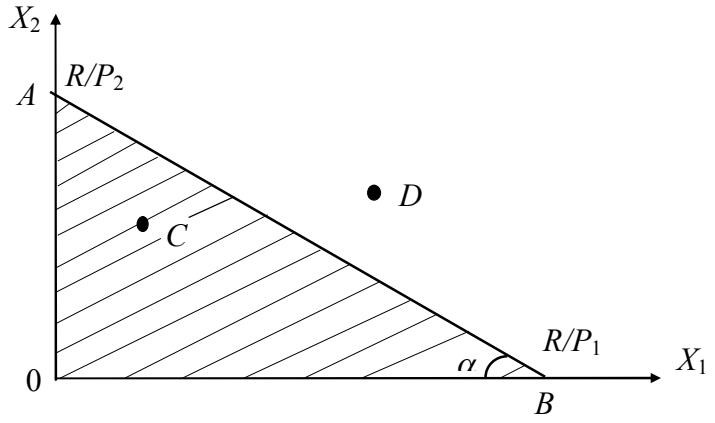


Рис.1. Бюджетная линия.

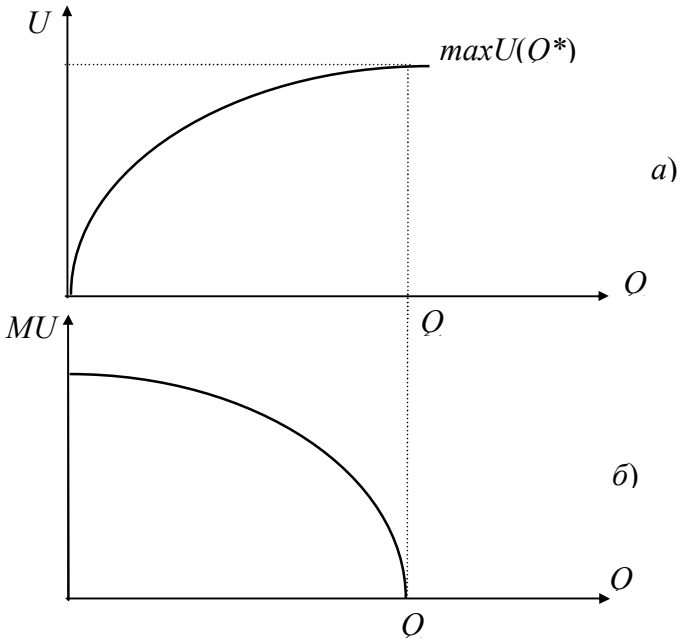
Бюджетная линия – есть совокупность точек, каждая из которых показывает некоторую комбинацию из двух товаров А и В, которых можно приобрести полностью израсходовав весь доход. Все точки слева от бюджетной линии характеризуют возможные выборы для потребителя. Однако, при этом его бюджет не будет использован целиком. Точки, находящиеся справа от бюджетной линии, находятся вне бюджетных возможностей данного потребителя. Соответствующие этим точкам рыночные решения не могут быть приняты.

Совокупность точек слева от бюджетной линии и всех точек, принадлежащих самой бюджетной линии, характеризует область допустимых значений потребительского выбора при данном уровне дохода и заданных ценах, или поле выбора. Поле выбора может менять свою форму и размеры в зависимости от размеров дохода, цены товара А и цены товара В. При изменении одного только дохода бюджетная линия будет перемещаться параллельно вправо, если доход растёт, и влево, если величина дохода падает.

Если же цена товара А растёт, а цена товара В неизменна и доход остался прежним, то бюджетная линия изменит угол своего наклона. При прежнем бюджете покупатель сможет купить меньше подорожавшего товара А. Следовательно, бюджетная кривая пересечёт горизонтальную ось в прежней точке (цена товара В не менялась), а вертикальную ось – на более низком уровне. Бюджетная линия несколько опустится вниз, а поле возможностей потребителя сократится.

В микроэкономике существует понятие предельной полезности выбора потребителя. *Предельная полезность* это есть полезность от потребления дополнительной единицы продукта или услуги (MU). Сумма предельный полезностей есть совокупная полезность данного количества одноимённого товара (TU).

Рациональный покупатель обязательно сопоставит свой выигрыш (предельную полезность) с предельными издержками.



Q -неъмат ми=дори

Рис. 2 . График изменения совокупной и предельной полезности

Предельными издержками потребителя будут затраты на приобретение дополнительной единицы товара. При совершенной конкуренции предельные издержки равны цене этого товара. Покупка и потребление очередной единицы одноимённого товара имеет смысл только в том случае, если предельная полезность будет больше, чем предельные издержки. Положительная разница между предельной полезностью и предельными издержками (ценой товара) составляет предельный выигрыш потребителя. Этот показатель означает, что потребитель оценивает данную единицу товара выше уровня рыночной цены.

Кривые безразличия и их свойства

Кривые безразличия – это геометрическое место точек, каждая из которых соответствует комбинации товаров X и Y, приносящих одну и тужу совокупную полезность потребителю. Другими Словами, потребитель безразличен по отношению к точкам A, B, C и т.д., лежащим на кривой, поскольку в результате потребления любой из соответствующих этим точкам комбинаций двух товаров он получит равнозначную полезность.

Потребители имеют возможность выбирать между комбинациями доступных им товаров и услуг. В данном случае потребитель имеет три возможности: предпочесть товар А товару В, или предпочесть товар В товару С. Если потребитель предпочитает благо А благу В, а благо В – благу С, то при выборе между А и С он всегда предпочтёт А.

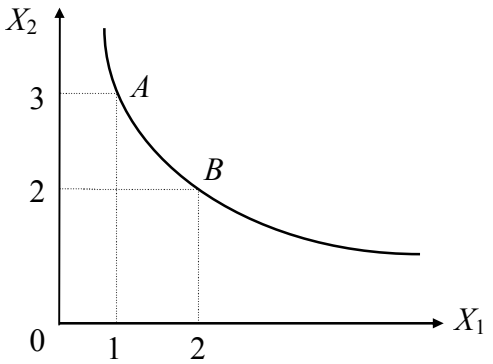


Рис. 3. Кривая безразличия

Кривые безразличия обладают следующими свойствами:

9. Кривых безразличия на каждой карте может быть бесконечно много;
10. Кривые, расположенные дальше от начала координат, соответствуют более высоким уровням совокупной полезности.
11. Кривые безразличия, принадлежащие одной карте предпочтений, никогда не пересекаются, так как каждая из них показывает только один уровень полезности, отличный от других;
12. Кривые выгнуты в сторону начала координат.

Кривые безразличия и иные кривые.

На основе кривых безразличия и бюджетных ограничений можно вывести обычную *кривую спроса.* На рис. 4 изображено, как поворачивается бюджетная линия, меняя свой наклон, в результате понижения цены товара X с $P_{.1}$ до $P_{.4}$. Каждая из соответствующих бюджетных линий (B_1, B_2, B_3, B_4) касается особенной кривой безразличия (I_1, I_2, I_3, I_4). В каждом случае рациональный выбор потребителя представлен иным набором товаров X и Y.

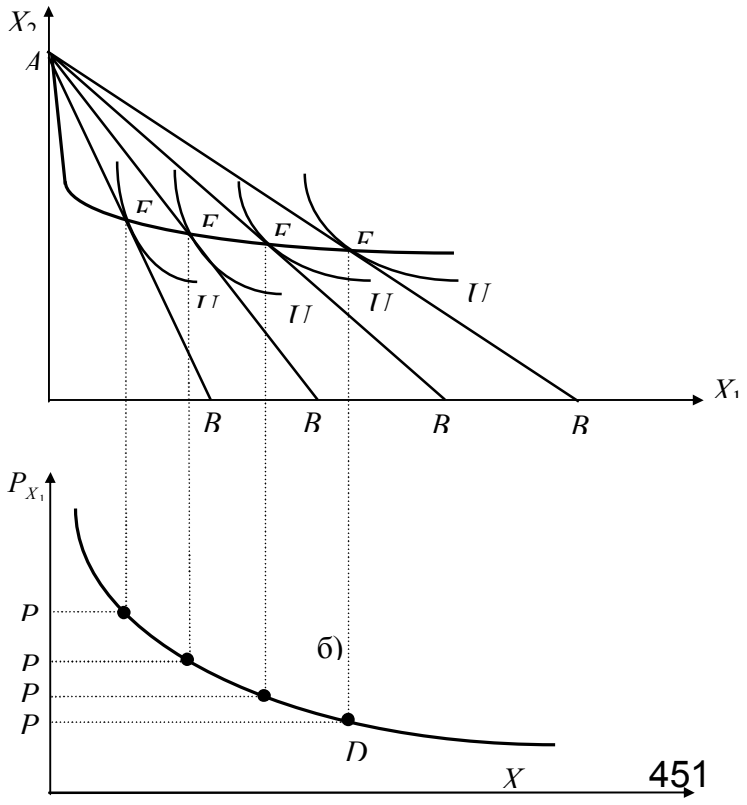
Рис.4. Кривая цена-потребление (а) и кривая спроса (б)

Пусть зафиксированные уровни цены товара X равны $P_{.1}$, $P_{.2}$, $P_{.3}$, $P_{.4}$. Кривая спроса представлена эластичной кривой спроса ДД. Отметим оптимальные количества потребления товара X для каждого из указанных уровней цены. Соотнеся эти объёмы спроса с ценами на товар X, получим четыре точки на нижнем графическом поле. Эти точки принадлежат кривой спроса на товар X.

Таким образом, оба указанных на рис. 4 графика взаимосвязаны и по-разному освещают изменение цен на товар и соответствующее изменение характера потребления.

Кривая «цена-потребление». Мы убедились, что при изменении цены одного из двух товаров меняется поведение потребителя. Этот процесс может быть проиллюстрирован при помощи так называемой кривой «цена-потребление».

На рис. 4 изображены кривые безразличия I_1, I_2, I_3, I_4. Также отмечены повороты бюджетной линии в соответствии с изменением цены товара X. Каждая бюджетная линия имеет свою собственную точку касания с определённой кривой безразличия I. Это точки A, B, C, Д. Каждая точка касания характеризует оптимальный выбор потребителя, наиболее рациональную комбинацию двух товаров, которая при данном уровне дохода и при данном уровне товарных цен максимизирует полезность потребителя. Соединив точки рационального выбора A, B, C, Д получим кривую, называемую кривой «цена-потребление».



Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его

преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)
9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)
11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т.,
Узбекистан, 2008г. -124с. (25)

Тема 7: Эффект дохода и эффект замещения

Цель лекции: дать понятие эффекта дохода и эффекта замещения, объяснить их различия. Определить влияние эффекта замещения в выборе потребителя. Сущность парадокса Гиффена и его проявление.

Основные термины и понятия

Эффект дохода и эффект замещения для нормальных товаров, эффект дохода и эффект замещения для товаров низкой категории, парадокс Гиффена, товары-заменители и дополняющие товары.

Вопросы по теме:

1. Что такое эффект дохода?
2. Графическое описание эффекта дохода?
3. Что влияет на рост показателя эффект дохода?
4. Понятие эффекта замещения?
5. В каких экономических ситуациях проявляется эффект замещения?
6. Графическое описание эффекта замещения?
7. Какие товары являются товарами-субститутами?
8. Какие товары считаются комплементарными благами?
9. В чём состоит эффект Гиффена?
10. Какой из эффектов проявляется больше, почему?

ПЛАН:

1. Эффект дохода при выборе потребителя.
2. Эффект замещения. Парадокс Гиффена.

Эффект дохода при выборе потребителя

По мере продвижения вправо по оси X, т.е. по мере увеличения потребления одноимённого продукта в заданное время, мы всё меньше ценим данный продукт, а при его изобилии и доступности (например, вода) вообще не ценим, не бережём и не собираемся платить за

приобретение ещё одной дополнительной единицы продукта. Поэтому кривая спроса будет всё больше склоняться к оси X.

Вместе с тем, если продукт является редким и в силу этого его потребление сильно ограничено (бриллиант, иномарки последнего поколения и т.п.), люди склонны, очень высоко оценивать полезность такого продукта т готовы платить большие деньги за приобретение единицы этого товара.

В связи с этим рассмотрим эффект дохода и эффект замещения в потребительском поведении.

Изменения цен неоднозначно влияют на поведение домохозяйств как потребителей. Экономисты различают два следствия от ценовых изменений, известных как эффект дохода и эффект замещения.

Эффект дохода. При прочих равных условиях понижение цены товара X ведёт к росту благосостояния домохозяйств-потребителей. Понижение цены равнозначно увеличению дохода, который можно истратить на приобретение большего, чем ранее, количества товара X, равно как и любого другого товара или услуги. При этом произойдёт перемещение вниз по кривой спроса на товар X и параллельный сдвиг вправо кривой спроса на другие товары (например, на товар У).

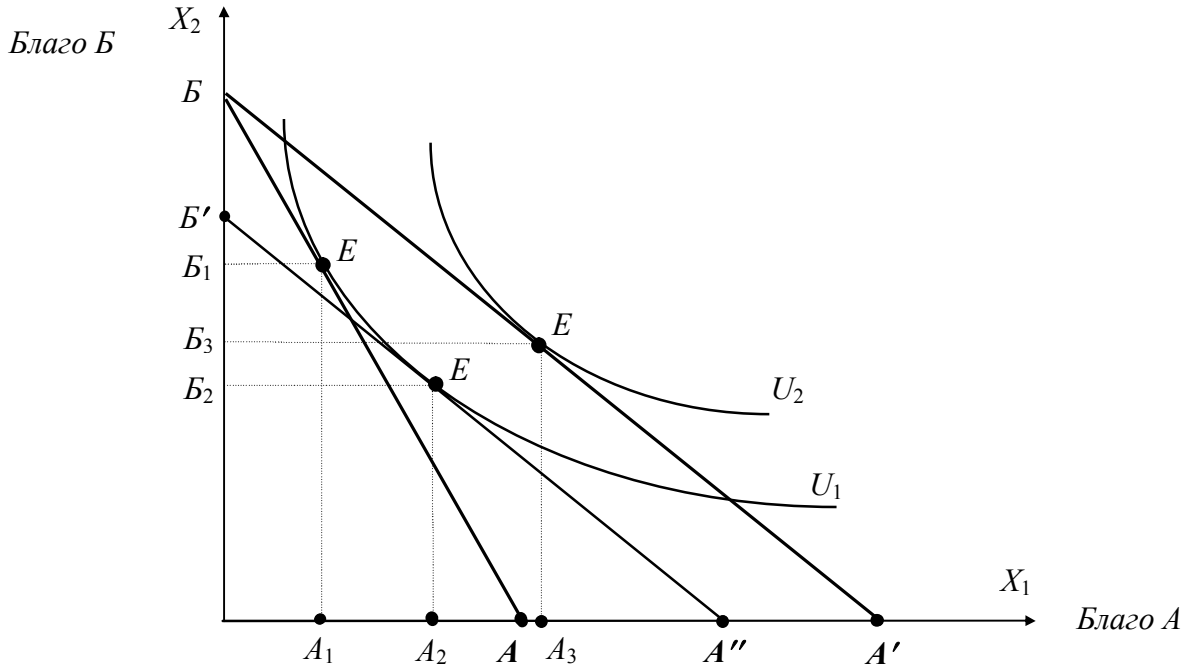


Рис. 1. Эффект дохода для нормальных товаров.

Эффект дохода от понижения цены товара X состоит в увеличении потребления товара X в связи с ростом благосостояния. Это равнозначно повышению реального дохода, т.е. бюджетная линия передвигается параллельно вправо.

Теперь определим, каким *должен был бы быть денежный доход* потребителя, чтобы при изменившемся соотношении цен обеспечить ему прежний уровень удовлетворения. Для этого проведем вспомогательную бюджетную прямую $K'L$▒, параллельную линии KL_1 (т.е. отражающую новое соотношение цен), так, чтобы она касалась кривой безразличия U_1U_1 (т.е. обеспечивала бы прежний уровень удовлетворения). Отметим точку касания E_3 и соответствующий объем потребления товара X_3-

Заметим, что при переходе от первоначального к дополнительному (расчетному) оптимуму (от E_1 к E_3) реальный доход потребителя не меняется, он остается на прежней кривой безразличия U_1U_1. Значит, сдвиг от E_1 к E_3 и характеризует *эффект замены* товара *Y* относительно подешевевшим товаром *X*. Он равен разности $X_3 \approx X_1$. Следовательно, *эффект дохода* составит $X_2 \approx X_3$- Заметим также, что в результате действия эффекта дохода потребление обоих товаров в точке E_2 выше, чем в точке E_3.

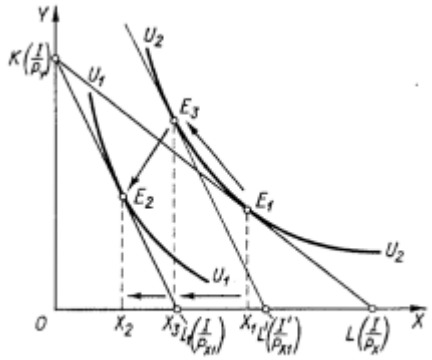


Рис. 3.17. Эффект замены и эффект дохода по Хиксу. Цена X повышается.

Такое же разложение общего эффекта может быть выполнено и для случая, когда цена товара *X* повышается (рис. 3.17). Здесь результатом повышения цены является перемещение оптимального положения потребителя на более низкую кривую безразличия U_1U_1. Общий эффект повышения цены товара *X* сводится к снижению его потребления с X_1 до X_2. При этом *эффект замены* составит $X_1 \approx X_3$, *эффект дохода* $\approx X_3 - X_2$. Заметим, что в обоих случаях эффект замены характеризуется движением вдоль одной и той же кривой безразличия, а эффект дохода ≈ переходом с одной кривой на другую.

Эффект замены всегда отрицательный. Снижение цены одного товара побуждает потребителя увеличивать его потребление, сокращая потребление другого товара (или группы товаров). Повышение цены побуждает его к замещению этого товара другими, относительно подешевевшими.

Эффект замещения

Эффект замещения. При падении цены товара Х он становится относительно дешевле прочих, а потому более привлекательным для потребителей. В результате может принципиально измениться структура потребления домохозяйства, а именно увеличиться потребление товара Х за счёт сокращения потребления других товаров, в первую очередь товаров-заменителей. Это явление получило название эффекта замещения. Графически его можно продемонстрировать в виде параллельного смещения кривой спроса на товар У влево. Например, если цена на сливочное масло понижается, люди отдадут предпочтение маслу и будут меньше покупать маргарина, независимо от его цены. При этом кривая спроса на маргарин переместится параллельно влево.

Парадокс Гиффена.. Эффект дохода и эффект замещения имеют место только в случае нормального товара. Но, если речь идёт о товаре низшего класса, то при повышении его цены люди всё равно будут потреблять данный товар, так как товар высшего порядка станет им не по карману.

Теоретически невозможно предсказать, какой из двух эффектов будет больше. Здравый смысл и экономическая жизнь подсказывают, что эффект замещения должен быть больше и в конечном итоге повышение цены товара вызовет сокращение его потребления.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)

5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)
9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)
11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т.,
Узбекистан, 2008г. -124с. (25)

Тема 8: Рынок и риск

Цель лекции: дать понятие рынка, раскрыть условия возникновения и функции рынка, определить условия неопределённости и риска в рыночной экономике, выявить рассчитать возможные экономические потери и прибыль фирм в условиях неопределённости.

Основные термины и понятия

Рынок, условия возникновения рынка, функции рынка, неопределённость и риск, выбор потребителя в условиях неопределённости, причины возникновения риска, склонность к риску, диверсификация деятельности предприятий, операционная прибыль, потери.

Вопросы по теме:

1. В чём состоят объективные условия возникновения рынка?
2. Как вы понимаете термин «рынок»?
3. Изобразите схематично современную экономическую систему?
4. Охарактеризуйте функции рынка?
5. Какие из функций рынка вы бы назвали наиважнейшими?
6. Охарактеризуйте понятия «неопределённость» и «риск»?
7. К какой категории приверженцев риска вы себя относите?
8. Изобразите графически экономическую ситуацию убыточности фирм?
9. Что такое операционная прибыль?
10. В каких ситуациях целесообразно прекратить дальнейшую деятельность фирмы, с чем это связано?

ПЛАН:

4. Понятие рынка, условия возникновения и функции рынка.
5. Рынок и неопределённость.
6. Экономические потери и прибыль фирмы в условиях неопределённости.

Понятие рынка, условия возникновения и функции рынка

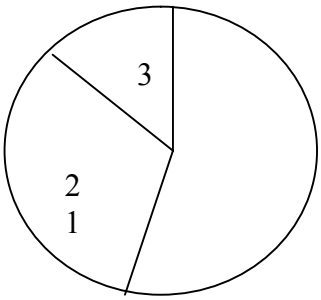
Рынок – одна из самых распространённых категорий в микроэкономике, одно из основных понятий хозяйственной практики и экономической теории. Наряду с этим, рынок – это обязательный компонент товарного хозяйства.

Объективная необходимость рынка обусловлена теми же причинами, которые вызывают необходимость существования товарного производства. Важнейшими историческими условиями возникновения рынка являются следующие.

Первое условие – *общественное разделение труда и специализация.* В любом многочисленном сообществе людей никто из участников хозяйства не может жить за счёт полного самообеспечения всеми производственными ресурсами, всеми экономическими благами. Отдельные группы людей занимаются самыми разнообразными видами хозяйственной деятельности, т.е. специализируются на производстве тех или иных товаров и услуг. Это положение объясняется принципами сравнительного преимущества, т.е. производством продукции при относительно меньших издержках упущенных возможностей.

Второе условие – *экономическая обособленность производителей*, полностью независимых, автономных в принятии хозяйственных решений (что производить, как производить, кому продавать произведённую продукцию). Эта обособленность исторически возникает на базе частной собственности и затем распространяется на коллективную собственность (акционерные предприятия, кооперативы, государственные предприятия). Если в обществе субъекты хозяйственной деятельности не наделены правами собственности, то рынок существовать не может.

Современная экономическая система представляет собой совокупность различных подсистем в теснейшей взаимосвязи и взаимозависимости. Схематично экономическую систему смешанной экономики можно представить следующим образом:



1- рынок (55%)
2- государство как подсистема хозяйствования (35%)
3- натуральное хозяйство (10%)

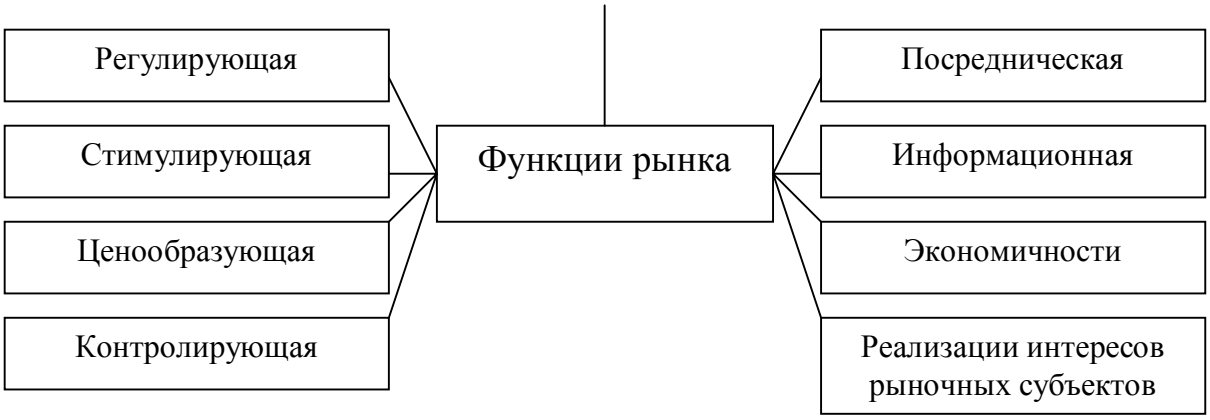
Как видим, в экономической системе в целом взаимодействуют три самостоятельные подсистемы, и, в зависимости от того, какая подсистема имеет наибольший удельный вес, характеризуется и вся экономическая система: если преобладает рынок, то система – рыночная, так возникает рыночная экономика; если преобладает государство, то система – административно-командная; если преобладает натуральное хозяйство, то такова и система в целом.

Итак, **рынок** – это есть совокупность конкретных экономических отношений, и связей между покупателями и продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег, отражающая экономические интересы субъектов рыночных отношений и обеспечивающая обмен продуктами труда.

Суть рыночных отношений сводится к возмещению затрат продавцов (товаропроизводителей и торговцев) и получению ими прибыли, а также удовлетворению платежеспособного спроса покупателей на основе свободного, взаимного соглашения, возмездности, эквивалентности и конкурентности.

Сущность рынка находит своё выражение в главных его экономических функциях, выражающих основное назначение данной категории.

Интегрирующая



Интегрирующая функция состоит в соединении сферы производства (производителей), сферы потребления (потребителей), а также торговцев-посредников в единый процесс активного обмена продуктами труда и услугами. Без рынка производство не может служить потреблению, а потребитель не сможет удовлетворить свои потребности.

Регулирующая функция предполагает воздействие рынка на все сферы экономики, обеспечивает согласование производства и потребления в ассортиментной структуре, сбалансированность спроса и предложения по цене, объёму и структуре, пропорциональность в производстве и обмене между регионами, сферами национальной экономики.

Рынок даёт ответы на вопросы: что производить? Для кого производить? Как производить?

Стимулирующая функция состоит в побуждении производителей к созданию новой продукции, необходимых товаров с наименьшими затратами и получением достаточной прибыли, стимулировании НТП и на его основе – интенсификации производства и эффективности функционирования всей экономики.

Ценообразующая (эквивалентная) функция – при этом рынок сопоставляет индивидуальные затраты труда на производство товаров с общественным эталоном, т.е. соизмеряет затраты и результаты.

Контролирующая функция – выполняет роль главного контролёра конечных результатов производства. На рынке выявляется, в какой мере нуждам покупателей соответствует не только количество, но и качество товаров и услуг.

Посредническая функция обеспечивает встрече экономически обособленных производителей и потребителей с целью обмена результатами труда.

Информационная функция даёт участникам рынка информацию о спросе и предложении товаров и услуг на рынке.

Функция экономичности предполагает сокращение издержек обращения в сфере потребления (затрат покупателей на покупку товаров).

Функция реализации интересов рыночных субъектов обеспечивает взаимосвязь этих интересов по принципу: «Дай мне то, что мне нужно, и ты получишь то, что тебе нужно…». Экономический интерес продавцов состоит в получении большего дохода, а покупателя – в удовлетворении потребности с наименьшими затратами. Соединение этих интересов предполагает обмен нужными друг другу полезностями и эквивалентность рыночной сделки.

Рынок и неопределённость

Целый ряд товаров принадлежит к категории товаров длительного пользования. Это автомобили, бытовая электротехника, мебель. Эти товары приносят пользу своим владельцам на протяжении многих лет. Однако, чем больше они служат, тем труднее бывает предвидеть и оценить все издержки, связанные с их эксплуатацией. Так, купленная мебель может разочаровать нас тем, что быстро теряет внешний вид и не столь удобна, как это казалось при покупке. Поэтому, приобретая товар длительного пользования, потребитель принимает рыночные решения в условиях некоторой неопределённости. Аналогично от действует и при покупке финансовых активов, например,

акций: никогда нельзя предугадать точно заранее, будет ли курс расти или падать. Это своего рода азартная игра, при котором шансы на выигрыш или проигрыш не известны. Такая ситуация характеризуется как *неопределённость.*

В противоположность неопределённости ситуация, при которой вероятность совершения какого-либо события известна, называется *риском.*

Исследователи считают, что всех людей можно разделить на три группы в зависимости от их поведения в ситуации риска: любители риска, противники риска и нейтралы.
Любители риска продолжают игру даже при неблагоприятных шансах.

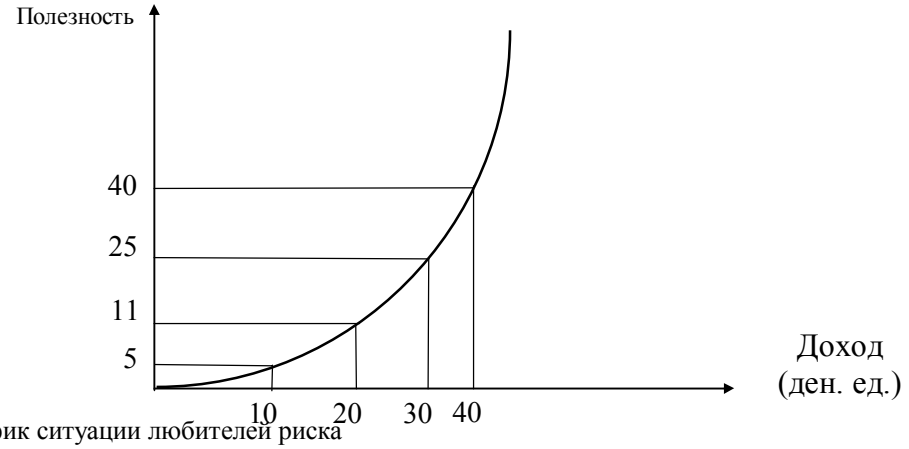


Рис. 1. График ситуации любителей риска

Нейтралы вступают в игру при благоприятных шансах и не вступают при неблагоприятных. Если шансы равные, нейтралы не высказывают предпочтения по принятию риска.

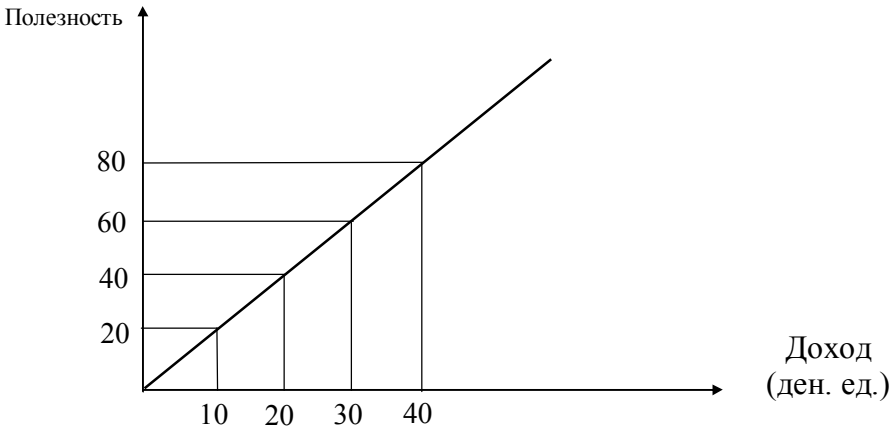


Рис.2. Нейтральная ситуация на риск

Противники риска, скорее всего, не будут рисковать вообще, даже если их шансы на выигрыш благоприятны.

Учёные утверждают, что большинство людей принадлежат к категории противников риска. Людям свойственно стремление избегать неизвестности, неопределённости, опасности и пр.
В общем случае, уклонение от риска во многих жизненных ситуациях, является рациональным поведением, максимизирующим совокупную полезность. В ряде случаев риск может быть снижен за счёт диверсификации, страхования или приобретения дополнительной информации.

Свидетельством расположения людей к риску в современных условиях является их предрасположенность к предпринимательской деятельности.

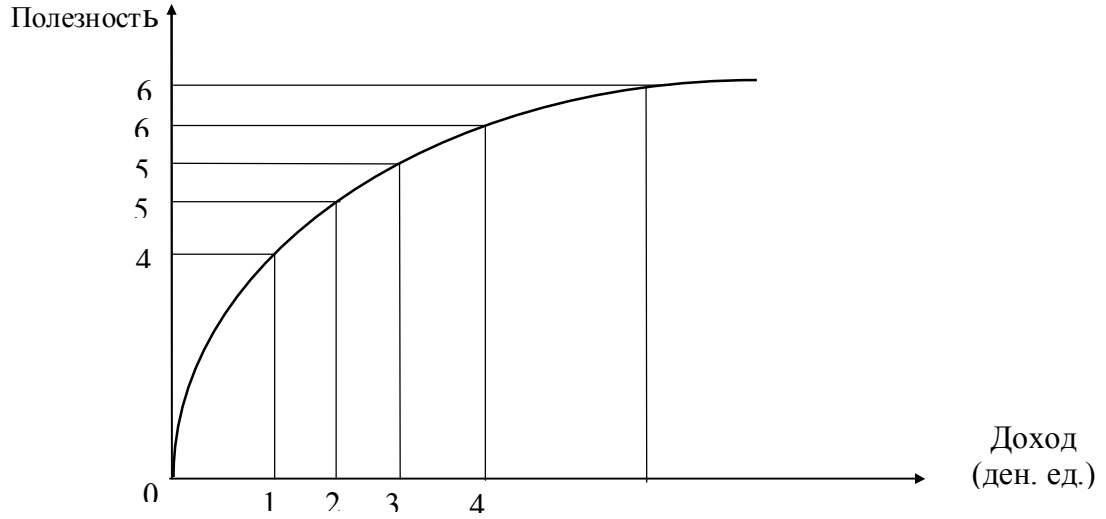


Рис. 3 . График противников риска

Экономические потери и прибыль фирмы в условиях неопределённости

Известно, что хозяйствующее звено или фирма не всегда получает экономическую прибыль. Более того, далеко не всегда фирма может получить нормальную прибыль. Ситуация на рынке может оказаться неблагоприятной, а рыночная цена может опуститься настолько низко, что общие средние издержки не будут целиком компенсироваться, следовательно, не будет и нормальной прибыли. Данную ситуацию отобразим графически на рис.4.

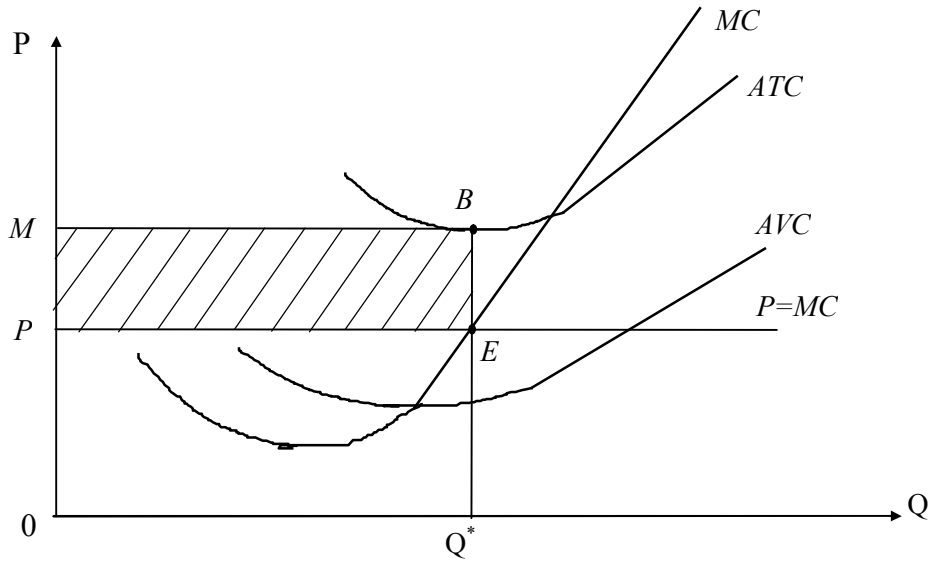


рис. 4. Минимизация убытков фирмы

Рыночная цена P. и соответствующая ей кривая спроса на продукцию фирмы расположена ниже всей кривой средних издержек. Поэтому в точке равновесия, равно как и при любом другом объёме производства, фирма будет нести экономические убытки. Величина убытков на единицу продукта составляет разность между средними издержками и рыночной ценой продукта. На рис. 4.

это соответствует интервалу ВЕ. Общая величина убытков равна площади прямоугольника МВЕР или произведению средних убытков на объём выпуска продукта.

Если фирма в данный период решит прекратить производство, то данное решение не предзнаменует освобождение от потерь. Существуют постоянные издержки, которые не зависят от объёма выпускаемой продукции. Это платежи, которые необходимо осуществлять, даже если фирма вообще ничего в данный момент не производит. Поэтому при закрытии фирма несёт убытки, равные постоянным издержкам.

Однако, помимо постоянных издержек, существуют ещё и переменные издержки. Если настоящая цена покрывает переменные издержки, то рациональным решением для фирмы будет продолжение производства, чтобы получить операционную прибыль и минимизировать издержки.
На рис. 4. линия спроса проходит ниже кривой средних издержек, но в точке равновесия – выше кривой средних переменных издержек. В силу этого данная цена позволяет фирме получить **операционную прибыль** (избыток цены над средними переменными издержками, умноженный на объём выпуска продукции).
Если же рыночная цена спускается настолько низко, что она не может покрыть не только средние издержки в целом, но даже и средние переменные издержки, то в данном случае производство становится нецелесообразным даже в краткосрочном периоде.
Отсюда, сделаем вывод, что не вся кривая предельных издержек олицетворяет собой кривую предложения фирмы, а только та её часть, которая лежит выше кривой нё средних переменных издержек.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)
9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)
11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т.,
Узбекистан, 2008г. -124с. (25)

Тема 9: Фирма и её организационно-экономические основы

Цель лекции: раскрыть сущность фирм и их типы. Дать понятие организационно-экономическим основам предпринимательства, определить роль и место фирм в условиях конкуренции, определить особенности деятельности фирм в условиях Узбекистана.

Основные термины и понятия

Понятие фирмы, организационные формы предпринимательских фирм, частные фирмы, преимущества и недостатки частных фирм, общества с ограниченной и неограниченной ответственностью, акционерные предприятия, ответственность предприятий, преимущества и недостатки акционерных форм хозяйствования, государственные предприятия, кооперативы.

Вопросы по теме:

1. Чем отличаются термины «предпринимательство» и «бизнес»?
2. Дайте основные черты предпринимательской деятельности?
3. Назовите формы предпринимательства?
4. Дайте характеристику организационным формам бизнеса?
5. Какие барьеры препятствуют широкомасштабному развитию предпринимательства в Узбекистане?
6. Какие задачи возложены на класс предпринимательства и бизнеса?
7. Какие независимые структуры призваны содействовать деятельности предпринимателей?
8. Какие законы и постановления правительства регулируют и упорядочивают предпринимательскую деятельность в Узбекистане?

ПЛАН:

5. Сущность фирмы и её типы.
6. Организационно-экономические основы предпринимательства.
7. Фирмы в условиях конкуренции.
8. Особенности деятельности фирм в условиях Узбекистана.

Сущность фирмы и ее типы

«Фирма» и «предприятие» кардинально различные категории экономической науки, хотя в литературе (зарубежной и отечественной) они отождествляются. Под предприятием следует понимать определенный производственно-технический комплекс, используемый для производства товаров или (и) услуг в любой отрасли национальной экономики. Предприятиями являются металлургический завод, автобусный парк, угольная шахта и т.д.

Фирма — это организационно-экономическая, общественная, предпринимательская форма производства. Фирма — основной агент рыночной системы любой современной страны. Как за рубежом, так и в Узбекистане имеет место значительное многообразие типов фирм.

Фирма — это имущественный комплекс, используемый собственниками этого имущества для осуществления предпринимательской деятельности. В состав фирмы входят все виды имущества, предназначенные для ее деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, нереализованную продукцию, права требований, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие ее деятельность (фирменное наименование, товарные знаки), и другие исключительные права.

При установлении размеров фирмы, масштабов ее деятельности учитывают, по крайней мере, следующее. С увеличением размеров фирмы, расширением поля деятельности значительно возрастает сложность ее деятельности, обусловленной как увеличением масштабов, так и расширением номенклатуры продукции. Возрастание сложности управления ведет к увеличению риска.

Каждая фирма (индивидуальная или коллективная) имеет свою внутреннюю структуру и статус, размеры и сферы деятельности, в которых она наиболее эффективна. Все формы предпринимательства имеют свои преимущества и недостатки.

Первоначально слово «фирма» (от ит. Firma — подпись) означало «торговое имя» коммерсанта. В настоящее время фирма-элемент любой рыночной экономики, субъект предпринимательской деятельности, обладающий экономической и юридической самостоятельностью.

В развитой рыночной экономике фирмы многообразны. Они занимаются производством товаров, их реализацией, оказанием самых различных услуг: финансовых, посреднических, информационных, консультативных, научно-исследовательских и др.

По сферам предпринимательской деятельности они могут быть промышленными, агропромышленными, сельскохозяйственными, строительными, транспортными, телекоммуникационными, торгово-посредническими, венчурными, рекламными, инжиниринговыми, юридическими и т.д.

В Узбекистане фирмы могут создаваться с правом юридического лица и преследовать извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности (коммерческие организации). Это могут быть микрофирмы и малые предприятия, совместные предприятия, общества с ограниченной ответственностью, государственные унитарные предприятия и т.п. Существует несколько подходов к объяснению возникновения и развития фирм.

Во-первых, фирма представляет собой организационно-экономическую систему, с помощью которой осуществляются производственные процессы для создания товаров и услуг.

Во-вторых, в социально-экономическом отношении фирмы - это общность людей, объединенных едиными мотивам действия.

В-третьих, фирма - совокупность взаимовыгодных контрактов. Последнее определение интересно потому, что фирма представляется не как объединение людей, машин и технологий, а как механизм реализации рыночных отношений, в основе которых лежат хозяйственные сделки - трансакции.

Можно выделить следующие виды транзакционных затрат: поиск информации о состоянии рынка - о потенциальных поставщиках и покупателях, ценах, характеристиках товаров и услуг; заключение сложных контрактов, включающих оговорки на случай непредвиденных обстоятельств; долгосрочные отношения по отдельным вопросам; периодически повторяющиеся сделки по продаже различных товаров; соблюдение условий контрактов; юридическое сопровождение выполнения контрактов.

Фирмы возникают и в связи с большими затратами на осуществление бесчисленного количества сделок.

Внутрифирменные экономические связи (внутрифирменные трансакции) охватывают многогранную деятельность фирмы по организации производства, рациональному использованию факторов производства.

Рыночные (внешние) и внутрифирменные трансакции тесным образом связаны между собой. Их соотношение детерминирует оптимальный размер фирмы, иначе можно было бы рассматривать национальную экономику как одну гигантскую фирму.

Организационно-экономические основы предпринимательства

Предпринимательство – это хозяйственная деятельность с использованием новизны, риска, изобретательства с целью получения доходов. Но в широком смысле это предприимчивость, инициативность, активность в сфере экономики.

Предпринимательство характеризуется следующими чертами:

11) экономическая самостоятельность в выборе хозяйственной деятельности и её методов;
12) новаторство;
13) полная и долевая ответственность за принимаемые решения и их последствия;
14) риск;
15) ориентация на достижение экономического успеха.

Предпринимательство выполняет особую функцию – обеспечивает развитие и совершенствование экономики, её постоянное обновление, создание инновационной среды, ломающей традиционные структуры и открывающей дорогу к новому.

Наиболее распространены следующие формы предпринимательских фирм:

А) индивидуальная;

Б) совместная;

В) инновационные фирмы – проводники НТП.

Появление предпринимательской деятельности связано с потребностью человека в свободном самовыражении личности в хозяйственной деятельности. В этом смысле оно существует с момента возникновения человеческого общества.

Предпринимательство – это одна из форм бизнеса. Бизнес, в свою очередь, представляет собой систему, охватывающую экономические действия всех хозяйственников в единое целое.
Классификация форм бизнеса осуществляется на основе самых разнообразных критериев. Выделяют потребительский (домашнее хозяйство) и трудовой (сделки наёмного труда и т.д.) бизнес. С учётом размеров бизнеса различают мелкий, мельчайший (микро), средний и крупный. По формам собственности можно выделить частный, государственный и коллективный бизнес. С учётом сферы приложения капитала можно говорить о бизнесе в промышленности, торговле, образовании, агробизнесе и т.д. По степени интернационализации капитала можно выделить национальный и международный бизнес (транснациональные корпорации) и др. На основе развития организационных форм бизнеса выделяется простая кооперация, мануфактура, фабрика, акционерное общество, монополии, международные концерны. По правовому (юридическому) положению можно выделить индивидуальные фирмы, полное товарищество, кооперативы, смешанное общество и т.д.

Фирма в условиях конкуренции

Условия, в которых протекает рыночная конкуренция, иными словами, рыночная структура, могут быть разными. Структура рынка определяется количеством и размерами фирм, характером продукции, легкостью входа на рынок и выхода из него, доступностью информации.
Чтобы понять состояние фирмы в условиях конкуренции, обратимся к рассмотрению четырех типов рыночных структур: совершенной конкуренции, чистой монополии, монополистической конкуренции и олигополии.
Совершенная конкуренция — это рыночная структура, характеризуемая большим количеством мелких фирм, однородностью продукции, свободой входа и выхода и равным доступом к информации.
Чистая монополия — рыночная структура, где одна фирма является единственным продавцом товара или услуги, не имеющим субститутов. Проникновение в отрасль дополнительных фирм заблокировано, так что фирма представляет собой всю отрасль.
Монополистическая конкуренция — рыночная структура, состоящая из множества фирм, выпускающих неоднородную продукции, характеризуется свободным входом и выходом.
Олигополия — рыночная структура, состоящая из небольшого числа фирм, причем по крайней мере некоторые из них имеют большие размеры относительно размеров рынка.

Характеристика структуры						
Модель рынка	Число фирм	Характер продукции	Условия вступления в отрасль	Контроль над ценой	Доступность информации	Отрасли
Совершенная конкуренция	Очень большое число фирм	Однородная	Очень легкие	Отсутствует	Равный	Сельское хозяйство
Монополистическая конкуренция	Много	Разнородная	Сравнительно легкие	Некоторый, но ограничений	Некоторые ограничения	Розничная торговля, производство одежды, обуви
Олигополия	Несколько	Однородная или разнородная	Возможные препятствия	Ограниченный взаимной зависимостью	⇒	Производство стали, автомобилей, сигарет
Монополия	Одна	Уникальная	Блокировано	Значительный	⇒	Местные предприятия обществен

						ного значения

Фирма, работающая в условиях совершенной конкуренции, сталкивается с целым рядом ограничений. Прежде всего это ограничения, связанные с издержками. Все фирмы имеют доступ к одной и той же технологии и знают, где им следует покупать необходимые виды ресурсов по одинаковым ценам. Резервы экономии, обусловленной увеличением масштабов производства, истощаются при достаточно малых объемах выпуска продукции по сравнению с тем же объемом спроса, который предъявляется рынком при сложившемся уровне цен. Поэтому рынок создает достаточное пространство для множества фирм.

Кроме того, существуют ограничения, связанные со спросом: фирма не может повлиять на цену и принимает сложившуюся рыночную цену, т.е. является "прайс-тей-кером", иными словами, цена, по которой фирма продает свою продукцию, определяется силами, неподвластными фирме. Речь идет об условиях спроса и предложения на рынке в целом. В связи с этим следует различать рыночный спрос и спрос на продукцию отдельной фирмы в условиях совершенной конкуренции. Для отрасли, т.е. для всех фирм, производящих определенный продукт, объем продаж может быть увеличен только путем установления более низкой цены на товар. Все фирмы вместе, а не отдельная, действуя независимо, одновременно могут повлиять и действительно влияют на общий объем предложения и, следовательно, на рыночную цену. Если один-единственный производитель увеличивает или уменьшает выпуск при неизменных объемах производства у всех других конкурирующих фирм, это не оказывает существенного влияния на общий объем предложения и рыночную цену.

Спрос на продукцию фирмы характеризует ее доход.

Известно, что в условиях совершенной конкуренции цена является постоянной, следовательно, каждая дополнительно проданная единица продукции добавляет к валовому доходу постоянную сумму, равную цене. Предельный доход постоянен в условиях совершенной конкуренции потому, что дополнительные единицы продукции могут быть проданы по постоянной цене.

Итак, имея исходные данные, мы можем рассмотреть, как фирма принимает решения об объемах производства в конкретных ситуациях. Они могут быть многообразны, но среди них можно выделить три основные: максимизация прибыли, минимизация убытков, прекращение производства.

В каждой из этих трех ситуаций к определению оптимального объема производства возможны два подхода: сопоставление валового дохода с валовыми издержками и предельного дохода с предельными издержками.

Оба подхода применимы не только к чисто конкурентной фирме, но и к фирмам, функционирующим в условиях любой из трех основных рыночных структур. Поскольку второй подход дает более точную и обоснованную характеристику поведения фирмы, мы остановимся на нем более подробно.

Подход к определению объема производства, максимизирующего прибыль, "валовой доход — валовые издержки" имеет следующую логику: вычитая полные издержки из совокупного дохода, получаем совокупную прибыль, которую имеет фирма при каждом конкретном уровне выпуска продукции.

Рассмотрим обстоятельства, в силу которых одна фирма может стать единственным поставщиком продукции на рынке. Случай закрытой монополии существует тогда, когда она защищена от конкуренции с помощью юридических ограничений, например патентная защита, институт авторских прав и т.п. Естественная монополия — это ситуация, в которой долгосрочные средние издержки достигают минимума только тогда, когда одна фирма обслуживает весь рынок, т.е. отрасль представлена одной фирмой. В данной ситуации разделение выпуска между двумя или большим количеством фирм приведет к тому, что масштабы каждой из них будут неэффективно малы. С естественными монополиями, в основе которых лежит экономия на масштабах производства, тесно связаны монополии, базирующиеся на владении уникальными природными ресурсами. Открытая монополия представляет собой ситуацию, когда одна фирма становится

единственным поставщиком продукта, но не имеет специальной защиты от конкуренции. В такой ситуации часто оказываются фирмы, впервые вышедшие на рынок с новой продукцией.
Для монополии, так же как и для совершенной конкуренции, главным принципом является максимизация прибыли фирмы. Однако ограничения, с которыми сталкивается монополия, отличны от ограничений в условиях совершенной конкуренции и имеют свою специфику. Так как монополист функционирует на рынке один, количество продукции, которое может быть продано на рынке, увеличивается по мере того, как цена падает. Монополист может устанавливать и цену товара, и его количество, но при этом выбирает такую комбинацию "цена - количество", которая принесет максимальную прибыль. Поскольку он ищет наиболее "доходную" цену из всего набора цен, его можно назвать "искателем цены". Здесь речь идет о монопольной власти. Фирма обладает монопольной властью тогда, когда она может воздействовать на цену своего товара, изменяя его количество, которое она готова продать.

Монополия, продающая в каждый конкретный момент времени свою продукцию по одной и той же цене всем своим покупателям, называется *простой монополией*.
Рассмотрим процесс максимизации прибыли фирмой-монополистом. До тех. пор пока предельный доход превышает предельные издержки, увеличение выпуска на единицу увеличивает совокупный доход в большей степени, чем совокупные издержки, и тем самым увеличивает совокупную прибыль. Когда предельный доход становится меньше предельных издержек, поэтому любое дальнейшее увеличение выпуска продукции ведет к уменьшению совокупной прибыли.

Особенности деятельности фирм в условиях Узбекистана
Развитие деятельности фирм в условиях Узбекистана связано с рядом трудностей и противоречий:
во-первых, бизнес-деятельность в Узбекистане формируется в условиях определённых административных ограничений, лишающих фирмы некоторой части конечного результата деятельности;
во-вторых, свободе хозяйственной деятельности противостоит монопольная организация хозяйства, которую нельзя отменить только волевым решением, поскольку экономические структуры Узбекистана десятилетиями создавались как региональные монополии;
в-третьих, товарно-денежный обмен в Узбекистане затруднён несовершенством финансово-кредитных отношений (проблема обналичивания денег, кризис неплатежей, внебанковский оборот наличности и т.д.), а также высокими темпами инфляции.
В Узбекистане все необходимые условия развития предпринимательской деятельности имеются лишь частично, что накладывает отпечаток на формы и стиль бизнеса. Можно отметить характерные особенности хозяйственной деятельности в Узбекистане.
Процесс дележа собственности идёт негласно и представляет собой почву для различного рода злоупотреблений и создания криминальных структур.
Определённая часть хозяйственной деятельности фирм не нацелена на длительную перспективу, а служит исключительно средством накопления первоначального капитала, что усиливает нестабильность, неопределённость и недоверие в сфере бизнес-деятельности. Из организационных форм предпринимательской деятельности в современной экономике самым популярным и действенным оказался малый бизнес. Они явились фундаментом и своеобразным гарантом рыночной системы. Однако их число не проявляется их качеством. На сегодняшний день такого рода хозяйственная деятельность уже должна была способствовать решению такого рода экономических задач, как:

- поддерживание конкуренции во всех секторах национальной экономики, создавая тем самым альтернативу монопольным структурам;
- наполнить рынок товарами и услугами местного производства;
- создать рабочие места, смягчая проблему безработицы в стране;
- сформировать предпринимательский слой, предоставляя людям проявить и реализовать свои предпринимательские способности.

Второй по распространённости формой предпринимательской деятельности являются акционерные общества. В отличие от предприятий малого бизнеса акционерные общества

обладают значительной устойчивостью и прочностью в неблагоприятные периоды, так как у них шире возможности накопления. Кроме того, такая форма хозяйственной деятельности широко применима практически в любой сфере экономики – промышленности, банковском деле, на транспорте, строительстве и т.д. В таких сферах, как торговля, закупки, сбыт, посредничество развит сектор малого бизнеса.

Специфической проблемой малого бизнеса в Узбекистане является финансовая проблема и проблема правовой неграмотности самих хозяйственников.

Эти и другие проблемы малого бизнеса на сегодняшний день решаются посредством государственной программы развития малого бизнеса и частного предпринимательства в форме экономической и юридической поддержки. Такая поддержка включает в себя льготное кредитование, льготное налогообложение, экспортную ориентацию производства и т.п.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)
9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)
11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т.,
Узбекистан, 2008г. -124с. (25)

Тема 10: Теория производства

Цель лекции: охарактеризовать производственный характер в краткосрочном и долгосрочном периодах, дать понятие закона убывающей отдачи факторов производства, определить алгебраический вид функции минимизации издержек производства, дать понятие изокванты и изокосты.

Основные термины и понятия

Процесс производства, технология производства, факторы и виды производства, понятие функции производства, понятие изокванты и её свойства, процесс производства в краткосрочном и долгосрочном периодах, понятие изокосты, закон убывающей отдачи производства.

Вопросы по теме:

1. Дайте понятие краткосрочного и долгосрочного периодов производства?
2. Что гласит закон убывающей отдачи?
3. Охарактеризуйте средний и предельный продукты труда?
4. Метод расчёта среднего продукта предприятия?
5. Понятие переменных и постоянных факторов производства?
6. Приведите формулу минимизации издержек производства?

7. Графическое расположение изоквант?
8. Графическое описание изокост?

ПЛАН:

3. Производство в краткосрочном периоде.
4. Производство в долгосрочном периоде.

Производство в краткосрочном периоде

Краткосрочным называется период, в течение которого, по крайней мере, один фактор производства сохраняет прежние размеры (т.е. является фиксированным, постоянным), а фирмы не могут ни покинуть отрасль, ни войти в неё.
Долгосрочным, напротив, называется период, достаточно продолжительный для того, чтобы все факторы имели возможность изменить свои размеры, т.е. стать переменными, а фирмы могли покинуть отрасль или войти в неё.
Наиболее важная особенность производства в краткосрочном периоде состоит в том, что производительность ресурсов подвержена убывающей отдаче.
Закон убывающей отдачи гласит, что если к фиксированным по размеру факторам добавлять дополнительные единицы переменного фактора, то настанет момент, когда получаемый в результате добавочный продукт начнёт неуклонно снижаться. Другими словами, предельный (добавочный) продукт, полученный от единицы переменного фактора, имеет тенденцию к понижению в краткосрочном периоде. Эта тенденция продемонстрирована при помощи табл. 1 и рис. 1.
Таблица 1

Труд (рабочие)	Совокупный продукт, шт.	Предельный продукт труда	Средний продукт труда
L	TP	MP	AP
1	10	10	10,0
2	25	15	12,5
3	35	10	11,7
4	40	5	10,0
5	42	2	8,4
6	42	0	7,0

Этот закон объясним следующим образом. Например, из тактических соображений предприниматель решил быстро выбросить на рынок дополнительную партию товара. Естественно, что он не может моментально построить новый цех или оснастить его дополнительным оборудованием. Размеры капитала в краткосрочном периоде остаются прежними. Но, предприниматель может нанять дополнительных рабочих, которые, предположим, будут работать в ночную смену на уже имеющихся станках, или нанять рабочих, которые будут помогать основным рабочим, т.е. подносить заготовки, убирать отходы, складировать готовые изделия и т.п. В результате наём каждого дополнительного работника может увеличить объём производства. Однако, с каждым новым работником это будет сделать всё труднее и труднее. Прирост продукции с каждым разом будет всё меньше. Наконец, может настать тот момент, когда множество людей буду просто путаться друг у друга под ногами, мешать друг другу и снижать отдачу. Это означает, что предельный продукт (т.е. прирост продукции) станет равен нулю, следовательно, в такой ситуации, надо прекратить наём работников. Дальнейшее наращивание производства возможно только при большем его масштабе, т.е. при одновременном увеличении размеров, как труда, так и капитала.

Средний продукт труда характеризует количество изделий, выпущенных в среднем одним работником:

$AP = TP / P. (= Q / L)$

Производство в долгосрочном периоде

В долгосрочном периоде все факторы становятся переменными в том смысле, что у предпринимателя есть достаточно времени, чтобы изменить их размер (например, построить новый завод, установить новую партию станков).

Факторы производства могут быть использованы не только совместно, но и в определённой степени они могут заменять друг друга. Поэтому предпринимателю надлежит выбрать такую технологию, которая позволит минимизировать издержки производства.

Формула минимизации издержек выглядит следующим образом:

$MP_L / P_L = MP_K / P_K$

Данная формула означает, что отдача от каждого вложенного сума издержек должна быть одинаковой для каждого ресурса. Если на вложенный сум предельный продукт труда будет больше, чем предельный продукт капитала, предприниматель будет нанимать больше работников и сократит количество используемого капитала. И наоборот.

К такому же выводу можно подойти, сделав анализ изоквант и изокост в долгосрочном периоде.

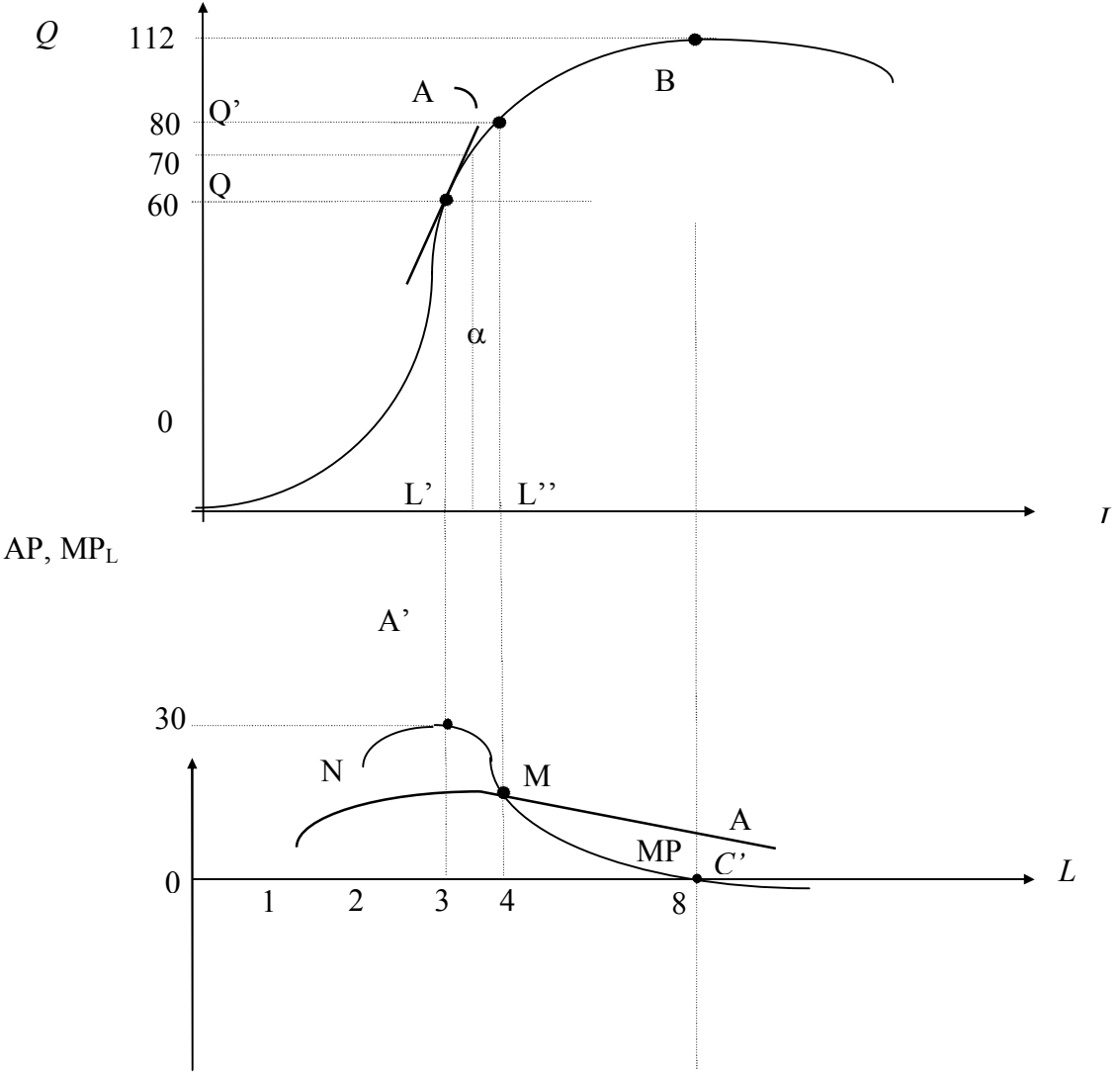


рис.1. Производственный график на основе изменения одного из факторов производства (труда)

Изоквантой называется геометрическое место точек, соответствующих всем комбинациям двух ресурсов, способным произвести заданный объём продукта. По существу и графически изокванты напоминают кривые безразличия. Действительно, предпринимателю безразлично, какую комбинацию ресурсов применить: А, В или С, поскольку в любом случае будет произведено одно и тоже количество товара (рис. 2).

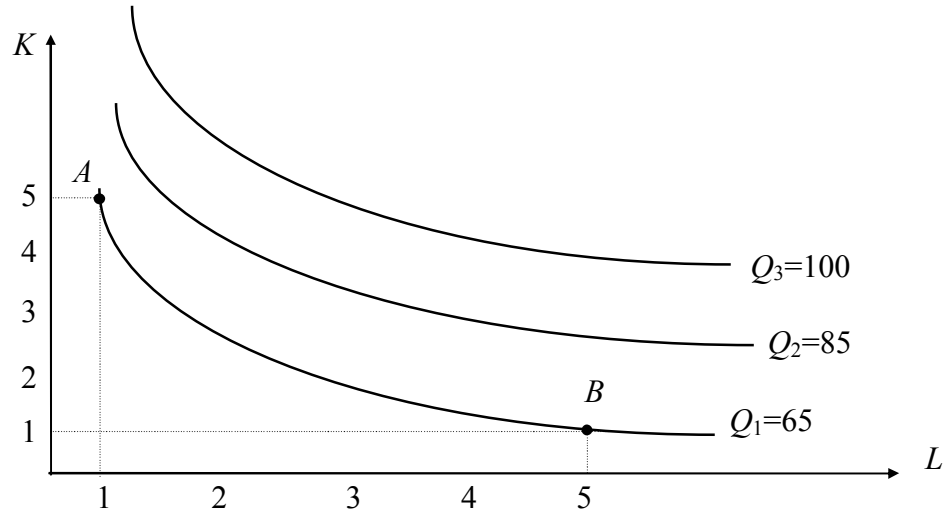


Рис. 2 Изокванты.

Изокванты обладают теми же свойствами, что и кривые безразличия. Их число на одной карте выбора фирмы бесконечно. Они никогда не пересекаются. Чем выше расположена изокванта, тем большему объёму выпуска она соответствует.

Изокоста есть геометрическое место точек, соответствующих всем комбинациям двух ресурсов, которые имеют одинаковую стоимость. Изокоста аналогична бюджетной линии потребителя.

Изобразим на одном рисунке несколько изокост, характеризующих разные уровни издержек производства, и изокванту, показывающую заданный объём производства.

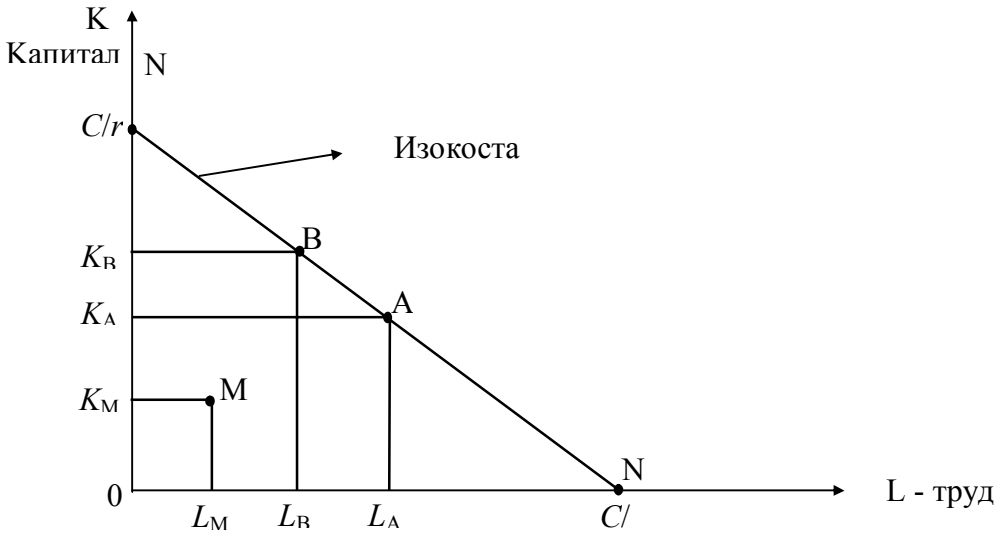


Рис.3. Изокоста.

Там, где изокванта коснётся одной из изокост лишь одной своей точкой (это будет изокоста, расположенная по возможности наиболее близко к началу координат), заданный объём производства будет произведён при наименьших издержках (рис. 3).

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)
9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)
11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т.,
Узбекистан, 2008г. -124с. (25)

Тема 11: Издержки производства

Цель лекции: дать понятие издержек производства и прибыли, раскрыть сущность издержек производства в краткосрочном и долгосрочном периоде. Определить экономическую и бухгалтерскую прибыль в деятельности предприятия.

Основные термины и понятия

Деятельность предприятия в краткосрочном и долгосрочном периодах, понятие об издержках, упущенные возможности и альтернативные затраты, экономические и бухгалтерские издержки, внутренние и внешние издержки, экономическая и нормальная прибыль, совокупные расходы, фиксированные и переменные издержки, средние издержки, предельные издержки, графики издержек производства, формулы расчёта средних, фиксированных, переменных и предельных издержек производства.

Вопросы по теме:

1. Понятие издержек производства?
2. Явные и скрытые издержки производства?
3. Понятие прибыли и формула её расчёта?
4. Общее понятие и графическое изображение переменных и фиксированных издержек производства?
5. Формулы расчёты средних фиксированных и средних переменных издержек?
6. Понятие средних издержек, формула расчёта?
7. График средних издержек?
8. Графически проанализируйте взаимосвязь издержек в краткосрочном и долгосрочном периодах?
9. Положительное и отрицательное значение эффекта масштаба?
10. Как объясняется эффект убывающей производительности?

ПЛАН:

4. Понятие издержек производства и прибыли
5. Издержки в краткосрочном периоде.
6. Издержки производства в долгосрочном периоде.

Понятие издержек производства и прибыли

Издержки производства являются одновременно и простой и очень сложной категорией. Простой, потому что само значение слова «издержки» подсказывает: это то, во что обходится предпринимателю организация производства, а сложной – потому что существует ряд методологически разных подходов к определению сущности, классификации и величины издержек.

Издержки производства иначе можно назвать вменёнными издержками, т.е. издержки, характеризующие наилучшую комбинацию из утраченных альтернатив. Вменённые издержки включают явные и скрытые.

Явные издержки определяются ценой факторов производства, приобретённых на рынке, т.е. той ценой, которая заставляет поставщика ресурсов (или предприятие) выбрать данную сделку в качестве наилучшей для него альтернативы.

Скрытые издержки не предполагают передачу денежных средств при совершении рыночной сделки. Тем не менее, здесь также речь пойдёт об определённых жертвах. Например, собственник земельного участка, производственного помещения или оборудования мог бы не использовать их сам, а сдать в аренду, получая регулярные рентные платежи. Неполученная рента составляет вменённые издержки использования собственных инвестиционных ресурсов. Другой пример: владелец маленького ресторана сам участвует в работах на кухне, в обслуживании клиентов, ведении бухгалтерии. Даже если он не начисляет себе за этот труд заработную плату, это всё

равно его вменённые издержки, поскольку он мог бы работать в другом месте по найму и получать заработную плату. Неполученная заработная плата составляет вменённые издержки (упущенные возможности) содержания ресторана. Скрытые издержки не учитываются в бухгалтерских книгах. Однако экономисты почти всегда принимают их во внимание.
Существует ещё один компонент вменённых издержек производства: это нормальная прибыль.
Нормальная прибыль представляет собой ту минимальную прибыль, которая позволяет капиталу удерживаться в данной сфере применения. Таким образом, эту прибыль можно считать определённой ценой капитала, ценой инвестиций, ценой присутствия в бизнесе. Если цена присутствия в бизнесе окажется ниже возможных доходов в другом месте, предприниматель закроет производство и переведёт свой капитал в иную отрасль. Именно поэтому нормальная прибыль расценивается как разновидность издержек.
Таким образом, полные вменённые издержки включают:

- Явные издержки;
- Скрытые издержки;
- Нормальную прибыль.

Для бухгалтера прибыль равна разнице между совокупной выручкой и явными издержками.
Прибыль = (совокупная выручка) - (явные издержки)

Для экономиста прибыль есть разница между совокупной выручкой и полными вменёнными издержками.

Прибыль = (совокупная выручка) - (вменённые издержки)

Поскольку экономические издержки больше бухгалтерских, то экономическая прибыль меньше бухгалтерской.

Издержки в краткосрочном периоде

Все издержки производства можно классифицировать по нескольким признакам. Прежде всего, различают фиксированные и переменные издержки.

Фиксированные издержки (TFC) включают все обязательные платежи: налоги, арендную плату, платежи по долгосрочному лизингу оборудования, оплату охраны, оплату труда некоторых ценных специалистов и пр. Особенностью этих издержек является то, что их величина не зависит от объёма производства. Даже если выпуск продукции временно будет приостановлен, фирма всё равно обязана платить налоги, проценты по кредитам и т.д.

Переменные издержки (TVC) напрямую зависят от объёма производства и меняются вместе с ним. К переменным издержкам относятся затраты на материалы и сырьё, электроэнергию, оплату труда наёмных рабочих и служащих.

Фиксированные и переменные издержки в совокупности образуют *совокупные (общие) издержки производства* (TC).

Графически фиксированные издержки изображаются в виде горизонтальной линии, переменные и общин издержки – в виде изогнутых восходящих кривых (рис. 1. и 2).

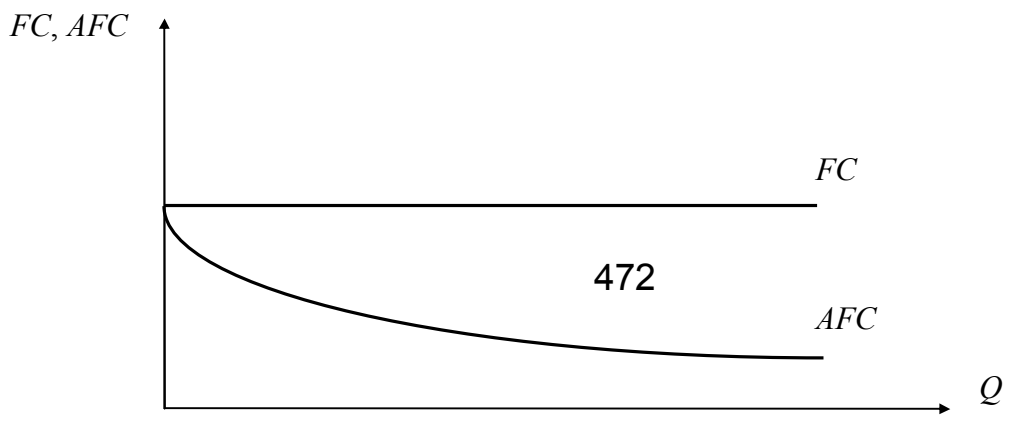


Рис.1. Графики фиксированных общих и фиксированных средних издержек.

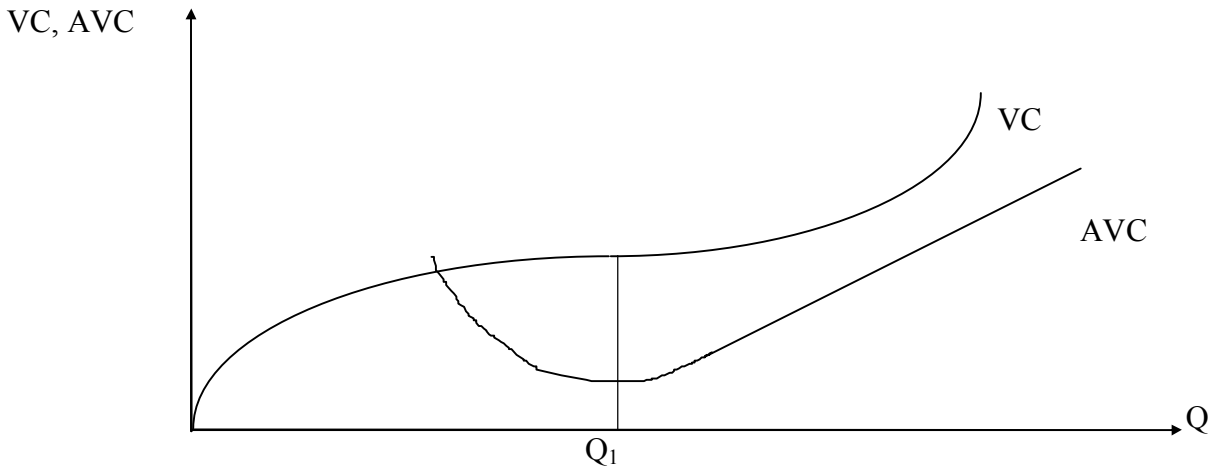


рис. 2. Графики общих переменных и средних переменных издержек.

Обратим внимание, что вертикальное расстояние между кривыми переменных и совокупных издержек равнозначно величине фиксированных издержек (рис. 3).

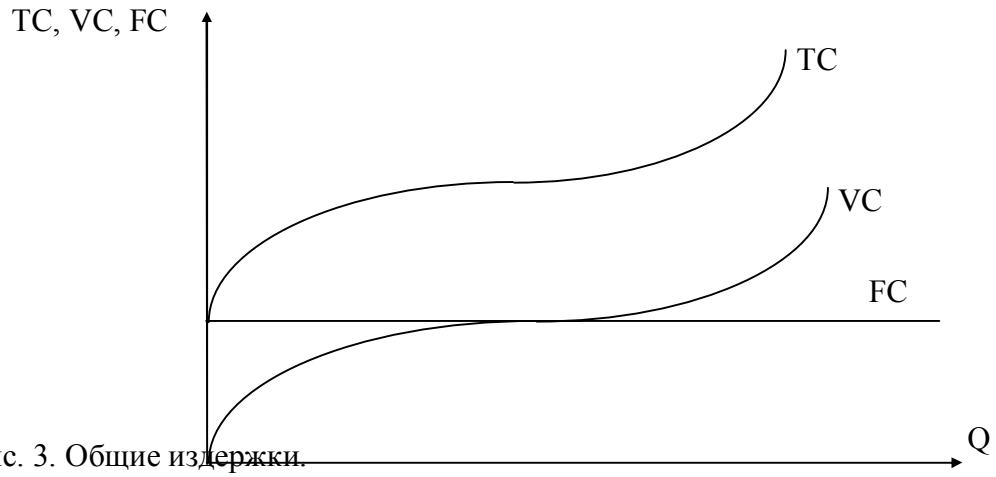


Рис. 3. Общие издержки.

Если разделить каждую из названных выше категорий на объём выпуска продукции, то будет получена ещё одна группа показателей издержек, а именно средние издержки. Средние затраты свидетельствуют о затратах на производство единицы продукции.

Различают:

Средние фиксированные издержки AFC = TFC / Q

Средние переменные издержки AVC = TVC / Q

Средние общие издержки или общие издержки ATC = AC = TC / Q.

Средние общие издержки равны сумме средних фиксированных и средних переменных издержек:

$ATC = AFC + AVC.$

Средние издержки представляют собой оборотную сторону производительности труда: чем выше средний продукт, приходящийся на единицу ресурса, тем ниже будут издержки в расчёте на единицу изделия.

В классификации издержек важное место принадлежит категории предельных издержек. Предельные издержки характеризуют возрастание общих издержек в связи с выпуском дополнительной единицы продукции.

Связь предельных издержек с общими переменными издержками рассмотрим, опираясь на данные таблицы 2.

Таблица 2

Количество продукта *Q* (TP)	Совокупные переменные издержки *TVC*	Предельные издержки MC
0	0	0
1	10	10
2	18	8
3	24	6

Общие переменные издержки равны сумме всех предельных издержек (24 = 10+8+6). Предельные издержки равны разнице между двумя рядом стоящими значениями совокупных переменных издержек: MC = $TVC_n - TVC_{n-1}$, или MC = $\Delta TVC / \Delta Q$.

Издержки производства в долгосрочном периоде

В долгосрочном периоде все элементы издержек изменчивы. Если для каждого объёма выпуска применялась комбинация ресурсов, обладающая наименьшей стоимостью, то в долгосрочном периоде кривая средних издержек будет являть собой совокупность точек, характеризующих минимальные для каждого объёма производства издержки (кривая LRAC).

Взаимосвязь издержек в краткосрочном и долгосрочном масштабах проанализируем на примере рис. 4.

На рис. 4. изображена серия кривых краткосрочных издержек, соответствующих различным размерам предприятия (масштабам производства). Пусть первоначально предприниматель находился в краткосрочном периоде 1. Он может наращивать производство пока не наступит эффект убывания отдачи, т.е. пока краткосрочные издержки не начнут расти. Далее возможности наращивания производства исчерпываются в краткосрочном периоде. Требуется некоторое время, чтобы предприниматель мог организовать производство в новом масштабе, например, построить новый завод, открыть новый цех, установить дополнительную партию станков. То есть должны быть изменены параметры всех видов ресурсов. Таким образом, предприятие достигает масштаба 2 и во втором краткосрочном периоде может увеличивать объём производства за счёт привлечения дополнительной рабочей силы и дополнительных партий сырья и материалов до тех пор, пока не начнёт действовать эффект убывающей производительности. Аналогично будет происходить переход к масштабу производства 3, 4, 5 и т.д.

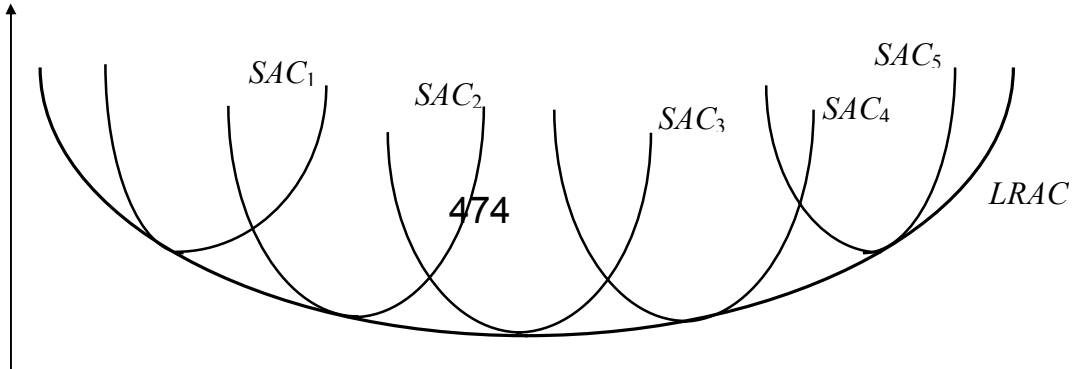


рис. 4. Кривая долгосрочных издержек «обволакивает» кривые краткосрочных издержек

Объединив все изменения в издержках разных краткосрочных периодов, получим кривую долгосрочных средних издержек, которая как бы обволакивает кривые краткосрочных издержек, являясь касательной к ним. Кривую долгосрочных средних издержек часто называют также кривой-конвертом, поскольку в ней, как в конверте, помещены все кривые краткосрочных периодов.

Форма и направленность кривой долгосрочных средних издержек может быть очень разной. Это зависит от того, как меняется величина средних издержек с ростом масштабов производства.

Если по мере роста масштаба производства средние издержки имеют тенденцию к понижению, говорят о положительном эффекте масштаба, или экономии от роста производства. Такая экономия достигается за счёт специализации труда, более эффективного управления, экономии на использовании капитала (зданий, оборудования, электроэнергии и пр.).

Если с ростом масштаба производства средние издержки возрастают, то эффект масштаба будет отрицательным. Гигантомания может чрезмерно увеличить расходы на управление, снизив его эффективность. В результате отдача от вложения ресурсов снизится (скажем, прирост ресурсов на 5% вызовет увеличение объёма выпуска продукции только на 2%), а средние издержки в долгосрочном периоде начнут расти по мере дальнейшего увеличения объёма производства.

Если по мере увеличения масштабов производства средние издержки не изменяют своей величины, то эффект масштаба будет нулевым.

Обычно кривая долгосрочных средних издержек представляет собой сочетание всех трёх приведённых выше кривых. Это связано с тем, что сначала по мере роста масштабов производства средние издержки убывают, затем некоторое время остаются постоянными и, наконец, всегда существует некоторый момент, после которого дальнейшее наращивание объёма производства вызывает рост средних издержек (рис. 5).

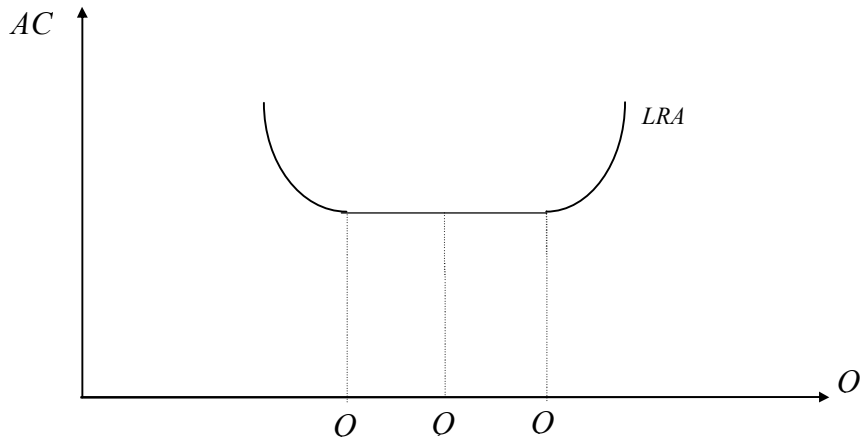


рис. 5. Кривая долгосрочных средних издержек

Ориентируясь на данную кривую, можно определить, до каких пор следует наращивать производство в долгосрочном периоде. На рис. 5. объём производства Q соответствует самой нижней точке кривой долгосрочных средних издержек, следовательно, именно в этом случае фирма в полной мере использует положительный эффект масштаба и достигает минимизации издержек не только в краткосрочном, но и в долгосрочном плане.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)
9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)
11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т.,
Узбекистан, 2008г. -124с. (25)

Тема 12: Максимизация прибыли фирмы в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции

Цель лекции: раскрыть спрос и условие, влияющие на предложение фирмы в краткосрочном периоде. Дать определение и сущность основного условия максимизации прибыли, раскрыть технику его расчёта.

Основные термины и понятия

Совершенная конкуренция, общий, средний и предельный доход фирмы, прибыль фирмы, условия максимизации прибыли фирмы и его график, условия беспроигрышной деятельности фирмы, состояние минимизации издержек фирмы, точка свёртывания производства, метод совокупных показателей, метод средних и предельных издержек.

Вопросы по теме:

1. Что подразумевается под рыночной и нерыночной (индивидуальной) ценой продукта?
2. Дайте понятие среднему и предельному доходу фирмы?
3. Как посчитать совокупный доход фирмы?
4. Изобразите графики среднего, предельного и совокупного доходов?
5. Дайте понятие предельных издержек фирмы?
6. Опишите графически равновесие фирмы в краткосрочном периоде?
7. Как вы понимаете метод совокупных показателей, каким путём он р.?
8. Назовите формулу расчёта величины средней прибыли предприятия?

ПЛАН:

4. Спрос на продукцию фирмы и её предложение в краткосрочном периоде.
5. Условия максимизации прибыли фирмы.

Спрос на продукцию фирмы и её предложение в краткосрочном периоде

В экономической теории совершенной конкуренцией называют такую форму организации рынка, при которой *исключены все виды соперничества* как между продавцами, так и между покупателями. Совершенная конкуренция совершенна в том смысле, что при такой организации рынка каждое предприятие сможет продать по данной рыночной цене столько продукции, сколько оно пожелает, а на уровень рыночной цены не сможет повлиять ни отдельный продавец, ни отдельный покупатель.

Спрос на продукцию фирмы в краткосрочном периоде.
Краткосрочным периодом называется такой период, в течение которого производственные *мощности* каждого предприятия (размеры и число заводов, фабрик, других производственных единиц) *фиксированы*, но выпуск может быть увеличен или снижен за счет изменения объема использования переменных факторов. Общее число предприятий в отрасли остается *неизменным*.
Длительным периодом называют такой период, в течение которого производственные мощности могут быть приспособлены к условиям спроса и затрат. В предельном случае (если условия деятельности совершенно неблагоприятны) предприятие может полностью прекратить деятельность (уйти из отрасли или с рынка). С другой стороны, новые предприятия могут войти в отрасль (на рынок) в случае благоприятных рыночных условий. Таким образом, *число предприятий* в однородной отрасли в длительном периоде *может варьировать*.
В коротком периоде количество предприятий в отрасли и их мощность постоянны, в длительном не только объем применяемых ресурсов и затраты, но и число предприятий и их мощности переменны.
Так как фирма в краткосрочном периоде в условиях совершенной конкуренции является ценополучателем, она может продать по рыночной цене любое количество продукции. В любом случае её поставки на рынок не изменят принципиально общий объём отраслевого предложения. Продавать дешевле нет смысла, если можно всё продать по данной рыночной цене. Однако, продавать дороже фирма не сможет: в этом случае спрос на её продукцию сразу же упадёт, ведь потребители с лёгкостью могут купить такие же товары у других производителей по рыночной цене. Таким образом, рынок примет продукцию фирмы только по рыночной цене. В связи с этим кривая спроса на продукцию фирмы будет представлять собой горизонтальную прямую, отстоящую от горизонтальной оси на высоту, равную рыночной цене продукта (рис. 1).

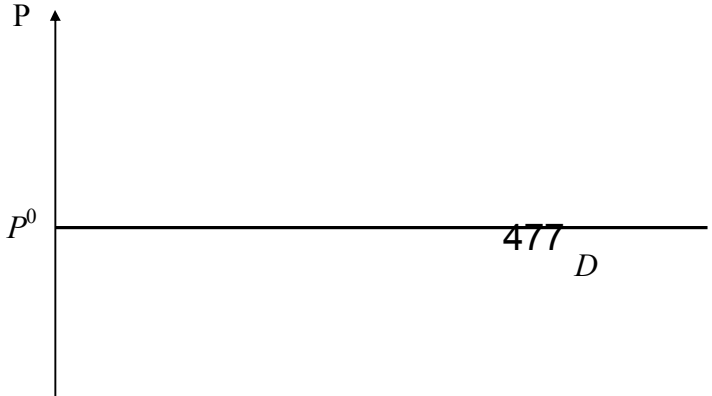


Рис. 1. Кривая спроса на продукцию фирмы.

Следует отметить, что эта же прямая будет одновременно и графиком среднего и предельного доходов фирмы. С каждой новой единицей проданного продукта доход фирмы будет возрастать на величину, равную цене этого продукта. Средний доход, приходящийся на единицу продукта, также будет равен его цене. Таким образом, D = MR = AR.

Что же касается совокупного дохода фирмы, то его легко можно подсчитать по формуле: PxQ. Графически величину совокупного дохода можно либо проиллюстрировать на примере прямоугольника OP_1 TQ_1, либо изобразить как особую кривую. В условиях совершенной конкуренции кривая совокупного дохода есть прямая линия, проходящая через начало координат.

Предложение фирмы. В краткосрочном периоде кривая предложения фирмы определяется её кривой предельных издержек. Поскольку предельные издержки растут по мере увеличения объёма производства, нужна более высокая цена на продукт, чтобы побудить производителя наращивать производство. Поэтому кривая предложения будет иметь восходящий вид.

Равновесие фирмы в краткосрочном периоде. Пересечение кривых спроса и предложения покажет равновесие фирмы.

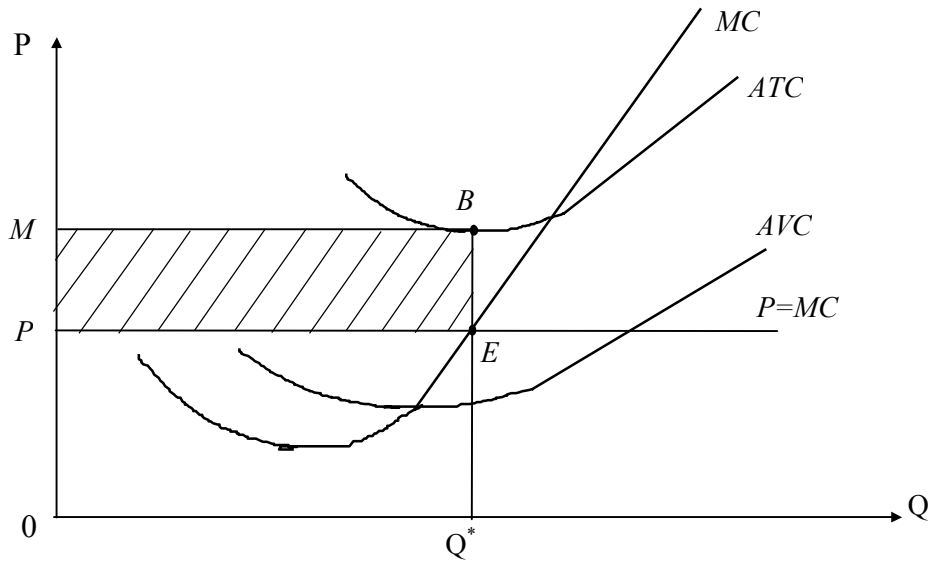


Рис. 2. Равновесие фирмы в краткосрочном периоде

По графику 2 можно заключить, что производитель будет наращивать объём производства до тех пор, пока его предельный доход не сравняется с предельными издержками. В случае, когда MR = MC, производитель уже не может ничего более прибавить к своей прибыли и размер последней достигает своего максимума. Если продолжить производство далее, то предельный доход окажется меньше предельных издержек и прибыль начнёт падать.

Следовательно, MR = MC является условием максимизации прибыли, а точка пересечения кривых MR и MC является точкой равновесия фирмы. В свою очередь, равновесие фирмы характеризуется равновесной ценой PE и равновесным объёмом производства QE, при которых прибыль фирмы достигает максимума.

Условия максимизации прибыли фирмы

Доминирующая концепция поведения фирмы исходит из предпосылки, что основной целью фирмы является прибыль. Стремление максимизировать прибыль пронизывает все помыслы и действия предпринимателя. В каких же условиях при совершенной конкуренции эта цель может быть реализована?

Существуют два подхода к изучению проблемы. Первый основан на совокупных показателях, второй – на предельных и средних.

Метод совокупных показателей.. Совокупная прибыль фирмы представляет собой разницу между совокупным доходом (выручкой) и совокупными издержками

ТП = TR – TC.

Очевидно, что прибыль будет максимальной в том случае, когда разность между совокупной выручкой и совокупными издержками достигает наибольшей величины. Графически это проиллюстрировано на рис. 3, где интервал AB – наибольшее вертикальное расхождение между кривыми TR и TC – означает величину прибыли.

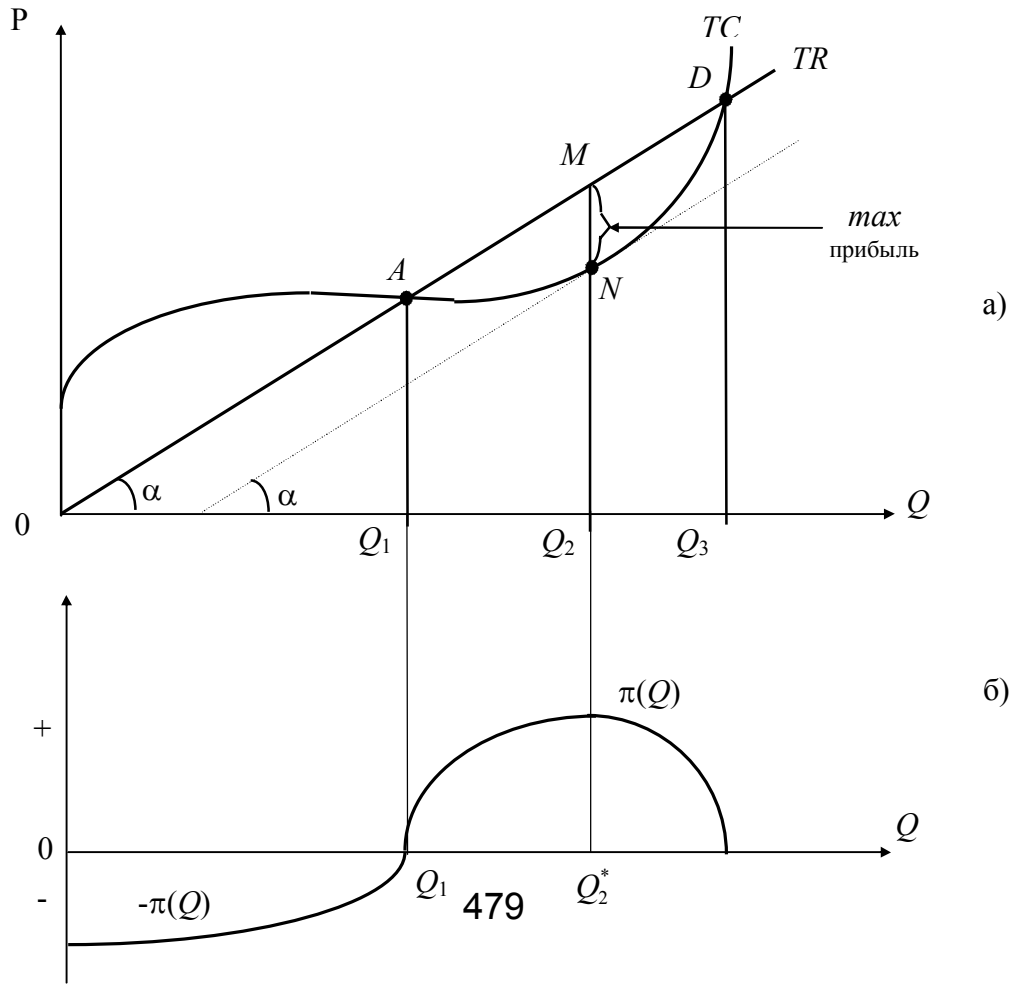


Рис. 3. Совокупная выручка, издержки и прибыль фирмы

Метод средних и предельных издержек. Для применения данного метода необходимо найти величину средней прибыли, получаемой на единицу продукции:

АП = AR – AC.

В условиях совершенной конкуренции средняя прибыль равна разности между ценой и средними издержками: АП = P - AC. В таком случае совокупная прибыль определяется умножением средней прибыли на количество выпущенной продукции:

ТП = АП x Q.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)
9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)
11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т.,
Узбекистан, 2008г. -124с. (25)

Тема 13: Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

Цель лекции: раскрыть условие равновесия фирмы в долгосрочном периоде и факторы, влияющие на равновесие. Охарактеризовать предложение отрасли с неизменными, возрастающими и убывающими затратами Дать понятие совершенной конкуренции и общественной эффективности.

Основные термины и понятия

Средние издержки производства в долгосрочном периоде и их свойства, выбор объёмов производства в долгосрочном периоде, равновесие фирмы в типичной отрасли, кривая отрасли в условиях постоянства и минимизации издержек, относительная, абсолютная и неизменная эффективность масштабов производства, факторы, влияющие на сокращение и рост средних издержек в долгосрочной перспективе.

Вопросы по теме:

1. Какие условия необходимы для привлечения новых фирм в отрасль?
2. Раскройте понятие операционной прибыли?
3. Как вы понимаете механизм «невидимой руки» рынка, каково его влияние на рыночное равновесие?
4. Изобразите график равновесия фирмы в долгосрочном периоде?
5. Производство каких групп товаров являются малорентабельным и почему?
6. Каков эффект от масштаба производства?

ПЛАН:

2. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде.
2. Предложение в длительном периоде отрасли с неизменными, возрастающими и убывающими затратами.
6. Совершенная конкуренция и общественная эффективность.

Равновесие фирмы в долгосрочном периоде

В длительном периоде в отличие от краткосрочного все производственные ресурсы являются переменными. Поэтому и отдельное предприятие, и совершенно конкурентная отрасль в целом могут в целях максимизации прибыли изменять объемы применяемых ресурсов. Во-первых, в длительном периоде всякое предприятие имеет возможность выбора производственной мощности, а значит, и большую, чем в коротком периоде, возможность изменять объем выпуска. Во-вторых, благодаря свободе входа в отрасль и выхода из нее одни предприятия покинут рынок данного товара, тогда как другие, привлеченные возможностью получить высокую прибыль, войдут в него. Таким образом, изменение числа предприятий, ищущих максимум прибыли на данном рынке, является важным фактором достижения равновесия длительного периода на совершенно конкурентном рынке.
Если типичная фирма в отрасли получает экономическую прибыль, то в долгосрочном периоде – это привлечёт в отрасль новые капиталы, откроются новые фирмы, а существующие предприятия будут расширять производство.
Если в краткосрочном периоде фирма терпит убытки, но получает операционную прибыль, то рациональным долгосрочным решением было бы сокращение объёма производства и последующий выход из отрасли. Естественно, таким же будет долгосрочное решение и при убытках, равных величине фиксированных издержек, т.е. когда нет операционной прибыли в краткосрочном периоде. В этом случае и краткосрочное и долгосрочное решение будут однозначными: закрыть производство.
Подобные решения принимает обычно не единичная фирма, а всё их множество. В результате массовых аналогичных, хотя и не согласованных друг с другом, действий рынок преодолевает экстремальные ситуации убыточного или сверхприбыльного производства и возвращает всё «на круги своя», т.е. к условиям получения всеми только нормальной прибыли. Это происходит следующим образом.
Если сверхнормальная прибыль побуждает предприятия расширять производство и привлекает в отрасль новые фирмы, тем самым растут масштабы отраслевого производства и предложения. Кривая совокупного предложения сдвигается вправо, что ведёт к понижению рыночной цены. Если цена опускается до уровня, когда средняя прибыль сравняется с издержками, то фирма принимает решение закрыть производство или выйти из данной отрасли. Таким образом, отраслевое предложение сократится и при прежней величине отраслевого спроса это приведёт к повышению цены.
Такие процессы будут протекать до тех пор, пока цена не установится на уровне, достаточном лишь для получения всеми фирмами отрасли нормальной прибыли. Этот механизм характеризует «невидимую руку» рынка, о которой говорил А.Смит. Свободная совершенная конкуренция

выравнивает позиции всех производителей и обеспечивает им только нормальную прибыль (в долгосрочном периоде).
Графически это соответствует случаю касания кривой спроса фирмы нижней точки долгосрочной кривой средних издержек. В этой точке P = LMC = LAC = MR. Это будет точка равновесия фирмы в долгосрочном периоде (рис. 1)

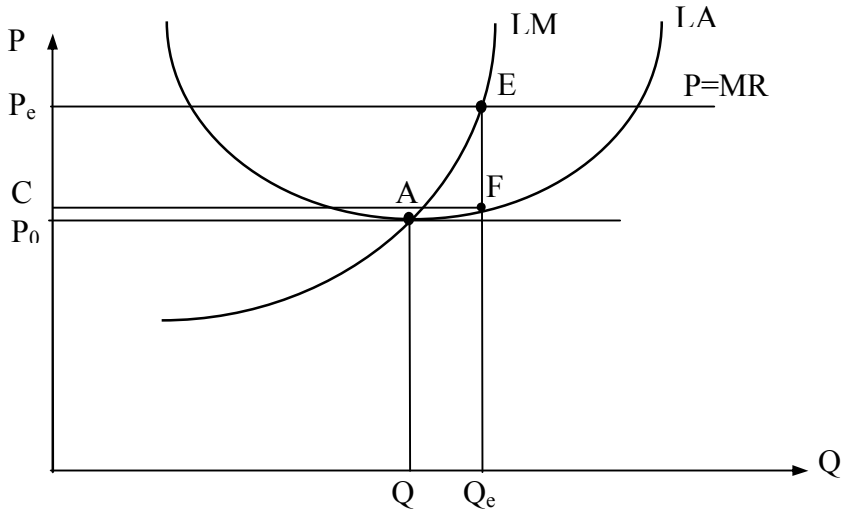


Рис. 1. Выбор объёмов производства конкурентной фирмой в долгосрочном периоде

Одновременно данная цена будет и равновесной ценой рынка (фирмы не проходят в отрасль и не уходят из неё).
В точке долгосрочного равновесия фирма имеет наиболее эффективные масштабы производства и минимизирует долгосрочные средние издержки.

Предложение в длительном периоде отрасли с неизменными, возрастающими и убывающими затратами

Кривая предложения отрасли в длительном периоде характеризует соотношения цена≈объем предложения, *после того как производственные мощности и количество предприятий* будут приведены в соответствие с изменившимися условиями спроса. Кривая предложения длительного периода предприятия соответствует возрастающему участку LMC, лежащему выше минимума LATC. Однако кривая предложения отрасли не может быть получена горизонтальным суммированием кривых предложения предприятий отрасли, поскольку количество этих предприятии в длительном периоде изменяется. Конфигурация кривой предложения длительного периода зависит от того, меняются ли, а если да, то как, затраты в результате изменения отраслевого выпуска.
В этой связи различают три типа отраслей: с неизменными, возрастающими и убывающими затратами. В отраслях с неизменными затратами кривая предложения длительного периода имеет вид горизонтальной прямой; в отраслях с возрастающими затратами она имеет положительный наклон (с ростом выпуска затраты увеличиваются); в отраслях с убывающими затратами наклон кривой предложения длительного периода отрицателен (с ростом выпуска затраты снижаются). Основным фактором, определяющим характер поведения затрат, является изменение цен производственных ресурсов.
Долгосрочное равновесие *отрасли с неизменными затратами* представлено на рис. 9.14. На рис. 9.14, а линии D_1 и S_1 ≈ первоначальные кривые спроса и предложения короткого периода, P_1 ≈ равновесная цена того же периода. Допустим, что каждое предприятие этой отрасли находится в долгосрочном равновесии при объеме выпуска 1_1 (рис. 9.14, б), соответствующем точке касания линии цены ($P_1 = AR_1 = MR_1$) и кривых SATC и LATC. Предположим теперь, что по каким-либо причинам кривая спроса короткого периода сдвинулась вправо и заняла положение D_2.

Равновесная цена тогда вырастет до P_2, а прибыль максимизирующий объем выпуска предприятия составит q_2 (что соответствует условию $P_2 = \text{SMC}(q_2)$). При цене P_2 и выпуске q_2 каждое типичное предприятие будет получать положительную экономическую прибыль. Ее наличие привлечет в отрасль новые предприятия, что приведет к сдвигу кривой предложения короткого периода также вправо в положение S_2.

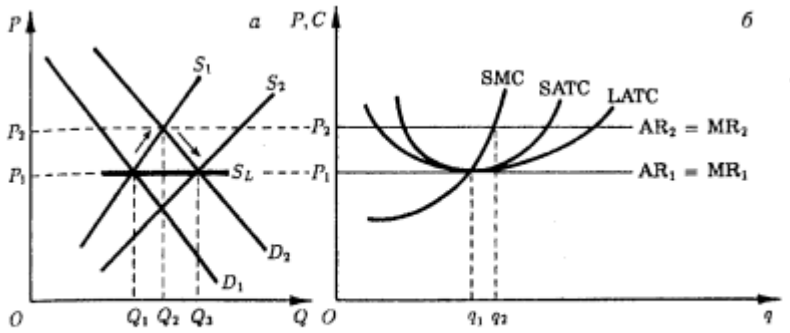


Рис. 9.14. Долгосрочное равновесие и линия предложения в случае неизменных затрат.

В отрасли с неизменными затратами вход в нее новых предприятий и увеличение выпуска отрасли не повлияет на затраты уже функционирующих предприятий. Причина этого в том, что увеличение спроса на производственные ресурсы в связи с увеличением числа предприятий отрасли не приведет к изменению (повышению) цен ресурсов, а значит, и на затраты действующих предприятий. Таким образом, кривая LATC этих предприятий останется неизменной, а новые предприятия будут оперировать при той же самой кривой долгосрочных средних затрат.

Поэтому состояние долгосрочного равновесия будет вновь достигнуто, когда вход в отрасль новых предприятий приведет к падению равновесной цены данной продукции с P_2 до P_1 т. е. к ее первоначальному уровню, а выпуск каждого типичного предприятия вновь составит q_1. Таким образом, отрасль имеет *неизменную в длительном периоде цену предложения*. Это значит, что выпуск отрасли может возрастать или падать в соответствии с изменениями условий спроса *без изменения цены продукции*. Ее кривая предложения длительного периода имеет вид горизонтальной линии (S_L на рис. 9.14, а).

Долгосрочное равновесие *отрасли с возрастающими затратами* представлено на рис. 9.15, а. Здесь сдвиг первоначального равновесия, обусловленный сдвигом линии спроса из положения D_1 в положение D_2 , также сопровождается ростом предложения существующих предприятий сверх уровня их оптимальной мощности. Положительная экономическая прибыль привлекает в отрасль новые предприятия. Однако в этом случае рост спроса на ресурсы вызывает увеличение их цен, а значит, и затрат предприятий.

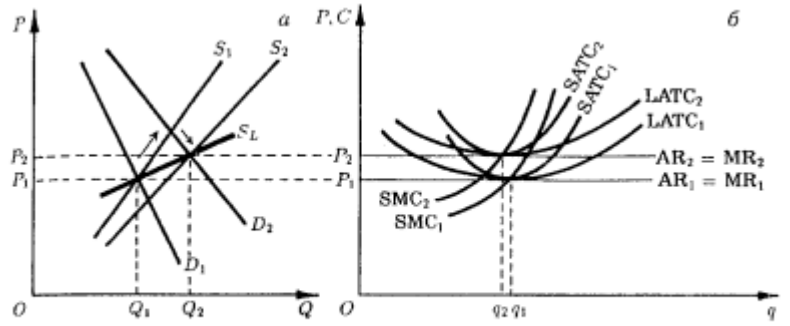


Рис. 9.15. Долгосрочное равновесие и линия предложения в случае возрастающих затрат.

Кривые SATC, LATC и SMC всех предприятий (и действующих, и вновь вступивших в отрасль) сдвигаются вверх (рис. 9.15, б). Процесс приспособления к новым условиям спроса продолжается до тех пор, пока экономическая прибыль предприятий остается положительной. На рис. 9.15, а

этому соответствует пересечение линий D_2 и S_2 и равновесная цена P_2. Каждое предприятие будет выбирать объем выпуска, при котором
$P_2 = AR_2 = MR_2 = SMC_2 = SATC_2 = LATC_2$.
Отраслевая кривая предложения длительного периода, S_L, проходит через все точки долгосрочного равновесия.
Основная особенность этой кривой ≈ ее *положительный наклон*. В отличие от отрасли с неизменными затратами, в которой рост выпуска не влияет на цены продукции в длительном периоде, в отрасли с возрастающими затратами *рост объема выпуска сопровождается повышением цен продукции*. В такой отрасли рост цен продукции оказывается необходимым стимулом увеличения объемов выпуска.
Процесс приспособления предложения к изменениям спроса в *отрасли с убывающими затратами* представлен на рис. 9.16. Здесь рост отраслевого спроса на ресурсы стимулирует увеличение предложения ресурсов, снижение затрат в отраслях, поставляющих их, и соответствующее ему снижение цен ресурсов. В результате снижаются затраты и в отрасли, потребляющей подешевевшие ресурсы. В этом случае говорят о *внешней* (по отношению к отрасли, потребляющей ресурсы, и ее предприятиям) экономии. Несложные рассуждения позволят читателю прийти в выводу, что кривая предложения длительного периода отрасли с убывающими затратами имеет отрицательный наклон (линия S_L на рис. 9.16, а). Рост выпуска в отрасли такого типа сопровождается снижением цен ее продукции.
Причиной существования отраслей с неизменными, возрастающими и убывающими затратами является зависимость затрат i-го предприятия не только от его выпуска, q_i, но и от выпуска всей отрасли в целом, Q,

$$TC_q = f(q_i, Q). \qquad (1)$$

Функция (1) предполагает наличие (отсутствие) *внешней* (для i-го предприятия, но *внутренней* для отрасли) *экономичности* (*англ*, external economies) или *внешней неэкономичности* (*англ.* external diseconomies).

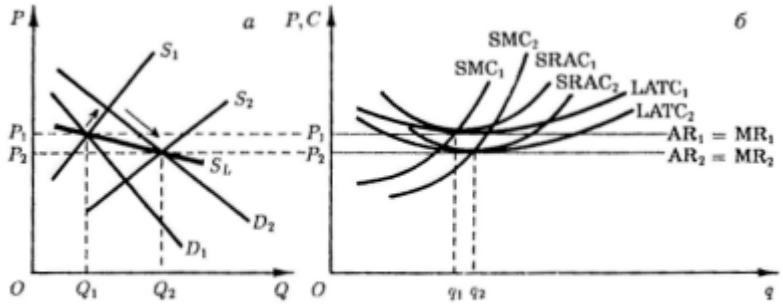


Рис. 9.16. Долгосрочное равновесие и линия предложения в случае убывающих затрат.

Обычно различают два типа внешней экономичности (неэкономичности): *денежную* (*англ*, pecuniary) и технологическую. В случае денежной внешней экономичности (неэкономичности) связь между объемом отраслевого спроса и функцией затрат предприятия реализуется через изменение цен потребляемых предприятиями отрасли ресурсов. Такую связь мы рассматривали и при обсуждении кривой предложения короткого периода в случае зависимости затрат предприятий (раздел 9.2.5.2). Технологическая внешняя экономичность (неэкономичность) имеет место, когда связь отраслевого объема спроса и затрат отдельного предприятия реализуется непосредственно в изменениях производственной функции.
В отрасли с неизменными затратами отсутствуют и внешняя экономичность, и внешняя неэкономичность, кривые затрат ее предприятий не зависят от объема выпуска отрасли. В отрасли с возрастающими затратами имеет место внешняя неэкономичность, кривые затрат ее предприятий с ростом выпуска отрасли смещаются вверх. Наконец, в отрасли с убывающими

затратами наблюдается внешняя экономичность, которая *перекрывает внутреннюю неэкономичность*, обусловленную *убывающей отдачей от масштаба*, так что кривые затрат с ростом отраслевого выпуска смещаются вниз.
Большинство экономистов считают, что при отсутствии технического прогресса преобладающими среди трех типов отраслей являются отрасли с возрастающими, а наиболее редкими ≈ отрасли с убывающими затратами. С другой стороны, технический прогресс может нейтрализовать рост цен производственных ресурсов, так что отрасль с возрастающими затратами может трансформироваться в отрасль с постоянными или даже снижающимися затратами.

Совершенная конкуренция и общественная эффективность

На рынке в условиях совершенной конкуренции цена товара (услуги) не превышает его предельных издержек. Это говорит о том, что ресурсы общества распределены таким образом, что максимизировать удовлетворение общественных потребностей. Совершенно конкурентный рынок производит не любую совокупность товаров, а такую их структуру, которая соответствует структуре совокупного спроса, т.е. предпочтениям потребителей.
Если потребление и производство регулируются уровнем цены, происходит совпадение интересов потребителя и производителя. Если P = MU и P = MC, следовательно, MU = MC.
Это значит, что ограниченные ресурсы общества распределены таким образом, что это отвечает интересам максимизации прибыли производителей и интересам максимизации полезности потребителей.
Рынок совершенной конкуренции является достаточно гибким, обладает высокой адаптивной способностью, развивает в обществе инициативу, ответственность, предпринимательскую активность. На рынке такого рода производственная эффективность предполагает, что каждый необходимый обществу товар производится наименее дорогостоящим способом. Это достигается благодаря механизму свободного перераспределения ресурсов в ходе конкуренции.
Однако, наряду с этим, существует достаточно большая группа товаров и услуг, производство которых невыгодно на рыночных началах, и частный предприниматель или не будет их производить вообще, или будет их недопроизводить. Это общественные блага: национальная оборона, сейсмологическая служба, служба спасения и т.д. Такие товары и услуги могут быть представлены обществу от лица государства.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)
9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)

11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т., Узбекистан, 2008г. -124с. (25)

Тема 14: Конкуренция и монополия

Цель лекции: определить роль и место конкуренции и монополии в системе рыночного хозяйствования, раскрыть сущность и различия естественных и искусственных монополий.

Основные термины и понятия

Понятие конкуренции, чистая монополия, примеры чистой монополии, барьеры при вхождении в монополистическую отрасль, естественные монополии, монопольные цены, влияние эластичности спроса на монопольное ценообразование, монопольные цены и благо общество, олигополия, монопсония, борьба против монополий.

Вопросы по теме:

1. Какие условия лежат в основе зарождения конкуренции?
2. Какие преимущества даёт конкуренция для потребителя?
3. Чем отличается совершенная конкуренция от несовершенной? Приведите примеры.
4. Основные черты совершенной конкуренции?
5. Сущность, черты, условия возникновения и виды монополий?
6. Изобразите график равновесия фирмы-монополиста в краткосрочном периоде?
7. Как рассчитывается общий объём монопольной прибыли?
8. Покажите на графике участок общей и средней прибыли монополиста?
9. Какими экономическими методами государство регулирует деятельность монополий?
10. В каких отраслях экономики и видах деятельности следует придерживаться монопольного производства, почему?

ПЛАН:

3. Конкуренция и монополия в системе рыночного механизма.
4. Естественные и искусственные монополии.

Конкуренция и монополия в системе рыночного механизма

Конкуренция (от лат. «конкурро» - сталкиваться) означает соперничество между отдельными субъектами рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и реализации (купли и продажи) товаров. В рыночной экономике такое столкновение неизбежно, ибо оно порождается следующими объективными условиями:

- Наличием множества равноправных рыночных субъектов;
- Полной экономической обособленностью каждого из них;
- Зависимостью рыночных субъектов от конъюнктуры рынка;
- Противоборством со всеми другими рыночными субъектами за удовлетворение покупательского спроса.

Сущность конкуренции проявляется в её следующих функциях:

- производство нацеливается на запросы потребителей, без чего нельзя получить прибыль;
- растёт эффективность производства, что обеспечивает «выживание» производителя;
- происходит дифференциация производителей: одни выигрывают, другие остаются при своём, третьи разоряются;

- процесс производства и распределения ресурсов между отраслями происходит в соответствии со спросом и нормой прибыли;
- ликвидируются неконкурентоспособные предприятия: продажа, слияние, преобразование и т.д.;
- стимулируется снижение цен и повышение качества товаров и услуг.

Конкуренция по своему содержанию весьма противоречива. С одной стороны, она выражает стремление к свободе и экономической независимости, с другой стороны – стремлению самих конкурентов к объединению усилий и экономической солидарности, гарантом которых выступает государство, законы поведения на рынке, защищающие интересы национальных предпринимателей от конкуренции иностранного капитала и т.д. Более того, стремление победить в конкурентной борьбе ведёт к установлению господствующего положения на рынке, захвату рыночной власти и образованию монополий.

Конкуренция и монополизм – это не две различные взаимоотрицающие экономические силы, а две стороны одного и того же рыночного взаимодействия.

Различают конкуренцию совершенную и несовершенную.

Совершенная конкуренция означает такое состояние экономики, когда влияние каждого участника экономического процесса на общую ситуацию настолько мало, что им можно пренебречь. Признаками совершенной конкуренции являются: множественность продавцов и покупателей, однородность выпускаемого ими продукта, отсутствие возможности покупателей и продавцов влиять на цены, абсолютная мобильность производственных ресурсов, полное знание предпринимателями состояния рынка.

Несовершенная конкуренция предполагает функционирование на рынке одной или нескольких крупных фирм, производящих основную массу определённого товара. Она проявляется в виде монополии и монопсонии, когда отдельный рыночный субъект занимает доминирующее положение и контролирует рынок данного товара. Определяющим при этом являются не размеры предприятия, а его доля в объёме рынка. Моделями несовершенной конкуренции являются монополия и олигополия.

Монополия (от греч. «монос» - один, «полео» - продаю) – исключительное право государства, предприятия, организации, торговца на осуществление какой-либо хозяйственной деятельности.

Появление монополий явилось результатом концентрации производства (укрупнения производства за счёт дополнительно вовлекаемого капитала) и централизации производства (слияние мелких и средних предприятий в единое крупное). С появлением монополий конкурентная борьба ведётся между монополиями и аутсайдерами (п/п, не входящими в монополистические объединения), а также внутри монополий.

Основными причинами возникновения монополий являются административно-правовые и экономические методы: единственность патентов и лицензий, большая капиталоёмкость и экономия масштаба, владение редким сырьевым и техническим ресурсом, редкость или уникальность выпускаемого продукта и т.п.

Как и любая друга фирма, монополист будет производить, пока предельный доход не станет меньше предельных издержек. На графике пересечение кривых MR и MC есть точка равновесия фирмы в краткосрочном периоде.

Точка равновесия фирмы определяет равновесный объём производства и равновесную цену. Равновесный или максимизирующий прибыль объём выпуска обозначен Q_E . Что же касается равновесной цены, то она будет установлена фирмой, исходя из возможностей спроса. Кривая спроса на графике показывает, какую цену потребители готовы заплатить за данное количество продукта, предложенного на рынке. Фирме нет смысла назначить цену ниже $P_{.E}$, поскольку потребители готовы заплатить больше. Фирма не может назначить цену выше $P_{.E}$, так как рынок не примет столько товаров по более высокой цене. Следовательно, цена $P_{.E}$ будет равновесной ценой, максимизирующей прибыль монополиста.

Если при равновесном объёме производства цена монополии оказывается выше средних издержек, то положительная разница между ними составит среднюю прибыль фирмы. Умножив эту прибыль на количество выпущенной продукции, получим общий объём монопольной прибыли.

Естественные и искусственные монополии

В разных странах и в различные исторические периоды в экономике возникают следующие виды монополий:

естественная монополия, которой обладают собственники и хозяйствующие субъекты, имеющие в своём распоряжении редкие и свободно на воспроизводимые элементы производства (редкие металлы, земля и др.);

искусственная монополия, означающая сосредоточение в отдельных руках производства и рынка сбыта какого-либо продукта. Она имеет случайную, устойчивую и всеобщую форму. Случайная форма возникает неожиданно, когда появляется исключительная возможность производить и продавать товар при лучших условиях производства и при временном благоприятном соотношении спроса и предложения. Устойчивая форма монополий возникает у крупнейших предприятий, захвативших рынки производства и сбыта. Формами устойчивых монополий являются картели, синдикаты, тресты, концерны. Эти монополии возникают в какой-либо отрасли хозяйства.

При некоторых условиях существование только одной, а не нескольких фирм в отрасли более отвечает общественным интересам. Чаще всего это бывает обусловлено такими особенностями технологии, при которых только крупномасштабное производство является рентабельным. В качестве примера можно привести такие отрасли, как электроснабжение, телефонная связь, водо- и газоснабжение, услуги почты, железной и воздушных дорог. В таких отраслях общественный спрос лучше удовлетворит одна крупная фирма, чем пять малых фирм. Это связано с тем, что долгосрочные средние издержки одной фирмы-монополиста будут наименьшими в сравнении с издержками пяти таких же фирм, но меньшего масштаба. Поэтому, значение естественных монополий для общества, прежде всего, состоит в минимизации издержек производства.

На рис. 3 изображены кривая отраслевого спроса, понижающаяся кривая средних издержек – АС, Кривая предельного дохода – M R и кривая предельных издержек – МС. Последняя проходит таким образом, что она всё время ниже кривой средних издержек. Как и для любой другой фирмы, пересечение кривой МС и кривой MR показывает точку равновесия фирмы. Если монополия не регулируется государством, равновесная цена будет равна $P_{.M}$. Но, с точки зрения общества, такой уровень цен является завышенным и ведёт к неэффективному распределению ресурсов и потере общественного богатства.

Если государство установит цену на уровне предельных издержек, то производство такой продукции станет неэффективной, так как Р. = МС, а сама фирма не получит дохода, достаточного для покрытия совокупных издержек. Отсутствие прибыли и появление экономических убытков приведёт к закрытию производства.

Одним из способов нахождения компромисса является установление цены на уровне предельных издержек и введение субсидий и компенсаций из государственного бюджета для фирмы-производителя.

Другой вариант компромисса состоит в установлении потолка цен на уровне средних издержек фирмы. Общество выигрывает, поскольку эта цена ниже нерегулируемой цены самой монополии. Фирма получает доход, равный издержкам, что позволяет ей получить нормальную прибыль и продолжать производство.

В условиях рыночной экономики, сохранение естественных монополий отвечает стратегическим интересам государства и позволяет держать под контролем жизненно важные и оборонозначимые отрасли, в первую очередь, энергетику, связь, коммуникации, транспорт. Во-вторых, наличие естественной монополии позволяет унифицировать и стандартизировать железнодорожную и воздушную колею, напряжение в сети электропередач, что имеет немаловажное общественно-экономическое значение. Наряду с этим, считается, ч то в современном обществе всё общество должно иметь равное право и возможность пользоваться достаточно дешёвым и доступным каждому электроэнергией, газом, водой, связью, услугами почты, железнодорожными перевозками и т.п.

Основными методами регулирования естественных монополий являются: ценовое регулирование, установление предельных уровней рентабельности, контроль за слиянием и

приобретением акций, определение групп потребителей с минимальным уровнем обеспечения, подлежащему обязательному обслуживанию монополистом и др.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)
9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)
11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т.,
Узбекистан, 2008г. -124с. (25)

Тема 15: Особенности формирования цены в условиях рыночного управления

Цель лекции: раскрыть экономическую сущность цен и их роль в рыночном хозяйстве. Определить особенности формирования цены на рынке труда, капитальных услуг и на рынке земли.

Основные термины и понятия

Понятие цены, элементы, функция, виды цен, свойственных условиям рынка, правило «большого пальца» в установлении монопольной цены, определение цен в зависимости от дохода потребителей, привлечение дополнительных покупателей для покупки произведённых благ, ценовая диверсификация, диверсификация цен в зависимости от объёма потребления, от категории товара, порядок ценообразования в условиях наивысшего спроса.

Вопросы по теме:

1. Изобразите графически кривую индивидуального предложения труда?
2. Какие факторы влияют на сдвиг кривой рыночного предложения конкретного вида труда, а какие вызывают непосредственное движение по самой кривой?
3. Графическое описание трансфертных заработков?
4. Как устанавливается объём заработной платы в условиях несовершенной конкуренции?
5. Объясните образование экономической ренты в условиях рынка?
6. В чём состоят особенности ценообразования на рынке капитала в краткосрочном периоде?
7. В чём состоят особенности ценообразования на рынке капитала в долгосрочном периоде?

8. Как определяется цена земельного участка?
9. Механизм образования и величина земельной ренты?
10. От чего зависит равновесный уровень земельной ренты?

ПЛАН:

5. Экономическая сущность цен и её роль в рыночном хозяйстве.
6. Особенности формирования цены на рынке труда.
7. Особенности ценообразования на рынке капитальных услуг.
8. Особенности ценообразования на рынке земли.

Экономическая сущность цен и их роль в рыночном хозяйстве

Рыночная цена – это реальная цена, которая установилась на рынке в определённый момент времени. На рынке продаются и покупаются два основных вида товаров: потребительские (хлеб, одежда, мясо и т.п.) и капитальные (машины, оборудование, энергоносители, различные материалы, транспортные средства и т.д.). Равновесная цена устанавливается на рынке в результате конкурентной борьбы между производителями и взаимодействия спроса и предложения. Если спрос превышает предложение, то цена растёт, если предложение превышает спрос, то цена падает. На рынке величина предложения непосредственно зависит от затрат на производство товара: больше затрат – выше цена.

Перед всеми коммерческими и многими некоммерческими организациями встает задача назначения цены на свои товары и услуги. В условиях рынка ценообразование является весьма сложным процессом, подвержено воздействию многих факторов и, конечно, базируется не только на рекомендациях маркетинга. Но выбор общего направления в ценообразовании, подходов к определению цен на новые и уже выпускаемые изделия и услуги для увеличения объемов реализации, товарооборота, повышения производства и укрепления рыночных позиций предприятия является функцией маркетинга. Цены и ценовая политика - одна из главных составляющих маркетинговой деятельности, роль которой все более возрастает. Цены находятся в тесной зависимости с другими переменными маркетинга и деятельности фирмы. От цен во многом зависят достигнутые коммерческие результаты, а верная или ошибочная ценовая политика оказывает долговременное (положительное или отрицательное) воздействие на всю деятельность фирмы. Суть целенаправленной ценовой политики в маркетинге заключается в том, чтобы устанавливать на товары фирмы такие цены и так варьировать ими в зависимости от положения на рынке, чтобы овладеть его определенной долей, обеспечить намеченный объем прибыли и решать другие стратегические и оперативные задачи. При определении общей ценовой политики отдельные решения (взаимосвязь цен на товары в рамках ассортимента, использование специальных скидок и изменений цен, соотношение своих цен и цен конкурентов, метод формирования цен на новые товары) увязываются в интегрированную систему.

Исторически сложилось, что цены устанавливали продавцы и покупатели в ходе переговоров друг с другом. Продавцы обычно запрашивали цену выше той, что надеялись получить, а покупатели - ниже той, что рассчитывали заплатить. Поторговавшись, они, в конце концов, сходились на взаимоприемлемой цене. Единые цены получили распространение только в конце XIX в. с возникновением крупных предприятий розничной торговли, которые рекламировали "строгую политику единых цен", потому что предлагали большое разнообразие товаров и держали большое количество наемных работников.

Фирмы подходят к проблемам ценообразования по-разному. В мелких фирмах цены часто устанавливаются высшим руководством. В крупных компаниях проблемами ценообразования обычно занимаются управляющие отделений и управляющие по товарным ассортиментам. Но и здесь высшее руководство определяет общие установки и цели политики цен и нередко утверждает цены, предложенные руководителями низших эшелонов. В отраслях деятельности, где

факторы ценообразования играет решающую роль (аэрокосмическая промышленность, железные дороги, нефтяные компании), фирмы часто учреждают у себя отделы цен, которые либо сами разрабатывают цены, либо помогают делать это другим подразделениям.

Особенности формирования цены на рынке труда

1.Рынок труда или рынок рабочей силы в условиях совершенной конкуренции может быть рассмотрен на трёх уровнях: *предложение труда со стороны отдельного рабочего, предложение труда индивидуальному предпринимателю, рыночное предложение конкретного вида труда.*

Индивидуальное предложение труда определяется его вменёнными издержками, которые, в свою очередь, характеризуют обусловленные трудом жертвы: работа может быть неприятной и вредной для здоровья, работа сокращает продолжительность досуга. Кривая индивидуального предложения имеет положительный наклон, поскольку, чем больше неудобств, связанных с трудом, тем выше должна быть заработная плата, чтобы человек согласился работать.

Чтобы понять механизм такого поведения, рассмотрим два эффекта повышения ставки заработной платы: эффект замещения и эффект дохода.

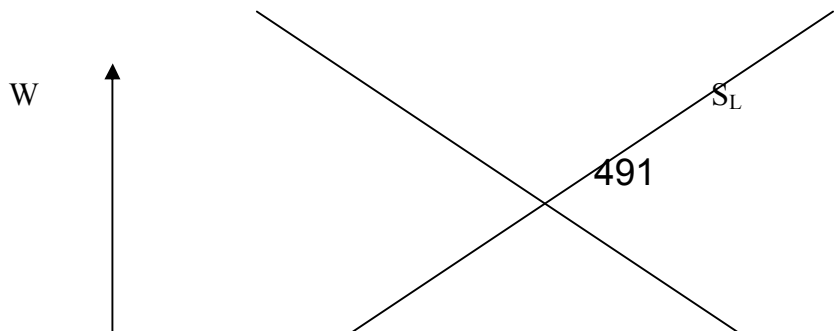
Эффект замещения побуждает людей больше трудиться, т.к. рост ставки заработной платы делает досуг экономически невыгодным.

Эффект дохода состоит в том, что более высокая заработная плата повышает благосостояние человека, он начинает больше ценить свободное время и, главное, может позволить себе больше досуга без снижения уровня жизни. В зависимости от того, какой эффект преобладает, предложение труда со стороны работника будет либо расти, лтбо сокращаться.

Если рассматривать **предложение труда, с которым сталкивается индивидуальный предприниматель**, то в условиях свободной конкуренции это предложение будет совершенно эластичным. Графически такое предложение будет представлять собой горизонтальную линию, отстоящую от оси X на высоту, равную рыночной ставке заработной платы. Предприниматель при найме рабочих выступает как ценополучатель, т.е. выплачивает заработную плату на равновесном рыночном уровне.

Что касается **рыночного предложения конкретного вида труда, то** кривая в данном случае, будет иметь сугубо восходящий характер, поскольку более высокие ставки заработной платы привлекут большее количество людей, готовых выполнять данный вид работы. При этом изменение базовой ставки заработной платы сопровождается движением вдоль кривой предложения, а изменение иных факторов обусловит сдвиг всей кривой вправо или влево.

Кривая предложения показывает, при каком минимальном уровне оплаты труда данное количество работников согласны выполнять указанную работу. Такие заработки, удерживающие рабочих от перехода в иную сферу деятельности, называются **трансфертными.** Графически они представлены площадью участки, ограниченного сверху кривой предложения, слева и внизу – осями координат, справа – вертикалью, проходящей через точку равновесия рынка труда и показывающей равновесное количество работников (рис. 1).



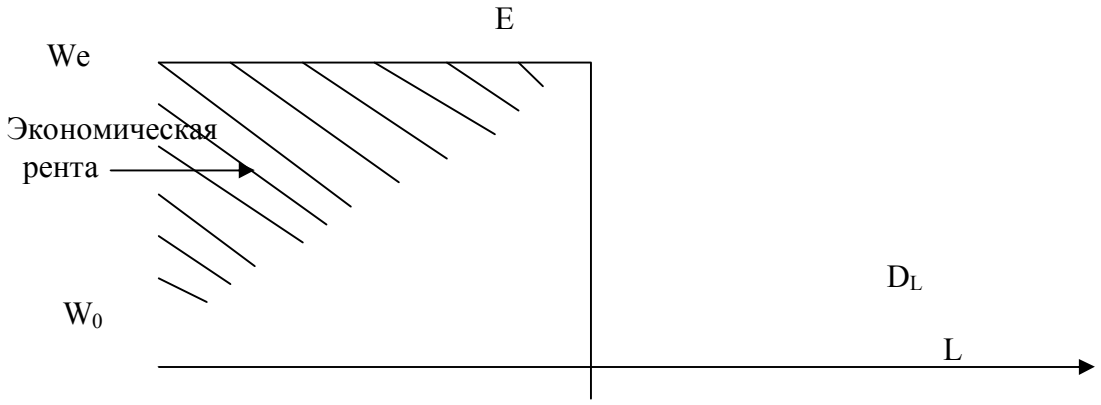


Рис. 1. Экономическая рента

Поскольку в условиях совершенной конкуренции все работники являются ценополучателями, уровень оплаты труда будет одинаков для всех. Разнице между реально получаемой заработной платой и трансфертами, называется **экономической рентой,** получаемой работниками.

Размер экономической ренты зависит от эластичности предложения труда. Так, если данный работник представляет собой явление уникальное (например, певец с мировым именем), кривая предложения будет практически вертикальной, т.е. заработок будет составлять исключительно экономическую ренту.

Если же речь пойдёт о нехватке кадров определённой квалификации в краткосрочном периоде, то экономическая рента, возникающая в данном случае, называется квазирентой и может быть легко устранима в долгосрочном периоде благодаря переподготовке кадров или привлечению работников из других районов.

Что же касается *заработной платы в условиях несовершенной конкуренции*, то её уровень будет устанавливаться в зависимости от отраслевого предложения труда, от того уровня трансфертов, при котором данное количество работников готовы выполнять указанную работу. На графике это уровень заработной платы W_o. Монопсонисту нет смысла предлагать более высокую ставку, поскольку он найдёт данное количество работников и по уровню заработной платы, равному трансферту (рис. 1). В данном случае очевиден факт недоплаты заработной платы.

Однако, современные рынки труда характеризуются присутствием достаточно сильных и организованных профессиональных союзов работников, которые противостоят не менее сплочённым работодателям. Такая ситуация расценивается наличием монополии продавца (профсоюзы, заключающие коллективные договора) и монополии покупателя (фирмы-работодателя). Как формируется цена на рынке в данном случае?

Очевидно, что ставка зарплаты, с одной стороны, не может подняться выше W_1, так как это точка равновесия монопсониста, иначе его предельные издержки от труда станут превышать предельные доходы от труда.

С другой стороны, ставка заработной платы не может быть ниже того уровня, который существует при монопсонии – W_o. Следовательно, в интервале между вышеназванными уровнями и будет происходить борьба за конкретный уровень оплаты труда.

Особенности ценообразования на рынке капитальных услуг

На рынке капитала спросу на арендуемое оборудование противостоит его предложение. При этом следует различать спрос и предложение со стороны отдельно взятой фирмы и рыночные спрос и предложение. Как фирма-арендатор, так и фирма-собственник руководствуются известным принципом рационального поведения на рынке: они продолжают наращивать количество

арендуемой техники до тех пор, пока не уравняются их предельные издержки и предельные доходы от аренды дополнительной единицы оборудования (MRC = MRP).

Для совершенно конкурентной фирмы-арендатора её спрос на оборудование будет определяться предельным доходом от капитальных услуг и зависеть обратно пропорционально от рыночной ставки рентных платежей. Тем самым кривая спроса имеет нисходящий характер. Вместе с тем, фирма имеет дело с совершенно эластичным предложением, поскольку при данной рыночной ставке t она может закупить на рынке любое интересующее её количество услуг капитала. Кривая предложения будет иметь вид горизонтальной линии, отстоящей от оси X на величину рыночной ставки рентных платежей. Пересечение кривых предложения и спроса характеризует равновесие фирмы-арендатора оборудования.

Для рынка в целом в долгосрочном аспекте кривые спроса и предложения капитальных услуг имеют обычно соответственно нисходящий и восходящий характер. В краткосрочном периоде совокупное предложение услуг капитала определённого вида будет совершенно неэластичным и отображается графически вертикально, поскольку в конкретный момент наличествует строго определённое количество конкретного типа оборудования. Равновесная ставка рентных платежей за аренду данного оборудования определяется точкой пересечения кривых спроса и предложения на данный вид капитальных услуг.

В краткосрочном периоде количество сдаваемого в аренду оборудования не меняется. Поэтому сдача в аренду существующего оборудования сопряжена с предельными издержками, включающими:

- амортизацию;
- расходы на текущее обслуживание оборудования.

Эти расходы обусловлены тем, что в каждый временный период аренды оборудование изнашивается и теряет часть своей стоимости, а также тем, что для подготовки оборудования к сдаче в аренду его надо подремонтировать, отрегулировать, транспортировать.

Предельные издержки амортизации и текущего обслуживания практически постоянны, и каждый дополнительный день сдачи оборудования в аренду сопряжён с одинаковыми дополнительными расходами. Величина этих предельных издержек составит повременную ставку рентных платежей. Поэтому кривая предельных издержек в краткосрочном периоде пройдёт горизонтально и будет равна рыночной ставке рентных платежей. Кривая предложения сменит горизонтальное направление на вертикальное, как только объём предлагаемого к сдаче оборудования достигнет максимального количества оборудования, располагаемого фирмой в краткосрочном периоде.

В долгосрочном периоде фирма имеет возможность закупить дополнительное оборудование и предоставить его также в аренду. Поэтому горизонтальный участок кривой предложения пройдёт выше, поскольку предельные издержки будут включать и третий элемент – вменённые издержки закупки нового оборудования. Последние равны процентной ставке, от которой отказывается фирма, приобретая оборудование, вместо того, чтобы положить деньги в банк или инвестировать их в иной проект. Что касается вертикального участка кривой предложения, то он трансформируется в восходящий, что связано с возможностью закупки и сдачи в аренду дополнительного оборудования, если рыночная ставка рентных платежей создаёт к этому побудительные мотивы, т.е. увеличивается.

Особенности ценообразования на рынке земли

Как и в случае с капиталом, необходимо различать участок земли как таковой и производственную функцию земли. С одной стороны, землевладелец может экономически реализовать свою собственность, продав участок земли и выручив его продажную цену. С другой стороны, ведение хозяйства на земле может приносить регулярный доход в виде прибыли. Наконец, третий вариант предусматривает сдачу земли в аренду и получение регулярного дохода в виде ренты.

Цена земли. Владение землёй сопряжено с известными выгодами и затратами, сопоставление которых и определит целесообразность сохранения собственности или нё отчуждения, т.е. продажи. Владея землёй, собственник не использует других возможных

вариантов получения дохода, например, он мог бы не покупать землю, а положить деньги в банк и получать регулярный доход в виде процента. В связи с этим предельный доход землевладения связан с получаемой рентой, а предельные (вменённые) издержки - с рыночной ставкой ссудного процента. Сопоставление этих величин даёт представление о продажной цене данного участка земли:

$$Р._{земли} = \frac{\text{Рента (годовая)}}{\text{Ставка ссудного процента}} \times 100.$$

Разумеется, данная формула показывает лишь наиболее общие закономерности и справедлива лишь при прочих равных условиях. Общая тенденция на рынке земельных участков состоит в неуклонном повышении их цены, особенно в крупных городах и районах, к ним примыкающих.

Механизм образования и величина земельной ренты. Величина земельной ренты формируется в результате взаимодействия спроса и предложения на рынке земельных участков, сдаваемых в аренду.

Специфика рынка земли состоит в том, что в рамках национальной экономики предложение земли и природных ресурсов абсолютно неэластично, поскольку количество ресурсов в данной стране в данный период есть величина фиксированная.

Спрос на землю показывает, какое количество земли арендаторы готовы взять в аренду при различных возможных уровнях платы за неё. Естественно, что при высокой арендной плате количество сдаваемой в аренду земли будет меньше, чем при низкой. Кривая спроса на землю будет иметь отрицательный наклон. Пересечение кривых спроса и предложения характеризует рыночное равновесие и равновесную ренту.

Связь спроса на землю с предельным доходом от земли помогает понять отрицательный наклон кривой спроса. При высокой ренте только очень производительные земли могут быть взяты в аренду, так как лишь высокий предельный доход может позволить уплатить высокую ренту и, возможно, обеспечить и прибыль арендатора.

Чем выше производительность земли, тем, при прочих равных условиях, будет выше спрос на земли данного качества и, соответственно, выше будет проходить кривая спроса, выше будет равновесный уровень ренты.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)

9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)
11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т.,
Узбекистан, 2008г. -124с. (25)

Тема 16: Рынок труда и использование трудовых ресурсов на предприятии

Цель лекции: охарактеризовать и раскрыть роль труда и заработной платы на предприятии, дать понятие рынку труда, определить условия равновесия на рынке труда.

Основные понятия и термины

Рыночные отношения и показатели применения трудовых ресурсов, определение оптимального количества наёмного труда, спрос на труд, предложение труда, конкурированный рынок труда, взаимосвязь между трудом и отдыхом, влияние роста заработной платы на общее отношение времени отдыха к рабочему времени, минимальная заработная плата, разница между минимальной и равновесной заработной платой и её последствия, эффект замещения, эффект дохода, рыночное равновесие на рынке труда, безработица.

Вопросы по теме:

1. Назовите специфические черты фактора труд?
2. Как определить стоимость рабочей силы?
3. Какие виды товаров включаются в минимальную потребительскую корзину?
4. Что лежит в основе заработной платы?
5. Назовите сущность и основные элементы рынка труда?
6. В чём выражаются основные функции рынка труда?
7. По какой формуле определяется объём реальной заработной платы?
8. Эффект дохода и эффект замещения на рынке труда?
9. Как графически выражаются эффекты замещения и дохода?
10. Графическое описание условий полной занятости и безработицы?

ПЛАН:

3. Труд и заработная плата на предприятии.
4. Рынок труда. Равновесие на рынке труда.

Труд и заработная плата на предприятии

Основой жизнедеятельности человеческого общества является труд. Труд опосредствует обмен веществ между человеком и природой, приспосабливая природные материалы и всю окружающую среду под потребности человека и общества. В отличие от жизнедеятельности животного мира труду человека присущи следующие специфические черты.

Во-первых, *труд является целенаправленным.* Любое производство преследует какую-либо цель, поставленную человеком.

Во-вторых, *труд человека является общественным*. Это означает, что даже трудясь в одиночку на необитаемом острове, Робинзон использовал не только некоторые инструменты и орудия, сделанные другими членами общества, но и, главное, накопленный человечеством производственный опыт, технологии и знания.

В-третьих, *труд человека является созидательным*, поскольку его конечная цель предполагает производство благ.
Наконец, важнейшей особенностью труда является *способность создавать орудия труда.*
Стоимость рабочей силы в обществе определяется общественно необходимым временем на воспроизводство рабочей силы. Иначе говоря, стоимость рабочей силы определяется как стоимость жизненных средств, необходимых для её воспроизводства.
Если стоимость рабочей силы опускается до физиологического минимума, достаточного лишь для поддержания жизни, рабочая сила будет воспроизводиться в ухудшающемся качестве. Так, в минимальную потребительскую корзину товаров и услуг в России в 2000-е годы было включено лишь 19 наименований, а в США – более 300. При этом минимальная заработная плата в США позволяет приобрести эту корзину товаров и услуг, а в России – нет. В Узбекистане минимальная заработная плата не позволяет приобрести все необходимые жизненные блага, но имеет тенденцию к увеличению. За последние 2 года минимальный размер заработной платы увеличен с 9450 сум до 28450сум, повышение заработной платы бюджетных работников, размеры пенсий и стипендий увеличены за последний год на 1,5%.
На протяжении веков технического прогресса рост производительности труда вёл к сокращению так называемого необходимого рабочего времени, т.е. времени, требуемого в обществе для обеспечения жизнедеятельности работников, и к увеличению прибавочного времени, используемого для создания прибавочного продукта.
Вместе с тем, необходимый труд лежит в основе получаемой работником заработной платы. Прибавочный труд ускользает от работника и присваивается собственником средств производства, составляя его прибыль.

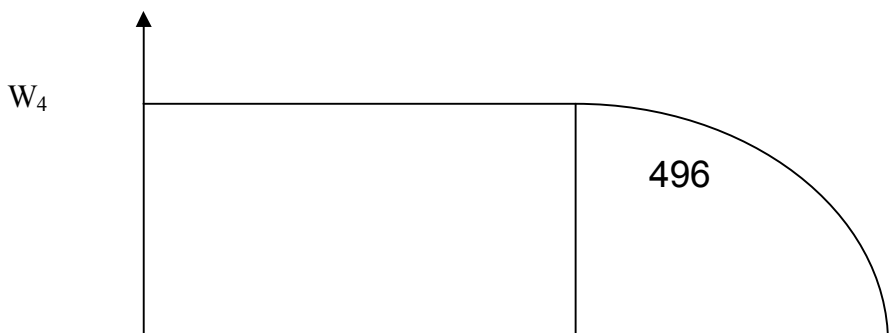
Рынок труда. Равновесие на рынке труда

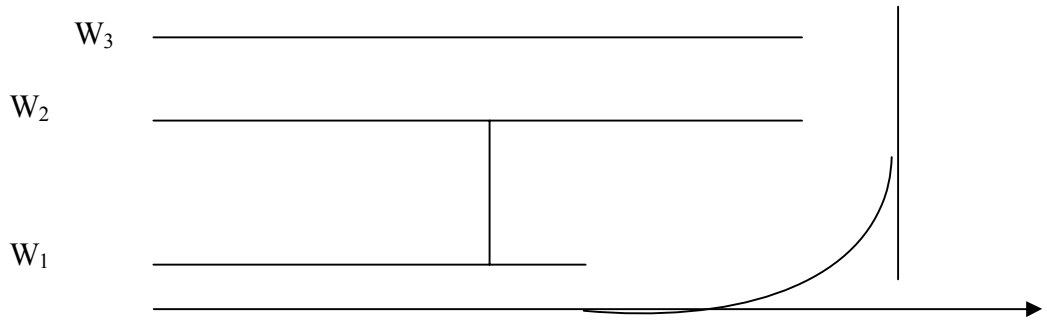
Рынок труда – это категория рыночного хозяйства. Основными элементами рынка труда являются **спрос на труд, предложение труда и цена труда.**
Рынок труда – это система экономических методов, механизмов и инструментов, обеспечивающих вовлечение экономически активного населения, трудоспособных граждан в народнохозяйственный оборот и использование их рабочей силы как товара, равновесная цена и количество которого определяется взаимодействием спроса и предложения.
С экономической точки зрения труд – важнейший производственный ресурс (фактор). В соответствии с этим выделяют *две главные функции рынка труда.*
Социальная функция заключается в обеспечении нормального уровня доходов и благосостояния людей, нормального уровня воспроизводства производственных способностей работников.
Экономическая функция рынка труда заключается в рациональном вовлечении, распределении, регулировании и использовании труда
Спрос предпринимателей на рабочую силу находится в обратной зависимости от ставки реальной заработной платы (W), которая определяется как отношение ставки номинальной заработной платы (W^*) к уровню цен (P.):

$$W = W^* / P.$$

Предложение труда, так же, как и спрос, зависит от величины заработной платы. Однако зависимость здесь иная. Кривая предложения труда имеет положительный угол наклона: с ростом общего уровня заработной платы предложение труда увеличивается.

При характеристике предложения труда обратим внимание на эффект замещения и эффект дохода (рис. 1).





Рабочие часы за один день

Рис. 1. Эффект замещения и эффект дохода.

На графике 1 до определённого момента (W_2) рост заработной платы увеличивает предложение труда, которое достигает в точке W_2 максимального значения. После же достижения максимального уровня по мере дальнейшего роста заработной платы предложение труда начинает сокращаться. Это происходит потому, что при найме на работу человек выбирает между трудом и свободным временем. При повышении заработной платы есть стимул пожертвовать свободным временем в пользу высокооплачиваемой работы и получения более высокого дохода, на который можно приобрести дополнительные блага. В результате предложение труда растёт. В данном случае имеет место **эффект замещения.** На графике этот эффект проявляется при движении по кривой предложения труда до точки W_2.

Эффект дохода противоположен эффекту замещения и начинает проявляться тогда, когда работник достигает достаточно высокого уровня доходов и материального благополучия. При дальнейшем росте заработной платы выше уровня W_2 начинает преобладать **эффект дохода,** т.е. высокие доходы стимулируют более разнообразный и длительный досуг, нежели труд. Поэтому после точки W_2 наблюдается эффект дохода, когда с ростом доходов предложение труда сокращается. Кривая предложения труда принимает вид изгибающейся к оси ординат кривой.

Преобладание эффекта замещения или эффекта дохода при данном уровне зарплаты зависит как от общей экономической ситуации, так и от самого работника, который принимает самостоятельные решения в соответствии со своими предпочтениями и интересами.

Пересечение кривых спроса на труд N_d и предложения труда N_s даёт нам точку E, характеризующую равновесие на рынке труда, установление равновесной ставки реальной заработной платы W_E и равновесный уровень занятости N_E. При данном уровне заработной платы в экономике наблюдается полная занятость, т.е. спрос на труд равен предложению труда.

Если заработная плата по какой-либо причине повышается до W_1 по сравнению с равновесным уровнем заработной платы W_E в точке E, то возникает новая рыночная ситуация. Фирмы выбирают такой режим функционирования, который соответствует точке A на кривой спроса, в то время, как работники предлагают такое количество труда, которое соответствует точке B на кривой предложения. В результате такого рыночного несоответствия при данном уровне ставки заработной платы W_1 количество предлагаемого труда превышает спрос на труд на величину BA, следствием чего является безработица в размере $N_B - N_A$.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.

2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)
9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)
11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т.,
Узбекистан, 2008г. -124с. (25)

Тема 17: Капитальные вложения и рынок капитала

Цель лекции: дать понятие рынку капитала и инвестиционных вложений, определить факторы, влияющие на величину инвестиционных вложений, охарактеризовать виды инвестиций, раскрыть формулу кругооборота капитала, основного и оборотного капитала. Раскрыть экономическую сущность прибыли.

Основные термины и понятия

Понятие капитала, его формы, основные и оборотные фонды, ссудный процент, инвестиции и инвестирование, понятие чистой инвестиции, структура инвестиций, спрос на инвестиции, влияние инфляции на инвестирование, внутренние и внешние инвестиции, эффективность инвестиций, инвестиционные решения предприятий.

Вопросы по теме:

1. Понятие капитала, физический и нефизический капитал?
2. Какие существуют формы капитала?
3. Назовите основные свойства капитала и поясните с помощью примеров?
4. Что представляют собой капитальные вложения?
5. Раскройте понятия физического и морального износа капитала?
6. Чем отличаются чистые инвестиции от валовых инвестиций?
7. Перечислите возможные источники инвестиционных ресурсов?
8. В каких сферах национальной экономики происходит движение капитальных средств?
9. От каких факторов зависит время оборота капитала? Назовите формулу расчёта?
10. По каким свойствам отличается основной капитал от оборотного капитала?

ПЛАН:

4. Понятие рынка капитала и прибыли
5. Капитал и капитальные вложения (инвестиции)
6. Кругооборот капитала. Основной и оборотный капитал.

Понятие рынка капитала и прибыли

Под термином капитал очень часто принимают произведённые ранее блага (manufactured goods). Капитал подразделяется на **физический и нефизический.**
К физическому капиталу относятся производственные и непроизводственные строения, машины, оборудование, сырьё и материалы. Примерами нефизического капитала могут быть следующие его формы. *Человеческий капитал* представляет собой результат предыдущего производства: получение образования, воспитания, трудовых навыков. Затраты на приобретение знаний расцениваются при этом как инвестиции, которые в последующем будут приносить его владельцу регулярную прибыль в виде более высокого заработка, престижной и интересной работы, повышения социального статуса и пр.
Наряду с этим различают формы капитала: денежную, товарную, производительную (в виде сырья, оборудования, наёмной рабочей силы и т.д.).
Одним из основных свойств капитала является его постоянное движение. Если капитал приостанавливает движение, то он перестаёт быть капиталом, а представляет собой лишь некоторую сумму денег, либо простаивающее оборудование, либо запасы сырья и материалов, незанятую рабочую силу, нераспроданную готовую продукцию и т.д. Лишь находясь постоянно в движении и меняя натурально-вещественные формы, капитал может реализовать свою функцию, а именно, соединить средства производства с работниками в целях создания стоимости большей, чем была авансирована на организацию процесса производства.
В современных условиях чаще всего владеют капиталом одни люди, а приводят его в действие другие. Более того, от капитала-функции часто отделяется управление капиталом, т.е. предприниматель не сам управляет производством, а приглашает для этого специалистов-менеджеров. В таком случае, собственник капитала – получает доход в виде ссудного процента (арендной платы); предприниматель, т.е. тот, кто организует и соединяет все факторы производства – получает предпринимательский доход или прибыль; управляющий производством – получает жалованье, т.е. заработную плату. Если все эти функции выполняются со стороны одного и того же лица, то в таком случае он получает две-три функциональные формы прибыли.
Чтобы решить, выгодны ли капиталовложения, фирмы сравнивают стоимость единицы капитала в настоящий момент с будущей прибылью, обеспеченной этой единицей вложений. Процедура, позволяющая вычислить сегодняшнее значение любой суммы, которая может быть получена в будущем, называется дисконтированием. А текущая стоимость будущих доходов – дисконтированной стоимостью. Если дисконтированная стоимость ожидаемых в будущем доходов от капиталовложений больше, чем издержки на капиталовложения, то есть смысл делать инвестиции.

Капитал и капитальные вложения (инвестиции)

Термин "инвестиции" происходит от латинского слова "invest", что означает "вкладывать".
В более широкой трактовке инвестиции представляют собой вложения капитала с целью последующего его увеличения. При этом прирост капитала должен быть достаточным для того, чтобы скомпенсировать инвестору отказ от использования имеющихся средств на потребление в текущем периоде, вознаградить его за риск, возместить потери от инфляции в предстоящем периоде.
Инвестиции — все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, которые вкладываются в объекты предпринимательской и других видов деятельности, в результате которой создается прибыль (доход) или достигается социальный эффект.

Субъектами инвестиционной деятельности являются инвесторы, заказчики, исполнители работ, пользователи объектов инвестиционной деятельности, а также другие юридические лица – участники инвестиционного процесса. Инвесторы осуществляют вложения собственных, заемных и привлеченных средств в форме инвестиций и обеспечивают их целевое использование.
Объектами инвестиционной деятельности являются вновь создаваемые и модернизируемые основные фонды во всех отраслях экономики; ценные бумаги; научно-техническая продукция и другие объекты собственности; имущественные права и права на интеллектуальную собственность; совместные предприятия; предприятия, полностью принадлежащие иностранным инвесторам.
В зависимости от объектов вложений средств различают реальные и финансовые инвестиции.
Финансовые инвестиции — приобретение корпоративных прав, ценных бумаг и других финансовых инструментов. Финансовые инвестиции подразделяются на прямые (внесение средств в уставный фонд юридического лица) и портфельные (приобретение финансовых активов на фондовом рынке);
Реальные (капитальные) инвестиции — вложение средств в реальные активы, — приобретение домов, сооружений, других основных фондов и нематериальных активов, которые подлежат амортизации.

С течением времени капитал может уменьшаться, как по натуральной форме, так и по стоимости. Этот процесс получил название *амортизации*, или обесценения капитала. Обесценение может быть обусловлено различными факторами. Так, различают *физический и моральный износ капитала.* В первом случае обесценение оборудования и зданий происходит в силу их физического снашивания (обветшания, поломки) в процессе производства и просто в силу времени под воздействием сил природы (ржавление, гниение и пр.).
При моральном износе обесценение происходит в связи с появлением нового поколения техники, более производительной и дешёвой в расчёте на единицу мощности. В этом случае даже ни дня не работавший станок старого поколения мгновенно «теряет» свою стоимость.
На каждом предприятии процессы инвестирования и амортизации происходят одновременно. Часть капитальных ресурсов снашивается и обесценивается, на их место поступают новые станки, инструменты, оборудование и пр. В большинстве случаев инвестиции превышают по объёму амортизацию, поскольку предприятие стремится не просто сохранять прежний уровень производства, а расширять и модернизировать его. Если из величины совокупных (валовых) инвестиций вычесть величину замещающих инвестиций (равных амортизационному обесценению капитала), то получим категорию, называемую чистыми инвестициями:

Чистые инвестиции = Валовые инвестиции – Амортизация.

Инвестиции могут быть классифицированы по разным признакам. Различают *частные и государственные инвестиции*, что определяется тем, кто именно является инвестором: частное лицо или государство.
Инвестиции различаются и в зависимости от национальной принадлежности инвестора. Так, применительно к узбекской экономике можно говорить о *внутренних инвестициях* узбекских производителей и государства, об *иностранных инвестициях* на узбекском рынке, а также об *узбекских инвестициях, осуществляемых за рубежом.*
Важное значение имеет *отраслевая (производственная) структура* инвестиций, характеризующая распределение ресурсов по разным видам производств и отраслей. В этом случае инвестиции предприятия могут быть как сконцентрированными в одной области, так и диверсифицированными, т.е. охватывать широкий спектр отраслей.
По периоду инвестирования различают краткосрочные, долгосрочные инвестиции и аннуитет.
Под краткосрочными инвестициями понимают обычно вложения капитала на период, не более одного года, а под долгосрочными инвестициями - вложения капитала на период свыше одного года.
В практике больших инвестиционных компаний долгосрочные инвестиции детализируются следующим образом:

- до 2 лет;
- от 2 до 3 лет;
- от 3 до 5 лет;
- больше 5 лет.

Аннуитет – инвестиции, приносящие вкладчику определенный доход через регулярные промежутки времени. В основном это вложения средств в пенсионные и страховые фонды.

По формам собственности инвесторов выделяют частные, государственные, иностранные и совместные инвестиции.

Частные инвестиции - это вложения средств, осуществляемые гражданами, а также предприятиями негосударственных форм собственности, прежде всего коллективной.

Государственные инвестиции осуществляют центральные и местные органы власти и управления за счет средств бюджетов, внебюджетных фондов и заемных средств, а также государственные предприятия и учреждения за счет собственных и заемных средств.

Под иностранными инвестициями понимают вложения, осуществляемые иностранными гражданами, юридическими лицами и государствами.

Совместные инвестиции - это вложения, осуществляемые субъектами данной страны и иностранных государств.

По региональному признаку различают инвестиции внутри страны и за рубежом.

Под инвестициями внутри страны (внутренними инвестициями) подразумевают вложения средств в объекты инвестирования, размещенные в территориальных границах данной страны.

Под инвестициями за рубежом (зарубежными инвестициями) понимают вложения средств в объекты инвестирования, размещенные за пределами территориальных границ данной страны (к этим инвестициям относятся также приобретения различных финансовых инструментов других стран).

Источниками инвестиционных средств являются: собственные средства предприятий (прибыль, амортизационный фонд). За счёт них обеспечивается в среднем до 60-70% всех инвестиций. Помимо собственных средств могут быть привлечены и заёмные средства. Большую роль при этом играют кредиты: банковские, государственные, иностранные. Часть средств для инвестиций может быть собрана посредством выпуска акций и облигаций.

Кругооборот капитала. Основной и оборотный капитал

Все без исключения экономические школы подчёркивают, что капитал немыслим без движения, что это движение носит своеобразный циклический характер, что смысл и цель этого движения состоит в самовозрастании, т.е. получении прибыли. Наиболее полно и последовательно движение капитала было проанализировано К.Марксом.

Капитал осуществляет своё движение в двух сферах – производстве и обращении и включает три стадии:

$Д – Т \ldots П \ldots т^1 - Д^1$

1-стадия – в сфере обращения; 2-стадия – в сфере производства; 3-стадия – в сфере обращения.

Движение любого промышленного капитала начинается непременно с денежной формы: деньги необходимы для закупки элементов капитала и рабочей силы. При этом деньги не расходуются окончательно, а авансируются, т.е. предприниматель ожидает, что вернёт себе инвестируемую сумму и получит некоторую прибыль.

Вторая стадия протекает в сфере производства. Здесь происходит соединение средств производства и наёмной рабочей силы.

Функция производительной формы капитала состоит в создании товарной массы, стоимость которой больше стоимости использованных факторов производства.

При переходе из 2-ой стадии кругооборота в 3-ю капитал превращается из производительной формы в товарную. Третья стадия сопряжена с реализацией товарной продукции и протекает в сфере обращения. При этом в итоге капитал вновь возвращается к

первоначальной денежной форме, однако величина его возрастает по сравнению с авансированной суммой.

Во избежание перерывов в движении предприниматель должен постоянно держать одну часть капитала в виде денежного резерва, вторую часть в виде элементов действующего производства, третью часть в виде товарной продукции, проходящей на рынке процесс реализации.

Предприниматель осуществляет инвестирование и запускает капитал в производство не ради однократного получения прибыли, а в целях непрерывного приращения капитальной стоимости. Это становится возможным благодаря самой форме движения производственных фондов – форме кругооборота.

Время, в течение которого совершается этот процесс, называется временем оборота капитала. Время оборота зависит от специфики отрасли вложения капитала. В тяжёлой индустрии капитал оборачивается, как правило, медленнее, чем в лёгкой промышленности. Для каждого предпринимателя небезразлично, как скоро капитал совершит свой оборот. В целях сокращения времени оборота принимаются меры по рациональной организации производственного процесса, позволяющей исключить простои. Большую роль играют технологические нововведения, позволяющие ускорить такие производственные процессы, как сушка древесины, покраска и сушка изделий и т.п. Сокращение времени оборота также зависит от оперативности материально-технического снабжения, времени транспортировки продукции и скорости её реализации на рынке.

Скорость оборота измеряется числом оборотов ресурсов, совершаемых в течение года.

Число оборотов определяется по формуле:

$$n = O / t ,$$

где n - число оборотов в год, O – принятая единица времени (1 год), t – время оборота данных ресурсов.

Так, если время оборота капитала составляет 4 месяца, то скорость оборота – 3 оборота в год.

Производительный капитал подразделяется на **основной и оборотный**.

К основному капиталу обычно относят имущество, служащее больше одного года. На практике основной капитал называют основными фондами.

Основной капитал (основные фонды) является главной составной частью капитала фирм в большинстве отраслей, прежде всего в реальном секторе. Основные фонды представлены зданиями и сооружениями, передаточными устройствами, машинами, оборудованием и приборами и др.

К оборотному капиталу, если иметь в виду его экономическое определение, относят сырье, топливо, энергию, материалы, полуфабрикаты, незавершенное производство, запасы готовой продукции, товары для перепродажи. Если брать бухгалтерское определение оборотного капитала, то к перечисленному следует добавить средства в расчетах с поставщиками и покупателями, денежные средства в кассе предприятия и расходы на заработную плату.

Материально-вещественными носителями основного капитала являются, как правило, средства труда: производственные здания, машины, оборудование. Средства труда участвуют в процессе производства целиком, но переносят свою стоимость на продукт по частям по мере физического износа. Этим определяются особенности оборота основных фондов.

Оборот основного капитала завершится, когда все части его стоимости пройдут свой кругооборот и вернутся к предпринимателю в денежной форме, что даст возможность приобрести новое оборудование, построить новый завод взамен изношенных старых. Другими словами, все части капитала вернутся к своей первоначальной натуральной форме и совершат полный оборот по стоимости.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)
9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)
11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т.,
Узбекистан, 2008г. -124с. (25)
12. www.economica.ru

Тема 18: Государственное регулирование деятельности предприятий.

Цель лекции: дать понятие государственному регулированию экономикой, раскрыть методы государственного регулирования деятельностью предприятий и основные цели регулирования.
Основные термины и понятия

Недостатки рыночных условий хозяйствования, политика государства в области защиты окружающей среды, политика защиты внутреннего рынка, общественное благо, управление рынком со стороны государства и его необходимость, методы управления рыночными отношениями, налоги, субсидии, субвенции, льготное кредито- и налогообложение, границы вмешательства государства в рыночный механизм, дерегулирование, децентрализация.

Вопросы по теме:

1. Из каких соображений исходит необходимость государственного регулирования экономики?
2. Назовите субъектов государственного регулирования?
3. Какие задачи призвано выполнить государство в процессе вмешательства в экономические процессы?
4. Какие средства государственного регулирования экономики вам известны?
5. Какие из средств государственного регулирования наиболее часто используются правительством Узбекистана, почему?
6. Какие из средств государственного регулирования наиболее часто используются в развитых странах, почему?
7. Как вы понимаете термины «децентрализация» и «дерегулирование»?
8. Что представляет собой корпоративное управление, в чём его преимущества?

ПЛАН:

1.Государственное регулирование экономики.
2.Методы государственного регулирования деятельностью предприятий.

Государственное регулирование экономики

Возникновение и существование государства является общественно прогрессивным и значимым фактором в развитии общества. С возникновением государства складывается сфера его экономической деятельности. Более того, экономическая политика государства становится составным звеном и необходимым элементом рыночной системы. «Видимая рука» правительства должна регулировать «невидимую руку» рынка и конкуренции, о которой писал А.Смит.

Известно, что рынок наряду с позитивными имеет и негативные стороны, а именно: не способствует сохранению невоспроизводимых ресурсов и защиты окружающей среды, не может регулировать использование ресурсов, принадлежащих всему человечеству, например рыбных богатств океана. В условиях рынка порой игнорируются потенциально негативные последствия принимаемых решений и не создаются стимулы для производства товаров и услуг коллективного пользования, не гарантируется право на труд и доход, не обеспечивается целенаправленное развитие фундаментальных исследований в науке. Поэтому, в данных условиях, государство призвано корректировать данные недостатки, которые присущи рыночному механизму.

В частности, государство берёт на себя ответственность за создание относительно равных условий для взаимного соперничества предпринимательских фирм, для эффективной конкуренции, для ограничения монополизированного производства. Государство также направляет экономические ресурсы для удовлетворения коллективных потребностей людей, создаёт производство общественных товаров и услуг.

Кроме того, в обществе есть люди, не владеющие ни землей, ни капиталом, ни трудом (нетрудоспособные, неимущие). Они не участвуют в конкуренции, не получают никаких доходов. Существуют и люди, не имеющие работу, но трудоспособные, это лица, которые не могут найти рыночное применение своему труду. Рыночное распределение доходов также неприменимо к тем, кто занят в производстве общественных товаров, содержание таких работников становится задачей государства. В рыночной системе неизбежна безработица, что ставит перед государством ряд сложных проблем. Обязанностью государства автоматически становится регулирование рынка рабочей силы с целью поддержания определенного уровня занятости, а также материального обеспечения людей, утративших рабочие места.

Инфляция является сложнейшей проблемой рыночной экономики, которая решается путем проведения антиинфляционной политики.

Суть государственной антикризисной политики, состоит в том, чтобы во время кризисов и депрессий стимулировать спрос на товары и услуги, капиталовложения и занятость. При длительном и бурном подъеме в экономике страны могут возникнуть опасные явления – исчезновение товарных запасов, рост импорта и ухудшение платежного баланса, превышение спроса на рабочую силу над предложением, а следовательно, несправедливый рост заработной платы и цен. В такой ситуации задача государственного регулирования экономики – притормозить рост спроса, капиталовложений и производства, чтобы по возможности сократить перепроизводство товаров и перенакопление капиталов.

Безусловно, заниматься научными исследованиями с длительными сроками окупаемости, большой степенью риска и неопределенностью в отношении прибыли не под силу рыночному механизму. Поэтому государство вынуждено стимулировать научно-технический прогресс. Такие исследования жизненно необходимы для поддержания отраслей, переживающих технологический кризис.

Регулирование внешнеэкономических связей предполагает проведение государством соответствующей внешнеторговой политики, контроль над международной миграцией капиталов и рабочей силы, воздействие на валютные курсы, управление платежными балансами и т.д.

Субъектами государственного регулирования экономики (ГРЭ) выступают центральные (республиканские), областные и местные органы управления. Одной из основных решаемых ими задач является система формирования конкурентной среды, которая создаёт и поддерживает оптимальные условия для частного предпринимательства, защищает малые предприятия от

недобросовестной конкуренции со стороны крупных монополий, а также регулирует деятельность естественных монополий.
С помощью специальных государственных программ и законов осуществляется контроль за вхождением продукции из других стран на отечественный рынок, её качеством и конкурентоспособностью.
Функционирующая экономическая система защиты отечественных товаропроизводителей от иностранной конкуренции действует при наплыве дешёвых импортных товаров, которые захватывают значительную долю на определённом товарном рынке и тем самым нарушают сложившееся равновесие. Государство через различные элементы вводит повышение ввозных пошлин и импортных квот, что ограничивает импорт определённых товаров и восстанавливает оптимальные условия конкуренции на внутреннем рынке.
Наиболее широкое распространение функциональные системы защиты местных товаропроизводителей получили в ЕС и США. Комиссией ЕС возбуждено более 1,5 тыс. дел. К странам, наиболее часто пренебрегающими правилами свободной конкуренции являются Китай, Индонезия, Индия, Пакистан, Таиланд, Бразилия, Турция и некоторые другие.
Среди важных элементов регулирования, созданных в Узбекистане, следует отметить образование Государственного комитета по антимонопольной политике и поддержке конкуренции, Правительственной комиссии по защитным мерам во внешней торговле, торгово-промышленной палаты и других. К этому следует добавить разработанные Центральным банком Республики Узбекистан различные инструменты денежно-кредитной политики, установление валютного коридора и др.
Однако, в силу специфики Узбекистана и ряда объективных препятствий, процесс формирования широкой сети действенных механизмов саморегуляции потребует ещё значительного времени.

Методы государственного регулирования деятельностью предприятий.

Универсальными средствами государственного регулирования являются правовые, административные, экономические, прямые и косвенные методы.
Правовое регулирование состоит в установлении государством правил «экономической игры» для фирм-производителей и потребителей. Система законодательных норм и правил определяет формы и права собственности, условия заключения контрактов и функционирования фирм, взаимные обязательства в области трудовых отношений работодателей и работополучателей.
Административное регулирование включает меры по регулированию, лицензированию, квотированию и т.д. Оно основывается на силе государственной власти и включают в себя меры запрета, разрешения и принуждения. Например, правительство запретило строить предприятия в пределах столицы. Оно не увеличило налоги или штрафы, а просто прекратило выдачу лицензий.
С помощью административных мер осуществляется государственный контроль над учётной ставкой, валютным курсом, доходами.
Экономические методы предполагают воздействие на характер рыночных связей. Это влияние на совокупный спрос и совокупное предложение, структуризация экономики, социальные условия, использование факторов экономического роста.
С этой целью используются бюджетная и фискальная политика, денежно-кредитная политика, программирование, прогнозирование и планирование.
Прямые методы регулирования базируются на властно-распорядительных отношениях и сводятся к административному воздействию на результативность хозяйствования субъектов. К ним относятся – безвозвратные целевые кредиты секторов экономики, регионов и фирм в виде субвенций или субсидий, включающих дотации, пособия, доплаты из специальных бюджетных и внебюджетных фондов, льготные кредиты.
Целью данного метода является достижение приоритета развития, защита общественно необходимых секторов экономики и групп населения.
Прямое воздействие на экономику государство осуществляет через инвестиции в определённые отрасли хозяйства. Оно может идти на развитие государственного предпринимательства или субсидирования предприятий негосударственного сектора. Первое осуществляется в

капиталоёмких и малорентабельных отраслях – угольная промышленность, железнодорожный транспорт, содержание автодорог, оборонная промышленность. Кроме того, для обеспечения высокого уровня развития экономики государство осуществляет инвестирование в отрасли, определяющие на данном этапе НТП, а также подготовку квалифицированных кадров («Истеъдод») и проведение научных исследований (аспирантура, докторантура, научно-исследовательские центры). На этой основе создаются смешанные предприятия, когда часть акций принадлежит государству. Государство при этом поддерживает уровень жизни населения, определяя предельные цены на энергию, продукты питания, услуги и т.д.

Государство реализует программу поддержки таких сфер, как образование, здравоохранение, охрана окружающей среды, которые без его помощи развивались бы медленнее, чем другие отрасли, или цены на их услуги были бы столь высоки, что были бы доступны немногим. Эти отрасли являются постоянным объектом субсидирования многих государств, так же как аграрное производство, добывающая промышленность, транспорт и т.д.

Однако, следует уточнить, что данные методы государственного регулирования в целом полнее и больше используются в странах с переходной экономикой.

Современные рыночные структуры обусловливают необходимость диверсификации экономической и социальной политики. В западной экономической литературе для характеристики этого процесса используется термин «policy diversiby». В современной экономике развитых индустриальных стран одновременно идут процессы дерегулирования и децентрализации.

Дерегулирование означает сокращение масштабов прямого государственного вмешательства в процессы общественного воспроизводства. Государственное регулирование дополняется корпоративным, что даёт импульсивный и налаженный эффект.

Процесс *децентрализации* состоит в переносе решения многих проблем с макроуровня на мегауровень отдельных регионов и микроуровень отдельных фирм. При этом снижается роль прямых форм административного регулирования и повышается значение различных рычагов косвенного воздействия государства.

Список рекомендуемой литературы:

1. Каримов И.А. «Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышения благосостояния народа». Т.: Узбекистан, 2010 год.
2. Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. – Т.: Узбекистан, 2009г. -48 с.
3. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. –Таллин, 1993.-с. 61-81. (4)
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г. С. 9-35. (7)
5.Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г. С. 90-137. (10)
6.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие. – С.: СамКИ, 2001г. С. 15-35. (11)
7.Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г. С. 183-206. (12)
8.Хамракулова О.Д., Камилова Н.А. Раздаточный материал по курсу «Микроэкономика». Самарканд, СамКИ, 2001, - 82 с. С. 12-21. (19)
9.Хамракулова О.Д. Микроэкономика. Тексты лекций. Самарканд, СамИЭС,
2004. – 140 с. С. 16-26. (16)
10.Статистическое обозрение Республики Узбекистан за 2007-2008 Гг. –Т., 2008г. (24)
11.«Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т.,
Узбекистан, 2008г. -124с. (25)
12.Информация в Интернете по следующим сайтам:
http://www.nes.ru/Acad_year_2001/Micro2-rus.htm,
http://www.ic.omskreg.ru/econrus/win/library/3/37/371/3713/table.htm,
http://www.ic.omskreg.ru/econrus/win/library/3/program/4.htm,

http://www.economics.ru.

XIV. Зарубежные источники

1. Макконелл К.Р., Брю С.Л. - Экономикс: принципы, проблемы и политика. Таллин, 1993.
2. Самуэльсон И., Нордхаус В. – Экономика. Учебное пособие. М..: «Вильямс», 2000г.
3. Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. – Т.: Шарк, 1999г.
4. Микроэкономика. Курс лекций. Ибрагимов М., Казимова. ТРЭУ, 1999г.
5. Курс экономической теории. Учебник. Под ред. Чепурина М.Н. – Киров.: АСА, 2002Г.
6. Борисов Е.Ф. Экономическая теория. Учебник. М.: ЮРАЙТ, 2002г.
7. Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. Под ред. Камаева В.Д. – М.: Владос, 2002г.
8. Амосова В.В. Экономическая теория. - Спб.: Питер, 2001г.
9. Носова С.С. Экономическая теория. – М.: Владос, 1999г.
10. Экономическая теория. Учебник. Под ред. Видяпина В.И. и др. – М.: Инфра-М, 2002г.
11. Гукасьян Г.М. Экономическая теория: ключевые вопросы. – М.: Инфра-М, 2002г.
12. Лунёв В.П. Тактика и стратегия управления фирмой. Учебное пособие. - М.: ДИС, 1998г.
13. Антикризисное управление. Учебник. Под ред. Короткова Э.М. – М.: Инфра-М, 2000г.
14. Нуреев Р.М. «Курс микроэкономики». – М., 2000г.
15. «50 лекций по микроэкономике». – Спб.: «Экономическая школа», 2000г.

Афанасьев М.Ю., Данилин В.И. Сборник задач по микроэкономике. – М.: ТЕИС, 2005. – 246 с.

16. Чеканский А.Н., Флорова Н.Л. Микроэкономика-2. Учебное пособие. – М.: ТЕИС, 2003. – 245с.
17. Климов С.М., Сёмин А.П., Фёдорова Т.А. Микроэкономика. Учебное пособие. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2003, - 350 с.
18. Дорохина Е.Ю. Моделирование микроэкономики: Учебное пособие для вузов / Е.Ю.Дорохина, М.А.Халилов: Под общ. ред. Н.П.Тихомирова. – М.: Экзамен, 2003, - 224 с.
19. Статистическое обозрение республики Узбекистан за 2007-2008 гг. – Т., 2008г. -205с.
20. «Экономика Узбекистана» информационно-аналитический обзор 2008 год. –Т., Узбекистан, 2008г. -124с.
21. www.revolution.allbest.ru
22. www.twirpx.com www.economics.com

XV. Тематика курсовых работ

По курсу микроэкономика, в соответствии с учебным планом курсовые работы не предусмотрены.

XVI. Аннотация

Микроэкономика – раздел экономической теории, изучающий законы поведения отдельных экономических субъектов и их взаимодействие на отдельных рынках, в результате которого формируются цены на производимые товары и услуги, а также факторы производства. Она изучает деятельность самых простых экономических единиц, принимающих самостоятельные решения, - производителей и потребителей, владельцев первичных факторов производства, инвесторов и др. Она исследует механизм согласования целей азличных экономических субъектов, а также законы,

на основе которых делают свой выбор потребители или принимаются предпринимательские решения.
Курс микроэкономики охватил основные вопросы экономики на уровне первичных хозяйственных звеньев. В этой связи, соблюдена логика в изложении материалов, которые дают возможность изучить теорию спроса и предложения, теорию потребительского выбора, вопросы производства и издержек производства, поведения фирм и возможность получения максимума прибыли, рассматриваются вопросы рынка труда, капитальных вложений, рынок капитала и система государственного регулирования экономики.

XVII. Сведения об авторе

Хамракулова Ойдин Давроновна
1954 года рождения, по национальности – узбечка.

Адрес: г. Самарканд, ул. Узбекистанская 135
Тел.: +998662371533
Образование: высшее
Опыт работы: с 2000 – 2011 годы – доцент кафедры «Касб-хунар таълими» Самаркандского института экономики и сервиса.
Знание языков: русский, узбекский, таджикский, английский.
Компьютерные навыки: Microsoft Office Word 2007 – 2010, Socrat Personal 4.1.
Хобби и увлечение: Домохозяйство, Интернет.
Сведения о себе (особая квалификация): кандидат экономических наук с 1985 года, доцент с 1991 года.
Личные качества: профессионализм, трудолюбие, надежность.
Публикации: более 100 научно-методических работ.

XVIII. Полезные рекомендации

Экономика – сложная многоуровневая система. Все её уровни взаимосвязаны и взаимозависимы. Тем не менее, принципы функционирования отдельных хозяйственных агентов отличаются от законов развития экономики в целом. В этой связи возникает необходимость изучения такой дисциплны, как
«Микроэкономика». Микроэкономика – изучает проблемы эффективного использования ограниченных ресурсов на уровне отдельной фирмы, её поведение в различных рыночных ситуациях.

Содержание учебного курса направлено на решение следующих задач:

- Раскрыть принципы, законы и зкономерности экономики на микроуровне;
- Ознокомить студентов с позитивными и нормативными методами экономического анализа;
- Способствовать изучению механизма принятия управленческих решений отдельными экономическими субъектами;

- Сформулировать у будущих специалистов навыки и умения по применению на микроуровне полученных знаний в области эффективного функционирования хозяйственных субъектов.

Теоретический курс по микроэкономике должен позволить каждому студенту на практике использовать свои знания, связать теорию с практикой, а также в решении различных проблем рыночной экономики. В этой связи, мы рекомендуем при изучении курса быть объективным, каждую тему связывать с реальной практикой, учиться находить оптимальные решения, связанные деятельностью фирм как основы первичных звеньев рыночной экономики.

XIX. Нормативные документы

- Конституция Республики Узбекистан. Т., Адолат, 2008г.
- Статистическое обозрение республики Узбекистан за 2009-2010 гг. – Т., 2010г.

Для обеспечения благоприятных условий развития малого бизнеса и частного предпринимательства за 2011 год были приняты следующие нормативно-правовые акты:

- Указ Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по дальнейшему сокращению проверок и совершенствованию системы организации контроля деятельности субъектов предпринимательства» 4 апреля 2011 г., № УП-4296.
- Указ Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по формированию максимально благоприятной деловой среды для дальнейшего развития малого бизнеса и частного предпринимательства» 24 августа 2011 г., № УП-4354
- Постановление Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по увеличению кредитования субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства» 11 марта 2011 г., № ПП-1501
- Постановление Президента Республики Узбекистан «О внесении изменений и дополнений в положение об уведомительном порядке государственной регистрации и постановки на учет субъектов предпринимательства» 28 марта 2011 г., № ПП-1513
- Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по устранению бюрократических барьеров и дальнейшему повышению свободы предпринимательской деятельности» 25 августа 2011 г., № ПП-1604
- Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «Об организации в органах юстиции специального «Телефона доверия»» 19 марта 2011 г., № 80
- Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О введении упрощенного порядка подключения к электрическим сетям электроустановок субъектов предпринимательской деятельности мощностью до 50 квт» 5 апреля 2011 г., № 103
- Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по развитию и улучшению инфраструктуры населенных пунктов республики» 14 апреля 2011 г., № 112
- Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О внесении изменений и дополнений в положение о порядке государственной регистрации, постановки на учет субъектов предпринимательства и оформления разрешительных документов» 1 апреля 2011 г., № 98
- Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по дальнейшему совершенствованию информационного обслуживания налогоплательщиков органами государственной налоговой службы» 2 мая 2011 г., № 125

- Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по совершенствованию предоставления земельных участков на основе конкурса юридическим и физическим лицам для осуществления предпринимательской деятельности» 25 мая 2011 г., № 147
- Закон РУ «О внесении изменений и дополнений в Закон РУ «О лицензировании отдельных видов деятельности» 26.08.2011
- Внесены изменения в Законы РУ «О фермерском хозяйстве», «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности», «О частном предприятии», Закон РУ «О внесении изменений и дополнений в законодательные акты в связи с сокращением проверок деятельности субъектов предпринимательства».

XX. Мера оценки

Контроль знаний студентов и их оценка осуществляется на основе Положения « О контроле знаний и рейтинге студентов в высших образовательных учреждениях», утвержденной Минвузом Республики Узбекистан приказ № 204 от 11 июня 2009 года. 26 августа 2010 года был принят Минвуза РУ «Об изменениях и добавлениях в рейтинговую систему и контроля знаний студентов высших учебных заведениях». В соответствии с данными документами контроль знаний студентов осуществляется в 3 формах:

- текущий контроль; промежуточный контроль (получение оценок на практических, семинарских занятиях), выделяется – 70 баллов; итоговый контроль (проводится только после прохождения текущего и промежуточного контроля), выделяется - 30 баллов.

После прохождения всех трех видов контроля и получения соответствующих баллов заполняется рейтинговая ведомость по группам студентов. Если студент по всему рейтингу получил менее 55 баллов, то он считается задолжником. В соответствии с данным Положением студенту создаются условия на факультете по вторичной сдаче и получений баллов по данному предмету.

Мера оценки знаний студентов:
- 86-100 баллов – отлично;
- 71-85 балл – хорошо;
- 55-70 балл – удовлетворительно;

Рейтинг за семестр исчисляется по формуле

$$\mathbf{R_г = V*Q/100}$$

Где V – общее количество часов, Q – баллы по предмету.

При определении компетентности знаний студентов за основу взято Положение Минвуза РУ « О контроле знаний студентов и оценке рейтинговой системы в высших образовательных учреждениях» (разд.111 «Порядок оценки и меры»).

В соответствии с данным документом предложены следующие меры:
- для получения 86-100 баллов студент должен уметь: понимать значение предмета, иметь знания, использовать полученные знания на практике, творчески мыслить, уметь делать выводы и принимать решения;
- для получения 71-85 баллов студент должен уметь: осуществлять самостоятельное наблюдение (обозрение) предмета, использовать знания на практике, понимать значение предмета, уметь объяснять, представлять основные проблемы курса экономической теории;
- для получения 56-70 баллов студент должен уметь: объяснить, иметь представление о предмете. В отдельных случаях оценить знания студентов на уровне 0-55 баллов.

Вышеуказанные параметры позволяют определить уровень компетентности и знаний студентов по предмету микроэкономика

№	СОДЕРЖАНИЕ	СТР
1	Учебная программа……...	
2	Рабочая программа ……..…….	
3	Педагогические технологии ……	
4	Вопросы и задания ……	
5	Тесты ……..……...	
6	Вопросы для контроля……..	
7	Основные вопросы……....	
8	Раздаточный материал ……	
9	Глоссарий ……	
10	Темы рефератов по самостоятельной работе студентов……	
11	Список литературы…..…….	
12	Основные конспекты…….	
13	Учебные материалы……..	
14	Зарубежные материалы…….	
15	Тематика курсовых работ……...……..	
16	Аннотация……... ……	
17	Сведения об авторе ……	
18	Полезные рекомендации……...……	
19	Нормативные документы ……	
20	Мера оценки ……...	
	Содержание учебно-методического комплекса……	