

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. И.А. БУНИНА»

П.В. Панькин

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Елец – 2020

УДК 33
ББК 65
П 16

*Печатается по решению редакционно-издательского совета
Елецкого государственного университета имени И.А. Бунина
от 28.01.2020 г., протокол №1*

Рецензенты:

М.И. Шепелев, кандидат экономических наук, доцент
(ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина»)

В.П. Бардовский, кандидат экономических наук, профессор
(ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет
экономики и торговли»)

Панькин П.В.

П 16 Основы экономики: учебное пособие. – Елец: ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина», 2020. – 98 с.

ISBN 978-5-00151-102-1

Учебное пособие содержит материал, позволяющий изучить комплекс экономических проблем. Раскрывает основные понятия и сущность социально-экономических процессов и явлений.

Данное пособие может использоваться как основа для самостоятельной подготовки студентов к практическим (семинарским) занятиям, зачетам и экзаменам. Предназначено для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования, обучающихся по специальностям социально-экономического и технического профиля.

УДК 33
ББК 65

ISBN 978-5-00151-102-1

© ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина», 2020

1. ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ

1.1. Система человеческих потребностей.

Согласно общепринятому определению, экономика – это наука, занимающаяся исследованием человечества в повседневных занятиях его жизни. Повседневным же занятием большинства людей является удовлетворение своих потребностей.

Потребности – это те нужды, которые человек желает и может удовлетворить в течение своей жизни. В широком плане потребности присущи всем живым организмам. Но человек – существо биосоциальное и его потребности разрывают узкие биологические рамки и включают в себя потребности социальные и духовные. Человеческие потребности подчиняются следующим закономерностям:

1) Они постоянно возрастают. Процесс возрастания потребностей можно рассматривать с количественной и качественной стороны. Количественный рост связан с увеличением потребностей в данном благе, не зависимо от потребностей в другом благе. Качественный рост потребностей, как правило не ограничен в отличие от количественного. Качественный рост может быть связан с совершенствованием уже используемых благ.

2) Насыщение потребностей — это означает, что каждая новая дополнительная единица данного блага приносит человеку всё меньшее удовлетворение.

Система человеческих потребностей субъективна, т.е. она изменяется от человека к человеку, значительно изменяется по возрасту, по национальным группам и т.д. В экономике не существует чёткой градации потребностей, т.к. всякая потребность предполагает её удовлетворение. Однако, многие экономисты классифицируют все потребности в соответствии с моделью Маслоу, согласно его классификации потребности делятся на 5 больших групп:

1) физиологические (жажда, голод, сон, кислород, естественные нужды и т.д.)

2) потребность в самосохранении (безопасность)

3) социальные потребности (общение, дружба, стремление к отдыху)

4) потребность в уважении (потребность в признании своего мнения другими людьми);

5) потребность в самовыражении (стремление к выражению своего мнения в виде художественного произведения, танца, песни и т.п.)

Потребности удовлетворяются в определённой последовательности от низших – физиологических к высшим. В отечественной экономике потребности делят на материальные (продукты питания, одежда, обувь, сырьё и т.п.) социальные (общение, дружба, любовь) и духовные (познание окружающей среды и себя, получение образования и т.п.

1.2. Понятие экономических и неэкономических благ

Всякое средство, удовлетворяющее человеческую потребность, есть благо. Блага делят на экономические и неэкономические. Неэкономические блага – это свободно воспроизводимые природные ресурсы. К экономическим относят блага, получаемые в результате деятельности человека, их объём по сравнению с человеческими потребностями ограничен. В потребление все блага поступают через обмен, приобретая товарную форму. Чтобы быть товаром благо должно обладать потребительской стоимостью.

Потребительская стоимость – это способность товара или услуги удовлетворять человеческие потребности. Экономические блага делят на материальные и нематериальные. Материальные блага делят на прямые и косвенные. Прямые блага представлены в виде продуктов питания, одежды, бытовой техники и т.д. Их делят на блага кратковременного и долговременного пользования. Косвенные блага участвуют в процессе производства прямых благ. Они делятся на средства труда и предметы труда.

К **средствам труда** относятся все блага, многократно используемые в процессе производства.

Предметы труда используются только в одном цикле производства.

Нематериальные блага связаны с удовлетворением социальных и духовных потребностей человека. Они делятся на внутренние и внешние.

Внутренние – это человеческие знания и интеллект.

Внешние – это услуги, оказываемые преподавателями, работниками учреждений культуры, священниками и т.д. В соответствии с системой человеческих потребностей существует система производства, которая подразделяется на 2 сферы: материальное и нематериальное производство, образующие народное хозяйство страны.

1.3. Экономические ресурсы

Производство благ осуществляется с использованием **экономических ресурсов**. Под ними понимается совокупность природных ресурсов и рукотворных средств производства, а также человеческих способностей. Экономические ресурсы делятся на материальные и человеческие.

Материальные ресурсы – это земля, природные ресурсы и капитал. Под **капиталом** понимаются все средства производства, созданные человеком.

Человеческие ресурсы делят на труд и предпринимательские способности. **Труд** – это совокупность способностей человека, используемых в процессе производства благ. **Предпринимательские способности** – это специфические способности человека, связанные с его умением организовать производство товаров и услуг. Выделяют 5 основных функций предпринимателя:

- 1) он организует производство товаров и услуг,
- 2) принимает на себя ответственность при выборе цели производства,
- 3) принимает на себя риск по реализации продукции,

- 4) внедряет новации в производство,
- 5) осваивает новые рынки сбыта.

Поэтому, *предпринимательство* – это рискованный вид новаторской деятельности, направленный на реализацию товаров и услуг.

Для всех ресурсов характерна одна черта – они ограничены. Экономика рассматривает только те экономические ресурсы, которые выгодно использовать в производстве. Экономические ресурсы для каждого этапа развития человеческой деятельности строго ограничены или редки. В этих условиях любое общество всегда стоит перед проблемой, как с помощью редких экономических ресурсов удовлетворить неограниченные человеческие потребности. Мировой опыт экономического развития свидетельствует, что между объёмом экономических ресурсов, которыми обладает данная страна и уровнем удовлетворения потребностей членов общества не существует прямой зависимости. Уровень удовлетворения потребностей зависит от той экономической системы, которая существует в данной стране.

1.4. Предмет экономической теории

Понятие предмета экономической теории трансформировалось по мере экономического развития и накопления научных знаний.

Впервые термин экономика встречается в трудах греческого философа Ксенофонта. Этот термин происходит от 2-х греческих слов: «ойкос» – дом, хозяйство, и «номос» – закон. Таким образом, экономика по Ксенофонту – это наука по ведению домашнего хозяйства.

С современных позиций в задачу экономики входит примирение постоянно возрастающих человеческих потребностей с ограниченными экономическими ресурсами. Поэтому экономика – это общественная наука об эффективном использовании редких экономических ресурсов в целях удовлетворения неограниченных потребностей человека. Изучение экономики ведётся на 2-х уровнях: микроэкономика и макроэкономика.

Предметом микроэкономики является исследование экономического поведения отдельных единиц: домохозяйств, предпринимательских фирм, государственных учреждений и т.д. На микроуровне изучается взаимодействие спроса и предложения по отдельным товарам и услугам, объясняется, как субъекты экономики делают свой выбор. Макроэкономика изучает функционирование экономики как единого целого. Изучаются такие показатели как: ВВП, ВВП, национальный доход, динамика занятости, уровень цен и т.д.

Можно выделить 3 функции экономической теории:

- 1) она лежит в основе формирования экономической политики государства, т.к. экономическая теория в общей форме раскрывает основные проблемы, стоящие в экономике. К таким проблемам относят: проблему занятости и эффективного использования ресурсов, проблема обеспечения экономической свободы в рамках закона, проблема стабильного уровня цен и борьбы с инфляцией, проблема сохранения окружающей среды.

2) Второе назначение экономической теории – служить методологической базой для лиц, изучающих экономические дисциплины.

3) Третья функция связана с выработкой у членов общества навыков экономического поведения.

Экономическая теория тесно связана с информационно-аналитическими и историка – экономическими науками.

1.5. Проблема выбора в экономике и понятие альтернативной стоимости

Ограниченный объём ресурсов, которыми располагает общество, обуславливает проблему рационального выбора при использовании ресурсов. Дело в том, что большинство экономических ресурсов допускают возможность их альтернативного использования. При этом следует иметь в виду, что использование конкретного вида ресурсов в производстве какого-либо блага ограничивает его использование в производстве других благ.

Проблема альтернативного выбора в экономике занимает столь важное значение, что её выделяют в отдельную науку о рациональном выборе.

В процессе выбора экономические субъекты должны ответить на 3 вопроса: 1) что производить? 2) как производить? 3) для кого производить? В первую очередь необходимо определить соотношение между средствами производства и уровнем потребления товаров.

Вопрос «как производить» включает в себя выбор вариантов общественного разделения труда, территориального размещения производства, выбор технологии производства и форм организации.

Вопрос «для кого производить» предполагает решение проблемы распределения уже произведённых благ.

Распределение благ может осуществляться пофакторно и уравнительно. В странах с рыночной экономикой используется первый вариант распределения. Он означает, что владельцы всех ресурсов получают доход с учётом их личного вклада в производство. Отсюда следует, что любой выбор в экономике связан с жертвами в виде отказов от альтернативных вариантов вложения ресурсов.

Таким образом, ***альтернативная стоимость*** – это те жертвы, которые несёт экономический субъект, отказываясь от альтернативных вариантов вложения своих ресурсов. Если принятое решение об использовании ресурсов приносит его владельцу большую выгоду чем альтернативный вариант, то выбор считается эффективным и наоборот. Альтернативная стоимость в экономике часто называется альтернативными издержками.

1.6. Экономическая эффективность и типы экономического роста

Понятие эффективности имеет в экономике ключевое значение. Экономисты исходят из того, что всем субъектам экономики свойственно рациональное поведение. Это означает, что каждый человек чётко представляет свою систему приоритетов и стремится на свои ограниченные ресурсы получить макси-

мальный эффект. Такое поведение заключается в том, что предпринимательские фирмы расширяют своё производство до такого уровня, при котором доход превышает издержки. Семьи стремятся так распорядиться своим доходом, чтобы каждый рубль приносил бы одинаковую максимальную полезность при покупке товаров и услуг. Государство стремится обеспечить всем членам общества равные условия для повышения благосостояния, для чего оно стремится максимизировать свои доходы. Однако, выбирая варианты использования ресурсов, субъекты экономики должны учитывать, как влияют их решения на окружающий мир, и принимать на себя ответственность за возникающие внешние эффекты.

Наиболее общее определение экономической эффективности сформулировал итальянский учёный Парето. Критерий эффективности гласит: «экономическая система работает эффективно в том случае, если невозможно увеличить, удовлетворение потребностей хотя бы одного из экономических субъектов, не нанося при этом ущерба другим». Если у экономического субъекта есть возможность улучшить своё материальное положение, не нанося при этом вреда другим, то такая возможность считается эффективной. Данный критерий жёстко определил границы, в которых субъекты экономики могут решать 2 первых фундаментальных вопроса экономики. На практике экономическая эффективность подразделяется на технико-экономическую и социально-экономическую.

К основным *техничко-экономическим показателям* относят:

- 1) производительность труда – это отношение произведенной продукции к затратам труда;
- 2) обратным показателем является трудоёмкость – он характеризует трудозатраты на единицу выпуска продукции;
- 3) капиталоотдача (фондоотдача) – это отношение объёма выпускаемой продукции к использованному капиталу;
- 4) обратный показатель – это капиталоёмкость (фондоёмкость).

Рост технико-экономических показателей эффективности не является главной целью это лишь средство к повышению качества жизни членов общества.

Качество жизни проявляется через систему *показателей социально-экономической эффективности*.

К ним относятся показатели обеспечения населения продуктами питания, жильём, объектами здравоохранения, образования, культуры, уровень экологического загрязнения, продолжительность человеческой жизни, уровень детской смертности, продолжительность активной жизни.

Изменения экономической эффективности определяют направления экономического роста. Под экономическим ростом понимается количественное и качественное совершенствование производимых в обществе товаров и услуг.

Выделяют 2 вида экономического роста: экстенсивный и интенсивный.

Экстенсивный экономический рост – это увеличение производства товаров и услуг за счет ввода дополнительных ресурсов при сохранении их прежнего научно-технического уровня и прежней квалификации работников. В этом

случае рост производства товаров и услуг происходит при неизменном или снижающемся уровне экономической эффективности.

Интенсивный экономический рост связан с повышением экономической эффективности. При интенсивном экономическом росте, увеличение производства товаров и услуг обеспечивается за счет более эффективного использования ресурсного потенциала, внедрения новых технологий, улучшения организации производства, повышения квалификации работников.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключается сущность системы человеческих потребностей?
2. Какие основные классификации потребностей существуют?
3. Что представляет собой потребительская стоимость?
4. Что относится к человеческим ресурсам?
5. Что такое предпринимательство?
6. Какие основные функции экономической теории выделяют?
7. На каких уровнях ведется изучение экономики?
8. На какие вопросы должны ответить субъекты экономики в процессе выбора?
9. Что такое альтернативная стоимость?
10. В чем разница между экстенсивным и интенсивным экономическим ростом?

2. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

2.1. Общее понятие системы. Типы экономических систем

Любая система представляет собой совокупность материальных и нематериальных объектов, взаимодействующих между собой и выступающих по отношению к окружающей среде как единое целое.

Основная цель любой системы определяется *законом адаптации*.

Данный *закон гласит*: любая система стремится вести себя таким образом, чтобы исключить эффект внешнего воздействия, иными словами, любая система стремится к самосохранению.

Экономическая система – это совокупность организационных структур и социально-экономических механизмов, определяющих производство, обмен и распределение благ.

Экономические системы принципиально отличаются от всех других систем. Это отличие обусловлено тем, что только в рамках экономической системы осуществляется сознательная организованная переработка ресурсов живой и неживой природы в необходимые человеку блага. Внешнее состояние экономической системы определяется господствующим отношением собственности, механизмом координации и социально-экономическим механизмом распределения благ.

Выделяют 3 вида экономических систем:

1) традиционная – основана на традициях, передающихся из поколения к поколению (в слаборазвитых странах);

2) командная – основывается на государственной собственности на все материальные ресурсы. Все экономические решения принимаются государственными органами посредством централизованного (директивного) планирования;

3) рыночная – характеризуется частной собственностью на ресурсы и использованием системы рынков и цен для координации и управления экономической деятельности.

В реальной жизни экономические системы, существуют в рамках национальных экономик, образуя национальные модели экономической организации общества.

2.2. Содержание отношений собственности

Собственность можно рассматривать с экономической и юридической точек зрения. Экономический подход определяет собственность как систему отношений, возникающую между человеком и окружающими его благами.

Собственность как экономическая категория предполагает соблюдение определённых правил, она распространяется только на ограниченные блага. Чем больший объём труда вложен в собственность, тем выше её стоимость и тем ценнее она для собственника.

Важнейшей особенностью отношений собственности является исключительный характер. Этот принцип означает, что если какой-либо объект принадлежит конкретному лицу, то доступ к нему других лиц запрещён или строго ограничен. В отношениях собственности выделяют объект и субъект собственности.

В качестве **объекта собственности** могут выступать материальные и нематериальные блага. Нематериальные блага делятся на объекты промышленной и интеллектуальной собственности. Объектами интеллектуальной собственности могут являться результаты творческой деятельности людей. К объектам промышленной собственности относят товарные знаки и промышленные образцы. Для каждого человека собственностью являются его знания и профессиональные умения.

Субъектами отношений собственности могут быть отдельные физические лица, коллектив или государство в целом.

2.3. Юридические основы прав собственности

С юридической точки зрения *собственность* – это законодательно закреплённая система отношений, возникающих между людьми по поводу присвоения благ.

Система правовых норм, регулирующих отношения собственности, включает:

1) Право владения, т.е. исключительное право физического господства над объектом собственности.

2) Право пользования, т.е. возможность личного использования полезных свойств объекта собственности.

3) Право распоряжения или управления, т.е. возможность определения формы использования объекта собственности.

4) Право на доход, т.е. право на результаты, полученные от использования объекта собственности.

5) Право на безопасность владения, т.е. право на законную защиту объекта собственности.

6) Право на бессрочность владения, т.е. возможность передачи объекта собственности по наследству.

7) Право на ответственность владения в виде взыскания, т.е. возможность расплачиваться (или получать) объектом собственности в счёт долга.

8) Право на остаточный характер, т.е. возможность восстановления личных прав на объект собственности.

Юридические нормы запрещают использование объектов собственности способом, наносящим вред окружающим. Нельзя осуществлять строительство камина в квартире многоэтажного дома, находящейся в собственности.

Современная рыночная экономика базируется на строгом соблюдении всех прав собственности. Все перемещения экономических ресурсов осуществляются через обмен при одновременной передаче всех прав собственности. За-

конодательная защита прав собственности делает рыночные отношения более надежными, предсказуемыми, она ускоряет передачу объекта собственности из рук в руки. Все права собственности закреплены в виде определенной системы законов государства.

2.4. Типы и формы собственности

В развитии форм собственности можно выделить 2 тенденции:

- 1) связана с обобществлением собственности,
- 2) связана с делением собственности и формированием различных ее форм.

В современной экономике сложились 2 основных правовых режима собственности: частная и общественная. Правовой режим частной собственности означает, что отдельное лицо обладает всеми правами на объект собственности или основными из них.

В зависимости от комбинаций прав собственности отдельных лиц, выделяют: индивидуальную, акционерную, кооперативную и коллективную собственность.

При **индивидуальной собственности** все права закрепляются за отдельным субъектом.

Преобладающее значение в современной экономике имеет **акционерная форма собственности**. АО – это организация, созданная физическими и юридическими лицами путем добровольного объединения средств для получения дохода. Средства АО-ва формируются путем выпуска и продажи акций. Имущественные права акционеров включают в себя право на часть собственности компании, право на доход и право на управление. АО делятся на публичные акционерные общества (ПАО (бывшее ОАО)) и непубличные акционерные общества (АО (бывшее ЗАО))

Акционерная собственность объединяет индивидуальные капиталы, расширяет возможности фирм к экономическому росту, повышает их финансовую устойчивость.

Кооперативная собственность. Кооперативы – это организации, основанные на добровольном объединении участников с целью выполнения социальных функций. Управление кооперативом осуществляется по принципу 1 участник – 1 голос. За каждым участником кооператива сохраняется право на доход и право выхода из кооператива со своим вкладом. Кооперативная собственность особенно распространена в отраслях связанных с производством и переработкой продукции сельского хозяйства.

Коллективная собственность, она формируется путем продажи или передачи предприятий их трудовым коллективам. Распределение собственности между членами коллектива осуществляется с учетом величины стажа и заработка. Как правило, в коллективную собственность переходят мелкие предприятия.

2.5. Общественные формы собственности

Альтернативным вариантом частной собственности является общественная собственность. Она предполагает, что вся совокупность прав собственности находится в руках общества или отдельных его звеньев. В современной экономике объектами общественной собственности распоряжается государственный аппарат.

Общественная собственность распространена на объекты естественной монополии: это отрасли производственной и социальной инфраструктуры (просвещение, здравоохранение, коммуникации, почта); сюда же относят отрасли с рискованным вложением капитала (атомная промышленность, космонавтика). Также к общественной собственности относятся угольная и металлургическая промышленность и ряд других отраслей, являющихся стратегическими для государства.

В рыночной экономике государство стремится с целью повышения эффективности своей работы внедрять в общественную собственность рыночные механизмы, это значит, что государство, оставаясь владельцем многих отраслей, передает право на их использование в частные руки. Передача объектов государственной собственности в частную распространена на те отрасли, где риск от вложений минимален. При этом государство осуществляет продажу части акций своих предприятий частным собственникам.

2.6. Приватизация

Приватизация – это форма передачи на возмездной или безвозмездной основе государственной собственности в частную. Приватизация как социально-экономическая проблема впервые возникла в рыночной экономике. Развитие государственного сектора показало его неэффективность, что проявилось в низкой мобильности государственных предприятий по отношению к рыночному спросу.

В экономике сложились 4 основные формы приватизации государственной собственности:

1) Общественная продажа государственных предприятий. Она может осуществляться путем выпуска и продажи акций предприятия с фиксированной и рыночной ценой. (При фиксированной цене акций в расчет берется прибыльность предприятия, а при рыночной стоимости акций – определяют рыночную стоимость предприятия и затем делят ее на количество выпускаемых акций.) Применительно к нашей стране такой вариант приватизации был невозможен из-за отсутствия крупных сбережений у населения.

2) Продажа государственных предприятий трудовым коллективам. В этом случае используется форма закрытого акционирования, когда все акции распространяются внутри коллектива. Эта форма приватизации использовалась для мелких и средних предприятий.

3) Продажа предприятий в индивидуальное пользование.

4) Бесплатное распределение акций приватизируемых предприятий среди населения страны. Такая форма приватизации преследовала цель создания класса частных собственников в экономике. Недостатком такого вида приватизации является распыление собственности. В этом случае мелкий собственник не может влиять на результаты деятельности крупных АО-в. Для России проблема приватизации осложнялась рядом обстоятельств:

1) Масштабами, 2) Отсутствием фондового рынка, 3) Население страны никогда не работало с ценными бумагами.

Приватизация в России планировалась в несколько этапов: 1) На первом этапе приватизировалась 1/3 часть общественной собственности при помощи ваучеров. В соответствии с этим были разработаны малая и большая приватизация. Малая приватизация предусматривала продажу мелких предприятий. Большая приватизация предполагала преобразование крупных предприятий в акционерные общества. 2) На втором этапе планировалась продажа государственных предприятий за деньги.

2.7. Рыночная экономика

Рыночная экономика в качестве элемента присутствовала в рамках традиционной экономики. Рыночные отношения впервые возникли в сфере продажи оружия. Именно средневековая реформация положила начало рыночной экономике. В развитии рыночной экономики можно выделить 2 значительных этапа:

1) 18 век – рынок свободной конкуренции;

2) 20 век – возникновение рыночной регулируемой экономики.

Свободное рыночное хозяйство сразу показало свою эффективность, т.к. полностью удовлетворяло запросы членов общества и обеспечивало рост экономической системы.

В то же время свободная рыночная экономика выявила и негативные моменты:

1) динамическое развитие экономики через определенные промежутки времени прерывалось кризисами, т.е. экономика развивалась циклически. В периоды кризиса происходило падение совокупного производства, не использовались экономические ресурсы, росла безработица, происходило снижение жизненного уровня населения.

2) рыночный механизм сам по себе не обеспечивал социальных гарантий для низко конкурентоспособных слоев населения (пенсионеры, школьники, студенты, инвалиды).

3) свободная конкуренция приводила к вытеснению с рыночного пространства, неэффективно работающие фирмы, что способствовало монополизации рынка. Тем самым рыночная экономика, превращалась в свою противоположность – монополизированную экономику.

Переход к рыночной регулируемой экономике был начат в развитых странах с 30-х годов 20 века. Он был связан с великой депрессией, поразившей

экономические системы всех стран. Особенностью этого кризиса было то, что равновесное состояние экономики достигалось при неполном использовании экономических ресурсов. Тем самым происходил рост безработицы. А производство сокращалось. Теоретические основы перехода к рыночной регулируемой экономике были заложены в трудах Дж. М. Кейнса. Он доказал, что самостоятельный рыночный механизм в условиях существования крупных фирм и сильных профсоюзов не действует. Согласно Кейнсу, государство должно было вмешиваться в работу рыночной экономики, и с этой целью необходимо было стимулировать совокупный спрос. Для этого необходимо было организовывать общественные работы, снижать налоги, контролировать объем денежной массы в стране.

К настоящему времени сложился целый механизм государственного регулирования экономики. Он включает в себя финансово-кредитное воздействие, а также административно-правовое воздействие, связанное с антимонопольной политикой.

2.8. Командная экономика

Командная экономика – экономическая система, главную роль в регулировании которой, играет государство. Оно определяет, какую продукцию (вид) и в каком количестве следует производить, для кого производить и процесс производства.

В основе командной экономики преобладает государственная собственность на все основные средства производства, то есть экономические ресурсы сосредоточены в собственности населения страны. Государство от имени населения управляет использованием и распределением всех основных экономических ресурсов.

В командной экономике отсутствует рынок, что связано с незначительной долей частной собственности на средства производства или ее отсутствием. Эта функция заменяется централизованным планированием, распределением и снабжением. Однако присутствуют и элементы рынка. Произведенная продукция считается товаром, но цены на нее устанавливает государство. Существует сеть торговых учреждений, являющихся посредниками между продавцами (государственными или кооперативными предприятиями) и покупателями (предприятиями, учреждениями или населением).

К преимуществам командной экономики относятся:

- 1) минимум неопределенности в изменении экономической ситуации на ближайшую перспективу, сравнительно стабильное развитие экономики;
- 2) приоритет на экономические социальные цели и их достижения;
- 3) приблизительно одинаковый уровень доходов населения между его различными группами, способствующее равномерному развитию всех слоев общества;
- 4) возможность поддержания стабильного уровня занятости населения.

К недостаткам командной экономики относятся:

1) ограниченность в выборе товаров (в частности, средств производства) для продавцов и покупателей - все заранее запланировано и распределено;

2) необходимость создания большой, сложной бюрократической структуры экономического управления, зачастую мешающей быстрому принятию оперативных решений;

3) субъективность в управлении экономикой, которая приводит к несбалансированности и непропорциональному развитию отраслей;

4) отчуждение собственников (населения) от объектов собственности (средств производства) и отсутствие конкуренции, которая приводит к безынициативности работников и недостаточному стимулированию в более эффективном использовании экономических ресурсов; как результат - недоиспользование достижений научно-технического прогресса, снижение эффективности, застой в экономике.

Командная экономика использовалась в Советском Союзе и в странах социалистической направленности.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое экономическая система?
2. Какие экономические системы выделяют?
3. Что относится к объектам и субъектам собственности?
4. Что представляет собой право на безопасность владения?
5. Как характеризуется акционерная форма собственности?
6. В чем заключается сущность кооперативов?
7. Что относится к общественной форме собственности?
8. Какие формы приватизации государственной собственности выделяют?
9. Какие негативные моменты выделяют в рыночной экономике?
10. Что относится к преимуществам командной экономики?

3. РЫНОК: УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ, МЕХАНИЗМ ДЕЙСТВИЯ И СТРУКТУРА

3.1. Общие условия формирования рыночных отношений

Рынок – это общественный механизм, обеспечивающий посредством ценовой координации взаимосвязь между производством и потреблением благ. В понятие рынок включено множество экономических явлений, связанных с обменом товарами и услугами. Обмен возникает в том случае, когда субъекты рынка обладают качественно разными экономическими благами. Стремления к обладанию разнообразными товарами и услугами называются экономическими интересами субъектов.

Рыночная конкуренция возникает при 3-х условиях:

1) Если на рынке участвуют одновременно множество производителей и потребителей продукции, и их индивидуальное влияние на рыночный обмен незначительно.

2) Производители и потребители могут свободно входить на рынок и выходить с него.

3) Всем производителям продукции равнодоступны экономические ресурсы.

В таких условиях каждая фирма, стремясь увеличить свои доходы, вынуждена учитывать реакцию других фирм. В итоге в результате конкурентной борьбы на рыночном поле остаются только те фирмы, которые умеют эффективно перерабатывать ресурсы в необходимые потребителям товары и услуги. В свою очередь спрос потребителей не может выйти за рамки их доходов. Потребительские доходы представляют платежеспособный спрос.

Для нормального функционирования рынка необходимо обеспечение формирования его законодательных механизмов, что является результатом развития частных форм собственности и их защитой.

Существует следующая классификация рынков:

1) По экономическому назначению – рынок ресурсов, труда, земли, капитала.

2) По географическому принципу – местный, региональный, национальный и мировой рынок.

3) По формам конкуренции – рынок совершенной конкуренции, рынок несовершенной конкуренции (монополистической конкуренции, олигополия), монополия.

3.2. Субъекты рыночной экономики

В рыночной экономике выделяют 3 крупных субъекта: домохозяйства, предпринимательские фирмы и государство (правительственные организации и учреждения).

1) *Домохозяйства* – это экономические единицы, состоящие из одного или нескольких человек, которые ведут общее хозяйство и принимают совместно экономические решения. Домохозяйствами на практике являются все семьи страны. Они выступают собственниками всех основных экономических ресурсов. Эти ресурсы они на платной основе предоставляют предпринимательским фирмам и государству. Свои доходы домохозяйства используют на приобретение потребительских товаров и услуг, либо накапливают в виде сбережений.

2) *Предпринимательские фирмы* – это экономические субъекты, состоящие из одного или нескольких предприятий, которые перерабатывают экономические ресурсы в товары и услуги с целью получения прибыли.

3) *Государство* – это правительственные учреждения, осуществляющие преимущественно на бесприбыльной основе регулирование социально-экономических процессов в стране для обеспечения экономического роста и повышения благосостояния граждан. Распределение функций между субъектами экономики достаточно сложно, например, один и тот же человек может находиться одновременно в составе домохозяйства, предпринимательской фирмы или государственного учреждения.

В процессе взаимодействия экономических субъектов и их хозяйственной деятельности формируется макроэкономический кругооборот.

Субъекты рыночной экономики взаимодействуют на 2-х рынках: рынке ресурсов и рынке товаров и услуг. На рынке ресурсов продавцами выступают домохозяйства, а покупателями предпринимательские фирмы и государство. На рынке товаров и услуг продавцами становятся предпринимательские фирмы, а покупателями домохозяйства и государство.

Принципиальным отличием этих 2-х рынков является то, что на рынке ресурсов домохозяйства предоставляют свои ресурсы в пользование, оставаясь при этом их владельцами, а на рынке товаров и услуг происходит смена собственности на товары и услуги. Все доходы, которые получают субъекты на данных рынках, частично изымаются государством путем налогообложения. А налоги обеспечивают функционирование государственных структур, в том числе поддерживают мало обеспеченные слои населения.

3.3. Преимущества и недостатки рынка

Преимуществами рыночной экономики являются следующие факторы:

1) при минимальных экономических и социальных затратах рынок адаптирует экономику к динамично меняющимся потребностям и предпочтениям экономических субъектов. Изменение рыночных цен является главным условием для структурной перестройки экономики;

2) система рыночных отношений экономически раскрепощает человека, заставляет его быть предприимчивым и соблюдать свои интересы;

3) рынок эффективно использует ресурсный потенциал и достижения научно-технического прогресса.

Однако несмотря на имеющиеся преимущества, рынку свойственны и недостатки:

1) рынок не имеет стимулов к производству общественных благ, так как они не приносят прибыли;

2) рынок не может рационально разрешить проблему внешнего воздействия (загрязнение окружающей среды, и прочие негативные эффекты). Ресурсы общего пользования в рамках рынка используются не эффективно;

3) рынок не обеспечивает развитие фундаментальных наук, в области НТП, рынок реализует только те проекты, которые приносят прибыль;

4) рынок не гарантирует право на труд и доход всем гражданам, так как не все могут обеспечить высокую производительность труда;

5) рыночный механизм самостоятельно не может контролировать объем денежной массы в стране. Кроме того, рыночная экономика столкнулась с проблемой неконтролируемого экономического роста, в результате которого происходит чрезмерное и нерациональное использование экономических ресурсов, что в свою очередь может привести к необратимым глобальным процессам в любой экономической системе.

Поэтому все функции, которые нельзя реализовать через рынок, берет на себя государство.

3.4. Спрос и закон спроса

Спросом является желание и возможность потребителей купить товар по определенной цене, в определенном объеме и в определенное время. Однако желание нельзя назвать спросом. **Спрос** – это всегда платежеспособная потребность. Спрос в первую очередь зависит от цены. Взаимосвязь между величиной спроса и ценой может быть выражена графически.

Графический способ позволяет увидеть направления изменения спроса, что создает возможность его прогнозирования.

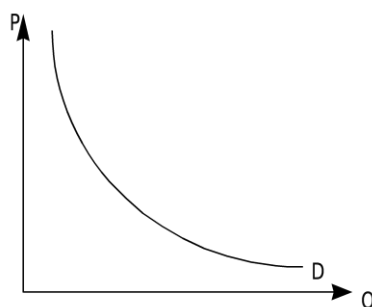


Рис. 1. График спроса

Главным свойством спроса является обратная связь между ценой на данный товар и величиной спроса. Данная зависимость называется **законом спроса**. Он гласит, что спрос обратно пропорционален цене на товар. Это значит, что понижение цены на товар приводит к повышению спроса на него и наобо-

рот. Закон спроса можно объяснить, во-первых, психологически, т.е. любой покупатель стремится приобрести больше товаров по низкой цене, чем по высокой. Во-вторых, можно объяснить с помощью эффекта дохода, т.е. снижение цены на товар как бы увеличивает доход потребителя и создает условия для расширения своих покупок. В-третьих, закон спроса объясняется с помощью эффекта замещения, т.е. высокие цены на данный товар заставляют потребителя искать замену ему среди других товаров.

Различают *индивидуальный спрос*, т.е. спрос отдельных экономических субъектов на конкретный товар, *рыночный спрос* – это спрос всех субъектов рынка на данный товар, он является результатом суммирования всех индивидуальных спросов, *совокупный спрос* – является результатом суммирования всех спросов на всех существующих рынках в пределах экономической системы.

Изменения цен на товары приводят к изменению величины объема спроса, т.е. при изменении цены осуществляется движение по кривой спроса. Кроме того, на спрос влияют неценовые факторы, они приводят к смещению кривой спроса по всем уровням цен. Среди *неценовых факторов* выделяют следующие:

1) потребительские предпочтения – благоприятные предпочтения увеличивают спрос на данный товар при любой цене, что вызывает смещение кривой спроса на графике вправо вверх, неблагоприятные предпочтения смещают кривую спроса влево вниз. Потребительские предпочтения изменяются под влиянием моды и НТП.

2) доходы покупателей – с их ростом спрос на товары увеличивается и наоборот.

3) цены на сопряженные товары – эти товары классифицируются на 2-е группы: взаимозаменяемые (субституты) и взаимодополняемые (комплементарные) товары. Под взаимозаменяемыми товарами понимают товары, которые удовлетворяют одну и ту же потребность (масло – маргарин, молоко натуральное – сухое молоко, и т.д.) Если на один товар цена возрастает, то спрос на него падает, а увеличивается на товар его заменяющий. По взаимодополняющим товарам изменение спроса на один товар приводит к изменению спроса в том же направлении на другой товар (фотоаппарат – пленка, машины – бензин, запчасти, и т.д.)

4) ожидание, под которым понимается будущее изменение цен и доходов потребителей. Прогнозируемый рост цен на какой-либо товар увеличивает спрос на него в настоящее время, и наоборот, прогнозируемое снижение цены сдерживает спрос.

5) число покупателей на рынке, их увеличение приводит к росту спроса на товар, а уменьшение покупателей к сокращению спроса.

В экономической теории существуют следующие **виды спроса**:

1) отрицательный спрос – когда покупатели не признают данный товар и избегают его покупки

2) отсутствие спроса – возникает, когда покупатели, на которых ориентирован данный товар, не знают о его существовании;

- 3) скрытый спрос – возникает, когда предложение данного товара не обеспечивает в полной мере удовлетворение потребностей покупателей;
- 4) нерегулярный спрос – связан с колебаниями спроса на товар во времени;
- 5) нерациональный спрос – возникает на товары, которые приносят вред.

3.5. Предложение. Закон предложения

Предложение – это объем продукции, который производители могут изготовить и представить к продаже на рынке по каждому из возможных уровней цен в течение определенного времени.

Главным фактором, определяющим объем предложения являются цены на товар. Между ценами и величиной предложения существует прямая зависимость, которая называется **законом предложения**. Он гласит, что величина предложения прямо пропорциональна цене на товар, то есть с ростом цены увеличивается объем предложения и наоборот.

Закон предложения может быть описан графически, с помощью кривой предложения.

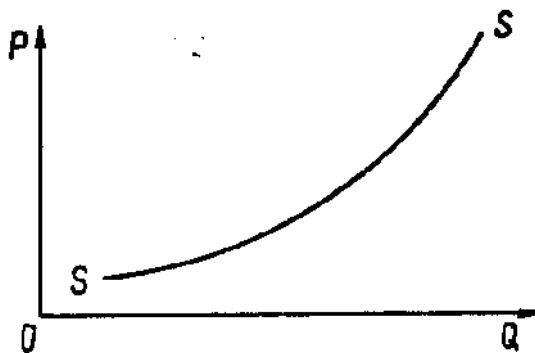


Рис. 2. График предложения

Между ценой и величиной предложения существует определенная взаимосвязь, которая приводит к изменениям объема предложения, в этом случае происходит движение по кривой предложения. На величину предложения кроме цены влияют *неценовые факторы*, они приводят к смещению кривой предложения по всем ценовым уровням.

Среди неценовых факторов выделяют:

- 1) изменение цены на используемые при производстве товаров ресурсы. Это изменение прямо влияет на изменение затрат и, следовательно, влияет на величину рыночного предложения.
- 2) Улучшение техники и технологии производства – это позволяет значительно снижать затраты и предлагать к продаже большее количество товаров.
- 3) Налоги и дотации – налоги фирмы рассматривают в качестве своих затрат и с их увеличением величина предложения сокращается. Дотации, наоборот стимулируют рост предложения.

4) Ожидание – ожидаемый рост цен заставляет фирмы наращивать производство товаров при этом «придерживая» их предложение.

5) Число продавцов на рынке – с их увеличением увеличивается и предложение товаров и наоборот.

3.6. Формирование равновесной цены и равновесного объема продаж

В процессе взаимодействия спроса и предложения происходит формирование рыночной равновесной цены. Согласно экономической теории под ценой понимаются те жертвы, которые несут покупатели, приобретая тот или иной товар. В условиях ограниченности ресурсов и неограниченности потребностей, уровень цен на отдельные товары определяет решение производителей и потребителей об объемах выпуска и объемах покупок товаров. Таким образом цена выполняет информационную функцию при принятии экономических решений. В условиях рыночного обмена цена показывает те пропорции, в которых один товар обменивается на другой, причем для некоторых субъектов экономики цена выступает как внешне заданная величина, на которую они не могут повлиять. В таких условиях цены ориентируют фирмы на эффективное использование ресурсов, а потребителей на рациональное принятие решений. В этом случае, цена выполняет стимулирующую функцию. Система рыночных цен координирует и уравнивает экономические решения всех субъектов. Через равновесие спроса и предложения цена выполняет балансирующую функцию.

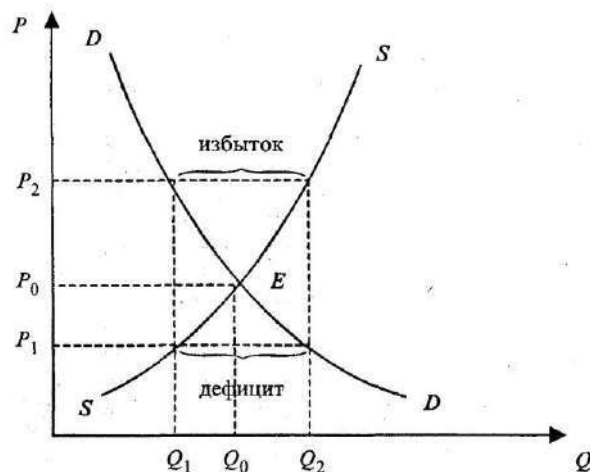


Рис. 3. График равновесной цены

В экономике различают цены спроса и цены предложения. Цена спроса определяется полезностью данного товара для потребителя, а также платежеспособностью потребителя. Ценой предложения является цена, по которой продавец хочет и может продать свой товар.

Взаимодействие спроса и предложения возможно только в одной точке, это точка их пересечения. Этому состоянию рынка соответствует равновесная

цена P_0 и равновесный объем продаж Q_0 . Таким образом, равновесная цена – это результат взаимного компромисса между продавцами и покупателями. Если кривая спроса смещается вверх, то равновесная цена и равновесный объем продаж растут. Если происходит падение спроса, то это приводит к снижению равновесной цены и равновесного объема продаж. Модель равновесного рынка позволяет прогнозировать результаты внешнего вмешательства в экономику. Государство при попытке регулировать экономику может вводить цены «пола» и цены «потолка». Если государство вводит цены «пола», то оно устанавливает гарантированный минимум рыночных цен. Как правило, такие цены устанавливаются на товары, обеспечивающие экономическую безопасность страны. Цены «потолка» вводятся, когда государство ограничивает верхний ценовой предел. Как правило, в экономике в этом случае может возникать рыночный дефицит.

3.7. Структура современного рыночного хозяйства

Рыночное хозяйство – это совокупность организационных и правовых норм, обеспечивающих через куплю продажу взаимодействие продавцов и покупателей.

Структура рынка делится по объектам рыночного обмена:

- 1) потребительский рынок,
- 2) рынок ресурсов,
- 3) рынок товаров и услуг,
- 4) рынок ценных бумаг и валюты,
- 5) инновационный рынок – на нем осуществляется продажа патентов и лицензий,
- 6) информационный рынок.

По экономическим субъектам рынок делится на:

- 1) рынок покупателей,
- 2) рынок продавцов,
- 3) рынок посредников. По соответствию действующему законодательству выделяют легальный и нелегальный рынок. По характеру продаж рынок делят на оптовый и розничный.

Для того, чтобы рынок действовал без сбоев и при минимальных организационных затратах формируется рыночная инфраструктура, которая представляет собой совокупность рыночных механизмов, обеспечивающих нормальное товародвижение в экономике.

Основными элементами рыночной инфраструктуры являются:

- *Биржа* – это форма организации оптовой торговли однородными массовыми товарами.
- *Банки, страховые компании, инвестиционные и пенсионные фонды* – все они работают на финансовом рынке и превращают сбережения в инвестиции.
- *Аудиторские фирмы* обеспечивают независимую внешнюю ревизию деятельности фирм.

• *Консалтинговые фирмы* на платной основе консультируют частные фирмы и разрабатывают для них стратегические вопросы поведения на рынке.

Вопросы для самоконтроля

1. Условия возникновения рыночной конкуренции?
2. На каких рынках взаимодействуют субъекты рыночной экономики?
3. Что относится к недостаткам рынка?
4. В чем заключается закон спроса?
5. Как графически выглядит закон предложения?
6. Каким образом формируется дефицит и избыток товаров на рынке?
7. Что такое цена предложения?
8. Какие выделяют рынки по объектам рыночного обмена?
9. Какие основные элементы выделяют в рыночной инфраструктуре?
10. В чем заключается сущность рыночной инфраструктуры?

4. ЭЛАСТИЧНОСТЬ И РЫНОЧНАЯ АДАПТАЦИЯ СУБЪЕКТОВ ЭКОНОМИКИ

4.1. Понятие эластичности. Эластичность спроса по цене

Под **эластичностью** понимают способность к изменению спроса и предложения под влиянием различных экономических факторов.

Для определения чувствительности субъектов рынка к изменяющимся условиям используют коэффициент эластичности. Он показывает степень изменения одного фактора в зависимости от изменения других факторов.

$$E_d = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P}, \text{ где}$$

E_d – коэффициент эластичности спроса по цене;

$\% \Delta Q_d$ – процентное изменение количества запрашиваемого товара;

$\% \Delta P$ – процентное изменение цены на товар.

$$\% \Delta Q = \frac{\Delta Q}{Q} \cdot 100\% \qquad \% \Delta P = \frac{\Delta P}{P} \cdot 100\%$$

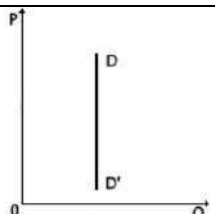
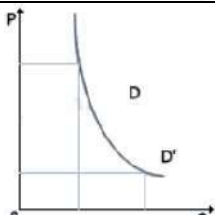
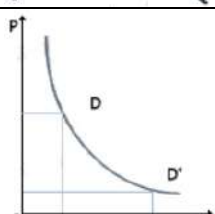
ΔQ – изменение величины спроса;

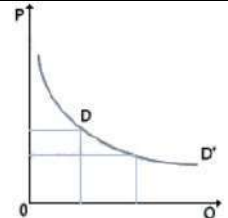
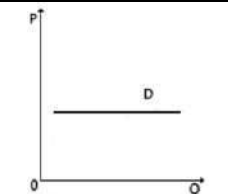
Q – первоначальный спрос;

ΔP – изменение величины цены;

P – первоначальная цена.

Таблица. Реакция покупателей на изменение цен

Величина коэффициента эластичности	Кривая спроса	Характер спроса	Поведение покупателей	
			Цена снижается	Цена повышается
$E_d = 0$		Абсолютно неэластичный спрос	Количество покупателей неизменно	
$0 < E_d < 1$		Относительно неэластичный спрос	Темп роста спроса меньше темпа снижения цены	Темп снижения спроса меньше темпа роста цены
$E_d = 1$		Единичная эластичность	Темп роста спроса равен темпа снижения цены	Темп снижения спроса равен темпа роста цены

$1 < E_d < \infty$		Высоко эластичный спрос	Темп роста спроса выше темпа снижения цены	Темп снижения спроса выше темпа роста цены
$E_d = \infty$		Абсолютно эластичный спрос	Объем закупок неограниченно растет	Объем закупок неограниченно снижается

Спрос считается эластичным, если однопроцентное изменение цены на товар приводит к изменению величины спроса более чем на один процент. *Спрос считается неэластичным*, если однопроцентное изменение цены на товар приводит к изменению спроса на него меньше чем на 1 процент.

Между эластичным и неэластичным спросом существует промежуточное состояние, в котором коэффициент эластичности спроса равен 1, это означает, что при однопроцентном изменении цены на товар, спрос останется на прежнем уровне. Выделяют также абсолютно неэластичный спрос, когда коэффициент эластичности равен нулю, это означает, что любое изменение цены на товар не изменит величины спроса на него. К таким товарам относят наркотики, водку, инсулин и другие лекарства.

Абсолютно эластичный спрос возникает, когда сколь угодно малое изменение цены на товар приводит к бесконечно большому изменению спроса на него. Это явление возникает на рынке однородных товаров, когда у всех производителей примерно одинаковые цены. Знание ценовой эластичности спроса имеет большое практическое значение, т.к. дает возможность фирмам планировать объем и структуру производства и вырабатывать ценовую политику.

4.2. Факторы ценовой эластичности спроса

Выделяют следующие факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса:

1) *Наличие товаров заменителей* – чем их больше, тем эластичнее спрос. В этом случае изменение цен на заменяющие или заменяемые товары всегда позволяет сделать выбор в сторону более дешевых. Отсутствие товаров заменителей приводит к неэластичности спроса. Считается, что к неэластичным товарам относятся все потребительские товары первой необходимости.

2) *Значимость продукции для потребителя*. По значимости товары делятся на товары первой необходимости, товары регулярно используемые, но не являющиеся абсолютно необходимыми и товары, относящиеся к предметам роскоши. На товары последних 2-х групп эластичность спроса достаточно высока. Однако последние группы товаров нужно рассматривать с учетом социального статуса и экономического благосостояния отдельных групп населения.

3) *Удельный вес затрат на данную продукцию* в бюджетных расходах потребителей. Чем выше доля затрат на данный товар, тем более высока эластичность спроса на него

4) *Универсальность товара*. Чем универсальнее товар и чем разнообразнее направления его использования, тем выше эластичность спроса на него.

5) *Фактор времени*. Чем длительнее период привыкания потребителей к новой цене товара, тем выше эластичность спроса на него.

4.3. Эластичность предложения по цене

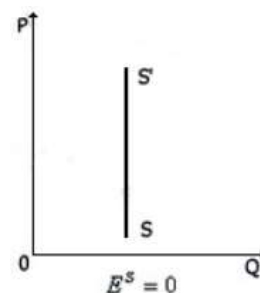
Теория ценовой эластичности спроса применима и к рыночному предложению товаров. Эластичность предложения характеризует реакцию производителей на изменение рыночных цен. Она определяется:

$$E_s = \frac{\% \Delta Q_s}{\% \Delta P}, \text{ где}$$

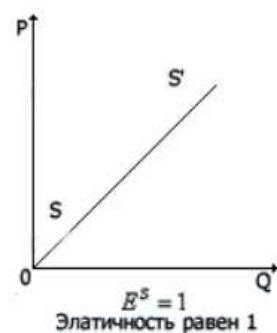
$\% \Delta Q_s$ – процентное изменение величины предложения;

$\% \Delta P$ – процентное изменение рыночной цены на товар.

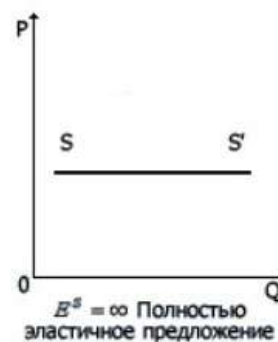
Эластичность предложения всегда величина положительная.



Если $E_s < 1$, значит предложение неэластичное;



Если $E_s = 1$, значит производитель ничего не выиграл;



Если $E_s > 1$, значит предложение эластично по цене.

На эластичность предложения влияют следующие факторы:

1) *Время*. В экономике различают три временных интервала: краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный. В краткосрочном периоде предложение товара как правило не эластично. Производителям в течение короткого времени трудно переориентировать свое производство. Изменчивость спроса во времени значительно выше, чем изменчивость предложения. В среднесрочном периоде фирмы производители не могут принципиально изменить предложение данного товара, т.е. не могут построить дополнительные производственные помещения, приобрести и установить дополнительное оборудование и т.д. Однако они могут изменить объем производства продукции за счет интенсификации производства, роста производительности труда, увеличения количества рабочих смен и т.д. Все эти меры повышают эластичность предложения по сравнению с краткосрочным периодом.

В долгосрочном периоде фирмы могут полностью адаптироваться к новым рыночным ценам: они могут увеличить производственные мощности и использовать все интенсивные и экстенсивные факторы роста. Эластичность предложения в долгосрочном периоде наиболее высокая.

2) *Потребность в качестве выпускаемого товара*. Если товар способен к длительному хранению, а затраты связанные с его хранением минимальны, то такой товар относится к высоко эластичным.

3) *Технологические особенности производства* данного товара. Продукция фирм, требующая использования сложных технологий относится к низко эластичной.

4) *Капиталоемкость производимых товаров*. Чем выше капиталоемкость продукции, тем ниже эластичность ее предложения.

Вопросы для самоконтроля

1. Что показывает коэффициент эластичности?
2. В чем отличие относительно неэластичного спроса от абсолютно эластичного спроса?
3. Когда спрос считается неэластичным?
4. Какие факторы влияют на эластичность предложения?
5. Когда предложение считается неэластичным?

5. ТЕОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Главным действующим лицом в рыночной экономике является потребитель:

- во-первых, сама экономика как сфера деятельности существует ради удовлетворения человеческих потребностей;
- во-вторых, потребители в нормально организованной экономике решают, что и в каких количествах производить.

Потребитель является законодателем производства, т.к. он своими денежными средствами определяет производство того или иного объема товаров. Потребитель в рыночной экономике в отличие от командной действует в рамках экономической свободы.

Теория потребительского поведения исходит из предпосылки о рациональном поведении потребителя.

Под **рациональным поведением** понимают стремление человека получить такой набор товаров и услуг, который в наибольшей степени удовлетворял бы его потребности, а затраты на приобретение этих товаров были бы минимальными. При этом каждый потребитель имеет свою субъективную шкалу предпочтений.

Кроме того, **рациональность проявляется** в том случае, если у потребителя есть полная информация по всем товарам. При этом предпочтения потребителя всегда *транзитивны*, т.е. если потребитель предпочитает товар А товару В, а товар В товару С, то он предпочитает товар А товару С. Свойство транзитивности обеспечивает согласованность потребительских предпочтений.

Теория рационального поведения отражает желания потребителя использовать свои средства наилучшим образом. Потребитель всегда действует на рынке в условиях бюджетного и ценового ограничений. Доходы потребителя ограничены, поэтому он всегда стоит перед выбором, какой товар приобрести, а от какого отказаться. Другим сдерживающим фактором для потребителя выступают цены, они показывают варианты возможных покупок. Поэтому, любая покупка потребителя – это всегда сопоставление дохода и цены.

Право потребителя на приобретение товаров и услуг может быть ограничено форс-мажорными обстоятельствами (войны, экологические катастрофы, неурожаи и т.д.) В этих условиях возникает необходимость нормированного распределения товаров и услуг. Потребление может быть ограничено, если общество считает данные товары вредными для человека.

Потребительский спрос бывает *функциональным*, который вытекает из объективных потребностей человека и нефункциональным. *Нефункциональный спрос* может быть обусловлен внешним воздействием на потребителя, нерациональным спросом или спекулятивным воздействием.

В зависимости от внешнего воздействия *нефункциональный спрос* формируется под влиянием:

1) эффекта присоединения к большинству (эффект «вагона»). Эффект присоединения увеличивает спрос на товар. Наблюдается при следовании модных направлений в обществе.

2) эффекта «сноба» является противоположным эффекту присоединения. Потребитель в этом случае стремится приобрести товар, который выделил бы его из основной массы.

3) эффекта показного потребления – связан с престижным спросом, он ориентирован на приобретение товаров, которые бы говорили о высоком социальном статусе покупателя. Такую функцию могут выполнять те товары, доступ к которым других потребителей ограничен. Как правило, это товары роскоши.

Нерациональный спрос потребителей возникает тогда, когда он делает незапланированные покупки. *Спекулятивный спрос* возникает в условиях или рыночного дефицита или в условиях кризисов рыночной экономики. Потребитель в этом случае стремится стать обладателем товаров, которые не подвержены инфляции.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое рациональное поведение?
2. В чем заключается транзитивность потребительских предпочтений?
3. Почему потребитель является главным действующим лицом в рыночной экономике?
4. Какие факторы являются сдерживающими для потребителя?
5. В каких случаях право потребителя может быть ограничено?
6. В чем заключается нефункциональный спрос и под влиянием каких факторов он формируется?
7. Как проявляется эффект «сноба»?

6. ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

6.1. Бизнес как форма человеческой деятельности. Виды бизнеса

Бизнес – это инициативная деятельность частных лиц, предпринимательских фирм или государственных учреждений направленная на извлечение дохода. Бизнес как система деловых отношений между субъектами экономики может осуществляться только в определенной социально-экономической среде при наличии развитого института частной собственности, рынка, четко разработанной системы прав и ответственности бизнеса перед обществом.

В рыночной экономике всем субъектам в той или иной мере характерно бизнес поведение. Бизнес поведение характеризует одну из сторон человеческой жизни, а именно экономический эгоизм человека и его стремление улучшить свое материальное положение. Человеческая природа двойственна, кроме стремления к выгоде, человеку свойственен альтруизм, т.е. бескорыстное стремление помогать людям, жертвовать своими интересами ради других. Однако в экономике в качестве рабочей гипотезы выделяют человека эгоистичного.

В современной экономике выделяют такую сферу бизнеса как потребительский бизнес, который представляет собой деятельность потребителей, направленную на получения максимального эффекта от своих доходов.

Потребительский бизнес реализуется в 2-х формах:

- 1) путем рационального выбора потребительских благ,
- 2) путем рационального распоряжения своим доходом.

Доход любого потребителя можно разделить на 2-е части: потребляемую и сберегаемую.

Сберегая свои доходы, потребители стремятся:

- во-первых, снизить риск от непредсказуемости рыночных отношений;
- во-вторых, сбережения можно рассматривать как отложенный спрос, он может быть связан с покупкой более дорогостоящих товаров,
- в-третьих, доходы отдельных групп населения могут быть столь велики, что физически «не проедаются».

Поведение сберегателей описывается теорией «выбора портфелей инвестиций» эта теория показывает рациональные формы использования сбережений домохозяйствами. Теория базируется на следующем положении, что любые сбережения базируются на доходности, ликвидности и рискованности.

Под **доходностью** понимается получение дохода в различной форме на вложенные средства. **Ликвидность** – это та легкость, с которой те или иные активы превращаются в деньги. Под риском понимается опасность потери своих сбережений экономическими субъектами. Как правило, средства, вложенные в активы, приносящие наибольший доход подвержены наибольшему риску, менее доходные активы подвержены меньшему риску.

Применительно к активам выделяют явный и неявный риск. Явный риск связан с прямой потерей активов. Неявный риск связан с частичной потерей ценности актива, например, в связи с инфляцией или физической порчей.

В экономике возможны следующие варианты размещения активов:

1) личное хранение денег – оно не приносит дохода, но исключает явный риск, но при этом имеет место большой неявный риск, связанный с инфляцией;

2) покупка недвижимости – такое размещение активов почти не подвержено явному риску и исключает неявный риск, как правило в условиях инфляции цены на недвижимость опережают темпы роста инфляции, единственным недостатком недвижимости является ее низкая ликвидность;

3) покупка товаров длительного пользования, ценных металлов, драгоценных камней, антиквариата. Однако покупка таких активов не приносит дохода и при продаже они облагаются налогом.

4) хранение денег в банке – в развитых странах такое хранение исключает явный риск. Хранение может осуществляться на текущих и срочных счетах.

5) покупка облигаций и других финансовых обязательств государства – ценные государственные бумаги приносят низкий доход, но полностью исключают явный риск. Как правило, государство обеспечивает 100% гарантию по своим обязательствам. (ГКО)

6) покупка акций и облигаций частных фирм – наиболее доходными являются акции рискованных корпораций (до 40%), доходность обыкновенных акций до 15%.

Предпринимательский бизнес — это рискованная инициативная деятельность людей, направленная на создание и доведение до потребителей товаров и услуг с целью получения прибыли. Можно выделить следующие сферы предпринимательства: производство товаров и услуг, коммерческое посредничество (оптовая торговля), коммерция (розничная торговля), финансовые услуги.

6.2. Фирма в рыночной экономике

Предпринимательский бизнес осуществляется путем организации фирм. Фирма в рыночной экономике выполняет несколько функций:

- 1) концентрирует ресурсы;
- 2) перерабатывает ресурсы;
- 3) организует сбыт товаров и услуг;
- 4) накапливает производственный и рыночный опыт;
- 5) получает прибыль.

Фирмы состоят из одного или нескольких предприятий, взаимодействие которых между собой осуществляется на основе комбинирования.

Комбинирование может осуществляться на основе вертикальной и горизонтальной интеграции, диверсификации и конгломерации.

Вертикальная интеграция означает проникновение фирмы в другие отрасли, которые по отношению к основному производству выполняют функции последовательных технологических этапов производства.

Горизонтальная интеграция возникает тогда, когда объединяются предприятия, выполняющие одни и те же стандартные функции.

Диверсификация – это объединение в рамках фирмы нескольких производств, не имеющих непосредственно общего значения. При диверсификации в фирме сохраняется одна доминирующая отрасль.

Конгломератные фирмы возникают, когда в одной фирме объединяются различные технологически не связанные между собой производства и не выделяются доминирующие отрасли и фирмы. В экономике применительно ко всем фирмам реализуется принцип выживаемости, в этом случае на рынке остаются лишь те фирмы, которые стремятся получать максимум прибыли.

6.3. Организационно–правовые формы предпринимательского бизнеса

В экономике выделяют 3 базовых типа предпринимательских фирм:

- 1) единоличное владение,
- 2) партнерство,
- 3) корпорация.

Единоличное владение – это тип предпринимательства, в котором собственник сам несет неограниченную материальную ответственность за ведение дела. *Преимущества* такой формы предпринимательства заключаются в следующем:

- 1) легкость юридического открытия,
- 2) простая система учета доходов и расходов,
- 3) высокие стимулы к эффективному ведению дела,
- 4) полная свобода при принятии решений по ведению бизнеса.

Недостатками такой формы предпринимательской деятельности являются:

1) ограниченные финансовые возможности для экономического роста, т.к. главный источник финансирования бизнеса – это собственные средства. Возможности получить кредит ограничены, т.к. банки считают вложения в частный бизнес рискованными.

- 2) низкая конкурентоспособность по сравнению с крупными фирмами,
- 3) полная ответственность владельца по всем обязательствам фирмы.

Партнерство – это добровольное юридически зарегистрированное объединение 2-х или более лиц с целью совместного ведения бизнеса. В партнерских фирмах объединяются финансовые ресурсы и предпринимательские способности, вместе с тем, партнеры несут общий риск по ведению дела.

Преимущества партнерства состоят в следующем:

1) легкость юридического открытия, здесь основное внимание уделяется учредительному соглашению, в котором оговариваются права и обязанности каждого из партнеров, в т.ч. по управлению фирмой и распределению прибыли.

2) партнерские фирмы имеют более широкие возможности для увеличения капитала и собственного роста.

К *недостаткам* партнерства можно отнести:

- 1) трудность управления фирмой,
- 2) усиленная, по сравнению с единоличным владением материальная ответственность, т. к. каждый участник партнерства отвечает своим имуществом за действие других участников.

Партнерские фирмы в основном распространены в юриспруденции, здравоохранении, брокерской и аудиторской деятельности. Партнерство – это наименее распространенная форма предпринимательства.

Корпорация (АО) – это форма организации предпринимательского бизнеса, основанная на объединении средств физических и юридических лиц, путем выпуска акций. Акция – это ценная долевая бумага, свидетельствующая о вложении в данную фирму капитала и дающая права владельцу на часть прибыли и собственности фирмы. Корпорации обладают правом юридического лица, т.е. они несут полную ответственность по заключенным контрактам и обязательствам, согласно действующему законодательству. Акционеры являются носителями ограниченной ответственности, их обязательства по делам фирмы ограничиваются размером вложенных средств.

Акционеры имеют право на получение дивидендов по акциям и право на получение части собственности корпорации при ее банкротстве. Корпорации бывают открытого и закрытого типа. В первом случае акции поступают в свободную продажу на фондовом рынке, во втором случае, владельцами акций могут стать лица, статус которых оговорен в уставе. Различают корпорации с ярко выраженным контрольным пакетом акций и без него. Теоретически контрольный пакет акций – это 50% акций + 1 акция. Однако в реальной жизни при высокой распыленности акционерного капитала контрольный пакет может составлять 10-15%.

Преимуществом являются:

- 1) неограниченные возможности к росту фирмы, т.е. привлечение капитала за счет выпуска дополнительных акций,
- 2) разделение прав акционеров на имущественные и личные обеспечивает независимость принятия решений,
- 3) стабильный характер функционирования, за исключением случаев банкротства.

К *недостаткам* корпоративного бизнеса относят:

- 1) двойного налогообложение. В начале прибыль корпорации облагается как доход юридического лица, а затем часть прибыли как дивиденды облагается налогом на доходы физических лиц.
- 2) разделение функций собственности и контроля. Из-за распыления собственности в корпорации у собственников снижается возможность контролировать работу корпорации. В этих условиях наемные менеджеры могут манипулировать корпорацией в своих интересах.

Использование тех или иных форм предпринимательского бизнеса осуществляется с учетом национальных особенностей отдельных государств, а также с учетом отраслевых и финансовых возможностей физических и юридических лиц.

6.4. Малый бизнес в современной экономике

Наиболее распространенным в мировой экономике является крупный корпоративный бизнес. Эта форма бизнеса является наиболее устойчивой и высоко прибыльной. Однако крупный бизнес мало мобилен, у него появляется стремление к консерватизму в области НТП. Такой бизнес, как правило, характеризуется массовым производством однотипной продукции. Средний бизнес менее устойчив, он либо перерастает в крупный бизнес, либо разоряется, исключения составляют фирмы, занимающие узкие рыночные ниши.

Ведущей тенденцией предпринимательского бизнеса сейчас является ускоренное развитие его малых форм. Малый бизнес не является особой организационно-правовой формой предпринимательской деятельности. В соответствии с законодательством РФ к малому бизнесу относятся предприятия с численностью рабочих, в промышленности до 200 человек, в науке до 100 человек, и до 50 человек в непроизводственной сфере.

Главными причинами ускоренного роста малого бизнеса является то, что в условиях индивидуализации спроса малый бизнес наиболее быстро реагирует на запросы потребителей. Малый бизнес наиболее перспективен в плане экономического роста. Для того чтобы выжить на рынке, предприятия малого бизнеса стремятся первыми внедрять достижения НТП. Малый бизнес соответствует человеческой природе с ее стремлением к достижению личного успеха.

Малый бизнес в современной экономике действует в четырех сферах:

1) он работает на условиях франчайзинга. Это система взаимодействия малого и крупного бизнеса, когда предприятия малого бизнеса пользуются фабричной маркой известных крупных фирм, реализуя их товары. В этом случае малый бизнес работает, как правило, в розничной торговле.

2) в сфере производства товаров и услуг для населения.

3) предприятия малого бизнеса работают на основе подряда и в этом случае они работают по заказам крупных фирм.

4) организация рискованного бизнеса.

Как правило, такой бизнес организуется в наукоемком производстве, при создании качественно новых технологий и продуктов. Для создания такого бизнеса необходимо наличие новых идей, нового товара, новой технологии производства, а также предприниматель готовый к риску и капитал готовый для финансирования нового рискованного дела.

Формы российского бизнеса утверждены гражданским кодексом РФ с 1 января 1995 года. Гражданский кодекс заменил общее понятие «предприятие» как организационно-правовой формы на формы, установленные в развитых мировых странах. Дело в том, что правовая форма предприятия с точки зрения ве-

дения бизнеса заключает в себе противоречия. Предприятие как коммерческое лицо экономически не является собственником материальных ресурсов, которые оно прирабатывает, т.е. предприятие было лишено прав юридического лица. Юридическим лицом считается организация, которая имеет собственность для осуществления хозяйственной деятельности, обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом. Юридическими лицами могут быть как коммерческие, так и некоммерческие организации. К коммерческим относятся организации, ставящие цель – извлечение прибыли. Коммерческие организации в России создаются в следующих формах: хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные или муниципальные предприятия.

Хозяйственные товарищества и общества подразделяются на полные товарищества, товарищества на вере (коммандитные), общества с ограниченной ответственностью, АО открытого и закрытого типа, дочерние и зависимые общества.

Полными называются товарищества, участники которого занимаются предпринимательской деятельностью и несут полную ответственность, отвечая по своим обязательствам принадлежащим им имуществом.

Товариществами на вере, называются товарищества, в которых наряду с участниками, несущими полную ответственность, существует 1 или несколько участников, которые несут риск убытка только в размере вложенных в товарищество средств.

В **обществах с ограниченной ответственностью** его участники несут риск в пределах собственного вклада. Хозяйственными дочерними обществами являются организации, капитал которых не преобладает в уставном капитале акционерного общества. Статус зависимого общества предполагает, что у дочернего общества имеется не более 20% голосующих акций акционерного общества в целом.

Производственный кооператив – это коммерческая организация, не имеющая право собственности на закрепленное за ней имущество. Унитарным (муниципальным) является предприятие, которое перерабатывает ресурсы с целью получения прибыли, однако имущество, находящееся на балансе этого предприятия, является государственной собственностью, либо принадлежит городским властям.

Вопросы для самоконтроля

1. В каких формах реализуется потребительский бизнес?
2. На какие части делится доход потребителя?
3. Что такое предпринимательский бизнес?
4. В чем заключается вертикальная интеграция в фирме?
5. Какие типы предпринимательских фирм выделяют?
6. Что такое контрольный пакет акций?
7. В чем заключаются преимущества корпораций?
8. В каких сферах действует малый бизнес в современной экономике?
9. В чем отличие полного товарищества от товарищества на вере?

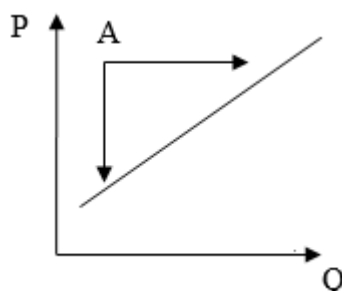
7. РЫНОК СОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ

7.1. Конкуренция как социально-экономическое явление

Конкуренция – это экономическое соперничество (борьба) между субъектами экономики в процессе реализации ими своих интересов. Конкуренция не только показывает, как эффективно производить товары и услуги, но и заставляет фирмы, чьи доходы зависят от рынка, либо подражать добившимся успеха, либо частично или полностью лишиться своих доходов. Тем самым, конкуренция осуществляет безличностное давление на всех субъектов рынка.

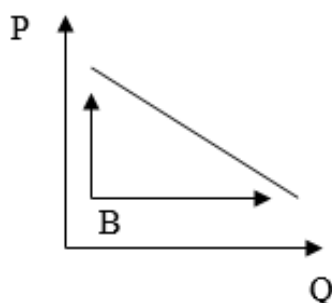
Возникновение конкуренции возможно в следующих случаях:

1) Между производителями товаров и услуг. Ее объектом в этом случае могут быть экономические ресурсы, потребительские товары, а в итоге денежные средства потребителей. Как известно, поведение производителей на рынке графически выражается через кривую предложения.



Зона конкуренции производителей всегда расположена выше кривой предложения. Любая точка A этой области экономически реализуема производителями, причем, движение из точки A вниз означает, что производители стремясь реализовать свою продукцию снижают цену. Движение из точки A по горизонтали означает, что производители стремятся расширить сбыт продукции при сохранении данной цены. Все точки находящиеся ниже кривой предложения, являются областью нереализуемой конкуренции, потому что цены в ней не обеспечивают безубыточного производства.

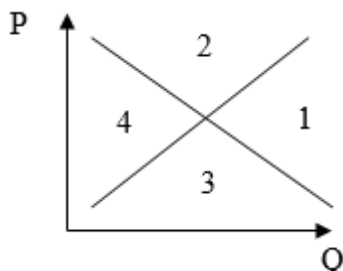
2) Конкуренция между потребителями при покупке товаров и услуг. Поведение потребителей на рынке описывается с помощью кривой спроса.



Область конкуренции потребителей лежит ниже кривой спроса. Движение из точки B вверх означает, что потребители готовы купить данный товар по

более высокой цене. Движение из точки В по горизонтали, говорит о том, что потребители заняты поиском Р данного товара при сложившемся уровне цен.

3) Конкуренция между продавцами и потребителями при установлении рыночных цен.



Совмещая в одном графике кривые спроса и предложения, мы получаем крест Маршалла и 4 различные конкурентные области:

1 – рынок производителей, на котором возникает эффективное предложение, в этой области производство недостаточно по отношению к спросу, следовательно, на этом рынке конкурируют между собой покупатели;

2 – зона конкуренции между производителями и покупателями;

3 – рынок покупателей, на котором конкурируют между собой производители товаров, в этой области имеет место определенное перепроизводство товаров;

4 – зона неосуществимой конкуренции для всех субъектов рынка.

7.2. Формы конкуренции

По формам конкуренция может быть ценовой и неценовой.

Ценовая конкуренция возникает в случае, когда фирмы за счет снижения цены стремятся захватить большую рыночную долю. Это возможно только в том случае, если фирма работает с более низкими издержками, чем конкуренты.

Неценовая конкуренция включает в себя конкуренцию по научно-техническому уровню выпускаемой продукции, создание товаров превосходящие рыночные аналоги, а также имеющих торговое и послеторговое обслуживание. К неценовой конкуренции относят также установление удобных режимов работы для покупателей, упаковка товаров и реклама.

Конкуренция может быть добросовестной и недобросовестной. Добросовестная конкуренция ведется с соблюдением установленных в обществе законов и правил, а также моральных норм. Недобросовестная конкуренция возникает при продаже товаров ниже их себестоимости, при завышении цен на сырье и при недобросовестной рекламе.

Поведение фирмы на рынке определяется тем, в какой степени она может влиять на рыночную цену и объем продаж, в этой связи различают: рынок совершенной или чистой конкуренции, рынок монополистической конкуренции, монополию и олигополию. Три последних рынка объединены в рынок несо-

вершенной конкуренции. Главное отличие рынка совершенной конкуренции от рынка несовершенной конкуренции связано со степенью влияния фирм на рыночную цену. На рынке совершенной конкуренции цена выступает для фирм как внешне заданная величина, на которую они не могут повлиять. На рынке несовершенной конкуренции фирмы могут влиять на цену в зависимости от своей рыночной доли и поведения конкурентов.

7.3. Особенности функционирования рынка совершенной конкуренции

В современной экономике считается, что рынок совершенной конкуренции является идеальным, т.к. его механизмы работают практически без сбоев. Для этого рынка характерны следующие признаки:

1) На нем действует множество независимых продавцов и покупателей одного и того же товара, и доля каждого участника рынка столь незначительна, что они не в состоянии по отдельности влиять на рыночную цену и общий объем продаж.

2) Полная свобода фирм для входа на рынок. При этом если фирма получает прибыль и работает эффективно, то другие фирмы не могут ограничить ей доступ на рынок.

3) Однородность выпускаемой продукции. В рамках отрасли все фирмы все фирмы выпускают абсолютно одинаковую продукцию, тем самым у потребителей нет предпочтений к продукции какой-либо одной фирмы.

4) Абсолютная прозрачность рынка – это означает, что все субъекты экономики имеют одинаковую информацию об условиях продаж и о ценах товаров.

5) На рынке совершенной конкуренции обеспечивается равный доступ всех фирм к экономическим ресурсам.

Модель рынка совершенной конкуренции – это идеал, ее существование связано с началом рыночной экономики (18-19 век). Тогда на рынке по каждому виду продукции существовало множество мелких производителей. Сейчас к модели рынка совершенной конкуренции подходят рынки валют и ценных бумаг и частично рынки сельскохозяйственной продукции.

Модель рынка совершенной конкуренции имеет 2 преимущества:

1) она показывает максимально эффективную работу рыночного механизма, на этом рынке все получают одинаковый доход и, следовательно, единственным источником повышения эффективности является снижение собственных издержек.

2) при совершенной конкуренции наиболее рационально распределяется экономическая власть, т.к. ни один экономический субъект не может по своему усмотрению изменить цену, а это устраняет рыночные злоупотребления.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем заключается сущность конкуренции?
2. В каких случаях возникает конкуренция?
3. Что включает в себя неценовая конкуренция?
4. В чем отличие добросовестной конкуренции от недобросовестной?
5. Какие признаки характеризуют рынок совершенной конкуренции?
6. Преимущества рынка совершенной конкуренции?

8. НЕСОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: ЧИСТАЯ МОНОПОЛИЯ

8.1. Монополия в системе рыночной экономики

Чистая монополия – это рыночная ситуация противоположная рынку совершенной конкуренции. Слово монополия происходит от 2-х греческих слов «монос» и «полия», что означает единственный продавец. Монополия – это рыночная структура, отвечающая 3 требованиям:

- 1) выпуск товаров контролируется одним производителем, который и определяет отраслевое предложение;
- 2) производится товар, который является уникальным, не имеющим близких товаров-заменителей, это означает, что потребитель в данном случае лишен выбора, он либо купить товар, либо отказаться от него;
- 3) в условиях монополии вход других фирм на рынок закрыт с помощью экономических и административных барьеров.

Причем экономические барьеры в той или иной степени преодолимы, за счет появления абсолютно новых товаров, а административные барьеры в рамках действующей законодательной системы непреодолимы, т.к. они опираются на законодательную власть, что позволяет ликвидировать конкурентов.

Поэтому, фирма является монополистом, если она производит уникальный товар, не имеющий заменителей на рынке, а ее положение защищено экономическими и административными барьерами.

На чистом монопольном рынке может быть 4 ситуации:

- 1) простая монополия – когда фирма монополист продает товар всем покупателям за одну и ту же цену;
- 2) дискриминационная монополия возникает, когда монополист продает свой товар разным покупателям за разную цену;
- 3) *монопсония* – возникает на рынке, когда нескольким продавцам противостоит один покупатель;
- 4) двухсторонняя монополия – в этом случае, одному продавцу противостоит один покупатель.

Монополия может возникнуть в следующих условиях:

- 1) В отраслях обслуживающих совокупные нужды общества на разных его уровнях. К отраслям естественно монополизированным государством относятся электрические, газовые, коммуникационные и другие стратегические отрасли. Для всех этих отраслей ярко выражен положительный эффект масштаба, т.е. в этом случае обеспечивается минимизация затрат на единицу выпускаемой продукции. В таких условиях государство выступает гарантом соблюдения интересов всех членов общества, оно административно ограничивает вход других фирм в эти отрасли. Это осуществляется с помощью системы лицензирования. *Лицензия* – это разрешение, выдаваемое государством фирме на право деятельности, в какой-либо отрасли. В лицензиях оговариваются цены на выпускаемые товары, а также условия деятельности фирмы – монополиста.

2) Монополии могут возникать в результате активной научно-технической деятельности частных фирм и отдельных лиц. В современной экономике существует разветвленная система защиты интеллектуальной и промышленной собственности. Формой защиты являются товарные знаки, патенты и авторские права.

Патент – это свидетельство, удостоверяющее исключительное право автора на распоряжение данным изобретением. Он может быть выдан фирме или отдельному физическому лицу сроком на 15-20 лет с возможностью последующего продления.

Товарные знаки – это специальные символы, позволяющие идентифицировать товары разных фирм. Они являются гарантией качества, формой узнаваемости данного товара и рекламой. Товарные знаки служат также объектом купли-продажи.

Авторское право – это право контроля продажи и распространения в интересах автора творческих произведений в области литературы, искусства, программного обеспечения и т.д. Оно действует в течение всей жизни автора и в течение 70 лет после его смерти.

3) Монополия может быть связана с единоличным владением фирмы или физического лица каким-либо уникальным ресурсом.

4) Монополия может возникнуть в результате недобросовестной конкуренции.

Таким образом, характерной особенностью монополии является отсутствие конкурентов в выпуске продукции, что позволяет самостоятельно принимать решение о ценах и объемах выпуска товаров. Однако монополия не является единственной главной экономической единицей, так как в природе не существует абсолютно незаменимых товаров. При этом монополист своими действиями выигрывая в цене товара всегда проигрывает в объеме продаж и наоборот, что связано с низкой эластичностью продукции.

8.2. Определение цены и объемов выпуска в условиях монополии

Поведение фирмы-монополиста на рынке определяется 3-мя обстоятельствами:

1) чистая монополия работает в рыночной среде и, следовательно, подчиняется законам рынка.

2) Монополист как единственный производитель данного товара определяет его отраслевой выпуск, т.е. в этом случае монополия и отрасль являются синонимами, следовательно, кривая спроса совпадает с рыночной кривой спроса и имеет классический характер. Таким образом, любое изменение монополистом цены или объема выпуска подчиняется закону спроса. Кривая предложения фирмы-монополиста выражается точкой на кривой спроса.

3) В отличие от фирмы, действующей на рынке совершенной конкуренции, монополист является не ценополучателем, а ценопроизводителем. Это значит, что он имеет право самостоятельно устанавливать цену на свою про-

дукцию, однако его власть не абсолютна. Для любого выпускаемого монополистом товара существует хотя бы низкая, но эластичность. Следовательно, повышение или понижение цены будет приводить к снижению или повышению объемов продаж, на что также влияют бюджетные ограничения покупателей. Таким образом, стремление монополиста к увеличению объема продаж своего товара всегда сталкивается с эффектом падающей цены.

Исходя из этого можно сделать 2 вывода:

- 1) для монополиста кривая рыночного спроса является кривой среднего дохода,
- 2) если монополист назначает для всех единую цену, то величина среднего дохода равна цене.

При неэластичном спросе на товар фирма – монополист имеет более широкие возможности для увеличения цены. Для сохранения своей власти над рынком фирма – монополист часто снижает цену, устанавливая цену лимита, эта цена является своеобразным экономическим барьером для фирм, пытающихся попасть на рынок. Но в связи с такими ценами, фирма-монополист не всегда может получать прибыль.

8.3. Многоценовая монополия, ценовая дискриминация. Экономические последствия господства монополии

В экономической практике возможны ситуации, когда фирма монополист устанавливает различные цены на свои товары для разных покупателей. Различие в ценах может носить объективный характер, что связано с разными затратами на производство товаров, или дискриминационный характер. Термин дискриминация в переводе с латинского означает различие. Под *ценовой дискриминацией* понимается практика установления различных цен на один и тот же товар, при том, что различие в цене не связано с затратами на производство этих товаров.

Ценовая дискриминация возможна, когда разные покупатели по-разному оценивают полезность одного и того же товара и, следовательно, они готовы платить различную цену за этот товар. Возможны также случаи, когда покупатели готовы платить различную цену в зависимости от объема покупок данного товара. Таким образом, ценовая дискриминация позволяет монополисту максимизировать прибыль за счет дифференциации цен по каждой единице продукции.

Ценовая дискриминация возникает при 4-х условиях:

- 1) монополист должен контролировать весь рынок, что создаст условия для манипулирования ценой. Возможность к манипуляции ценой тем выше, чем ниже эластичность спроса на данный товар и чем больше покупателей на рынке.
- 2) покупатели в силу обстоятельств или неудобства не могут продать купленный товар.

3) продавец имеет возможность делить покупателей на группы на основании учета эластичности их спроса на данный товар.

4) издержки связанные с реализацией дискриминационной политики не должны превышать выгоды от этой деятельности. Поэтому в экономической практике не существует идеальной ценовой дискриминации.

Выделяют 4 типа ценовой дискриминации:

1) личная, или дискриминация среди покупателей;

2) по объему покупок, т.е. цена на товар напрямую зависит от объема покупки;

3) дискриминация на сегментируемых рынках. Она используется в том случае, если рынок данного товара может быть разделен на отдельные части;

4) географическая дискриминация, в этом случае монополист может учитывать отсутствие конкурентов в других регионах и дифференцировать цену.

За счет дифференциации цен фирма – монополист увеличивает свой объем продаж.

Рынок монополия представляет собой отклонение от рынка совершенной конкуренции по ценам и по объемам продаж. На этом рынке не реализуется принцип эффективности Парето.

Монополия приводит к неэффективному распределению экономических ресурсов, она движет капиталом из отрасли в отрасль, что снижает возможности адаптации рынка к изменяющемуся спросу. Кроме того, в условиях монополии снижаются стимулы к внедрению достижений НТП, т.к. отсутствие конкуренции позволяет монополисту не проводить активную научно-техническую политику.

Несмотря на недостатки монополии необходимы в отраслях с ярко выраженным положительным эффектом масштаба.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие необходимы условия для существования монополии?

2. Что такое монополия?

3. В чем проявляется защита интеллектуальной и промышленной собственности?

4. Какими обстоятельствами определяется поведение фирмы-монополиста на рынке?

5. Что такое ценовая дискриминация?

6. Какие существуют условия возникновения ценовой дискриминации?

7. В чем заключается географическая дискриминация?

9. РЫНОК МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

9.1. Особенности рынка монополистической конкуренции

В современных условиях наблюдается рост монополий и усиление рыночной конкуренции. Конкуренция усиливается, во-первых, вследствие повышения эффективности работы малых и средних фирм, что приводит к их количественному росту. Эффективность малого и среднего бизнеса обусловлена информационной революцией и снижением затрат на получение информации, что значительно усиливает международную конкуренцию.

Во-вторых, увеличивается наукоемкость и капиталоемкость производства.

В-третьих, повышается роль управленческих подразделений организаций, определяющих успех на рынке среди покупателей.

Для рынка монополистической конкуренции характерно 4 особенности:

1) Количество фирм на рынке. На этом рынке в отрасли присутствует значительное количество фирм. При этом отдельная фирма производит лишь небольшую рыночную долю товаров, а, следовательно, обладает ограниченными возможностями чтобы повлиять на рыночную цену. Возможность сговора фирм и картelizации отрасли затруднены. Каждая фирма практически независима в своих решениях, т.е. слабо учитывает реакцию других фирм.

2) Вид товара. В условиях монополистической конкуренции фирмы выпускают несхожий с конкурентами дифференцированный товар. Дифференцированные товары – это товары, которые выполняют одну и ту же потребительскую функцию, но отличаются по качественным или формальным признакам. В этом случае дифференциация товара позволяет фирме влиять на цену, причем эта монопольная власть над ценой очень ограничена, т.к. резкие изменения цены могут привести к потере рынка сбыта. Различают действительную и искусственную дифференциацию. Действительная дифференциация означает различие по качеству товара. Искусственная дифференциация предполагает различие в упаковке, торговой марке, сервисном обслуживании, что обеспечивается с помощью рекламы.

Реклама оказывает существенное влияние на дифференциацию товара. Реклама выполняет 2 функции: информационную и побудительную. Эти функции реклама выполняет, если она целенаправленна, т.е. концентрирует потребителя на данный товар. Реклама должна быть адресной, что предполагает предварительную сегментацию рынка. Кроме того, реклама должна быть постоянной, правдивой, но с допуском элементов преувеличения.

3) Для рынка монополистической конкуренции характерна неценовая конкуренция, которая реализуется через рекламные компании товаров.

4) Любая фирма может свободно войти на рынок или уйти с него. Данный рынок представлен в основном мелкими и средними фирмами с небольшим капиталовложением, что обеспечивает возможность свободного входа на этот рынок.

Объектами торговли на этом рынке являются товары пищевой промышленности и основная масса промышленных товаров.

9.2. Поведение фирмы на рынке монополистической конкуренции

Выпуск дифференцированных товаров приводит к тому, что однородный рынок таких товаров распадается на отдельные сегменты. Поэтому фирма, выпуская свой товар, может считать себя монополистом. В этом плане данный рынок схож с рынком чистой монополии. Однако фирмы на таком рынке могут лишь незначительно изменять цены на свою продукцию. Каждая фирма обладает своей клиентурой отдающей свои предпочтения данному товару. Поэтому фирмы на таком рынке вынуждены считаться с реакцией своих клиентов. Рынок дифференцированных товаров достаточно прозрачен, т.е. на нем легко можно получить информацию о товаре конкурентов. Поэтому при попытке фирмы повысить цену на свой товар, потребители могут переключиться на товары других фирм.

Фирмы, продавая дифференцированные товары должны учитывать высокую норму замещения таких товаров между собой. Эластичность спроса по дифференцированным товарам очень высокая, но не абсолютная. Как и на монопольном рынке, фирмы, чтобы увеличить объем продаж вынуждены снижать цену. Кривая спроса на этом рынке имеет классический характер, и все фирмы ищут на этой кривой такую точку, в которой сочетание «цена-объем выпуска» максимизировало бы прибыль.

Вопросы для самоконтроля

1. Характерные особенности рынка монополистической конкуренции?
2. Какие товары выпускают фирмы на рынке монополистической конкуренции?
3. Какие функции выполняет реклама?
4. Как ведутся себя фирмы на рынке монополистической конкуренции?

10. ОЛИГОПОЛИЯ

10.1. Особенности рынка олигополии. Классификация олигополий

Олигополия – это рыночная структура, в которой предложение в отрасли определяется несколькими крупными фирмами. В современной интерпретации олигополия – это конкуренция немногих. Для рынка олигополии характерны следующие признаки:

- 1) на рынке функционируют несколько крупных фирм;
- 2) в отрасли находится хотя бы одна крупная фирма, которая предполагает, что ее действия по изменению цены и объема выпуска не останутся без реакции конкурентов;
- 3) фирмы, действующие на этом рынке, выпускают однородную или дифференцированную продукцию. В этой связи различают классическую и дифференцированную олигополию;
- 4) допуск фирм на этот рынок, как правило, затруднен. Экономическим барьером выступает большой стартовый капитал, необходимый для вхождения на рынок.
- 5) для этого рынка характерна ценовая жесткость, цены на нем изменяются редко, но, как правило, на большую величину и всеми фирмами вместе. Данное положение обусловлено тем, что ценовая политика одних фирм строится с оглядкой на другие фирмы. Жесткость обусловлена затратами связанными с изменениями цен. Изменения цен предполагают в условиях олигополии возникновение высоких затрат на корректировку контрактов, штрафов за их несоблюдение, затрат на рекламу и т.д. Поэтому на рынке олигополии преимущественное значение имеет неценовая конкуренция.

Олигополии проявляются в таких сложных капиталоемких отраслях как автомобилестроение, судостроение, самолетостроение.

Олигополия может проявляться на национальном уровне, и в этом случае на рынке господствуют крупные фирмы, и на местном, локальном уровне, в этом случае рынок формируют или мелкие фирмы или филиалы крупных фирм.

Исторически формирование олигополии происходит за счет слияния мелких фирм в крупную.

В соответствии с современной классификацией рынок олигополии оценивается по совокупной рыночной доле 4-х крупнейших фирм отрасли. Различают плотную и неплотную олигополию. Плотная олигополия возникает на рынке, если на 4 крупнейшие фирмы приходится свыше 60% рынка. Неплотная олигополия возникает в том случае, если на 4 крупнейшие фирмы приходится до 40% рынка. Такое деление связывают с возможностью заключения соглашений между фирмами о ценах и рыночных долях. Недостатком такой классификации является то, что она не учитывает фирмы аутсайдеры и не позволяет выявить доминирующую фирму на рынке.

10.2. Поведение фирм олигополистов

На рынке олигополии действуют как общие закономерности, характерные для рынка совершенной конкуренции, так и специфические. К числу специфических особенностей относят тот факт, что фирмы олигополисты при планировании деятельности должны учитывать реакцию других фирм. В экономике зависимость поведения отдельных фирм от реакции конкурентов называется олигополистической взаимосвязью.

Олигополисты должны учитывать 2 возможных рыночных сценария:

1) все фирмы стремятся к росту общеотраслевой прибыли с последующим ее распределением. Для реализации этой цели они скрыто или открыто взаимодействуют друг с другом.

2) фирмы олигополисты стремятся к максимизации собственной прибыли и поэтому находятся в состоянии открытой или скрытой борьбы друг с другом.

В зависимости от выбранного сценария олигополии классифицируются по степени координации рыночной политики. Поэтому выделяют:

1) олигополию, полностью скоординированную путем организации картелей и синдикатов.

2) олигополию частично скоординированную, что обеспечивается ценовым лидерством одной фирмы.

3) олигополию без координации, т.е. фирмы не стремятся контактировать друг с другом, что приводит к ценовым войнам.

По степени внутреннего взаимодействия выделяют: олигополию в состоянии войны, олигополию в состоянии перемирия, олигополию в состоянии мира.

Ценовая война – это постепенное, нескоординированное с другими участниками рынка понижение цены на товар данной фирмы с целью вытеснения конкурентов. В результате ценовой войны фирмы могут свести свою экономическую прибыль к нулю. В результате от ценовой войны выигрывают потребители.

На рынке олигополии фирмы могут проводить 2 политики: либо договариваться друг с другом либо воевать. Выбор зависит от особенностей отрасли, параметров фирм и вида продукции. На политику фирм влияет:

1) их количество, чем меньше фирм, тем легче им договориться между собой,

2) входные барьеры в отрасль, чем они выше, тем легче договориться фирмам внутри отрасли;

3) экономическое состояние отрасли. В отраслях с высокой прибылью фирмы легче договариваются между собой, чем в отраслях с понижающейся прибылью;

4) тенденции к соглашению выше там, где есть лидирующие фирмы;

5) стремление к проведению общей политики более выражено в отрасли производящей однородную продукцию.

10.3. Модели поведения фирмы в условиях олигополии

На рынке олигополии выделяют следующие модели поведения фирм:

1) Модель совершенной координации – ее называют картель. *Картель* – это ассоциация независимых фирм, выпускающих дифференцированную или однородную продукцию. Фирмы, входящие в картель заключают между собой соглашение, в котором определяется стратегия картеля как единого целого. Фирмы в этом случае определяют общий уровень цен, объемы производства, территориально делят рынок сбыта и создают механизм контроля за соблюдением соглашения. Обязательным условием картельного соглашения является положение, в соответствии с которым, каждый участник картеля должен получать доход не меньший, чем тот, который бы он получал, не участвуя в картеле. Картель приводит к тем же социально-экономическим издержкам, что и монополия. Картели достаточно неустойчивы, их нестабильность связана с тем, что картель не может законными путями остановить вход на рынок фирм аутсайдеров. Картельные соглашения в настоящее время преследуются законодательно, их деятельность относят к недобросовестной форме конкуренции. В современных условиях на смену картелям пришел тайный сговор, т.е. негласное соглашение между фирмами олигополистами о ценах и объемах продаж. При тайном сговоре возникает монопольное состояние рынка, однако такой сговор еще более неустойчивый чем картель.

2) Модель нескоординированной олигополии. В данной модели между олигополистами не существует прямых или тайных контактов, не объясняется как устанавливаются цены и определяются объемы выпуска. В этой модели существует лишь механизм жестких цен. В такой модели фирмы либо ведут себя одинаково или ведут ценовые войны между собой.

3) Компромиссной моделью между картелем и нескоординированной олигополией является деятельность по принципу «согласование без соглашений». В этом случае фирмы не заключают между собой никаких соглашений, но подчиняют свою деятельность неписаным правилам, что позволяет избежать юридических преследований и отказаться от ценовых войн. В этой модели возможны 2 варианта:

1 – ориентировка на ценового лидера,

2 – ориентировка на фирму барометр.

В качестве ценового лидера выступает доминирующая фирма с объемом продаж более 50% от общего объема рынка. Ценовое лидерство – это форма неявного сговора, при которой фирма лидер устанавливает рыночную цену, а остальные фирмы следуют за ней.

В случае фирмы барометра новую цену устанавливает фирма, наиболее полно отражающая условия данного рынка или пользующаяся доверием конкурентов. Равнение на фирму барометр носит менее устойчивый характер, чем ценовое лидерство.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие признаки характерны для рынка олигополии?
2. В чем заключается сущность картельных объединений организаций?
3. Какие возможны сценарии поведения фирм олигополистов?
4. Что представляет собой плотная олигополия?
5. Какие выделяют политики на рынке олигополии?
6. В чем заключается ценовая война?
7. Какие существуют классификации олигополий?

11. МАКРОЭКОНОМИКА КАК РАЗДЕЛ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

11.1. Предмет макроэкономики

Макроэкономика – это часть экономической теории, исследующая закономерности функционирования и тенденции развития экономики страны как единого целого.

В качестве отдельной науки макроэкономика была выделена Джоном Кейнсом. Кейнс показал, что макроэкономические процессы не похожи на микроэкономические, и перенос одних на другие не возможен.

Макроэкономика по Кейнсу – это система взаимодействия обобщенных рынков:

- 1) рынка товаров,
- 2) рынка труда,
- 3) рынка денег,
- 4) рынка облигаций.

Теоретические исследования Кейнса всегда заканчивались практически-ми рекомендациями, т.е. он превратил экономику в экономическую политику.

Таким образом, *макроэкономика* – это наука, изучающая функционирование национальной экономики как единого комплекса. Для нее характерна специфическая система показателей:

ВНП (*валовый национальный продукт*) – рыночная стоимость конечных товаров и услуг, произведённых за год в стране и за рубежом национальным капиталом.

ВВП (*валовый внутренний продукт*) – совокупная рыночная стоимость полного объёма конечного производства товаров и услуг, произведённых в течение года на территории страны.

$ВВП = ВНП - \text{чистый экспорт}$.

ЧНП (*чистый национальный продукт*) – рыночная стоимость реально созданных страной товаров и услуг за определённый период.

$ЧНП = ВВП - \text{амортизационные отчисления}$.

НД (*национальный доход*) – часть созданного в стране совокупного общественного продукта, остающаяся после возмещения средств производства.

$НД = ЧНП - \text{косвенные налоги (НДС, акцизы и т.д.)}$.

ЛД (*личный доход*) – совокупные доходы, полученные собственниками экономических ресурсов.

$ЛД = НД - \text{взносы на социальное страхование} - \text{налог на прибыль} - \text{нераспределённая прибыль} + \% \text{ по государственным облигациям}$.

11.2. Основные задачи макроэкономики

В качестве основных задач макроэкономической науки выделяют:

- 1) изучение экономического равновесия в экономике в целом,
- 2) обеспечение стабильных темпов экономического роста,

- 3) обеспечение рационального уровня занятости трудовых ресурсов,
- 4) обеспечение эффективного использования капитала и природных ресурсов,
- 5) стабилизация денежного обращения и борьба с инфляцией,
- 6) построение рациональной политики государства.

Основные задачи макроэкономических исследований объясняются рядом причин:

1) Состояние национальной экономики может быть устойчивым и неустойчивым. Устойчивое – это такое состояние, при котором экономика, выведенная из равновесия, самостоятельно возвращается в первоначальное положение за счет собственных ресурсов и наоборот. Макроэкономическое равновесие можно рассматривать применительно к открытой и закрытой экономике. Закрытая экономика – это национальная экономика, которая не взаимодействует с другими странами. Открытая экономика – это экономика, на которую воздействуют внешние факторы.

2) Экономические показатели в условиях рынка подвержены постоянным колебаниям. Поэтому в условиях кризиса только государственное вмешательство может способствовать экономическому росту.

3) Занятость трудовых ресурсов и эффективность использования других экономических ресурсов влияют на общую величину ВВП и на темпы макроэкономического роста.

4) Стабильность и устойчивость национальной денежной системы определяется 2-мя факторами: объемом денежной массы в стране, который необходим для обслуживания товарной массы, и учетной ставкой рефинансирования, которая устанавливается ЦБ для коммерческих банков.

Все макроэкономические показатели являются составными частями экономической политики любого государства.

11.3. Особенности макроэкономического метода исследования экономических процессов

Главная особенность связана с тем, что в макроэкономике используется система агрегатированных (обобщенных) показателей. Агрегатирование – это процесс формирования сводных показателей на основе статистического соединения микроэкономических показателей. Она включает в себя методику расчета ВВП и составляющих его частей, а также показателей инфляции и безработицы.

Реальная экономика в обобщенном виде представлена четырьмя секторами: домохозяйства, предпринимательский сектор, государственный сектор и граничный сектор.

Сектор домохозяйств обладает 3-мя видами экономической активности:

- 1) они предлагают на рынке ресурсы в форме продажи или аренды;
- 2) получают доход, связанный с продажей ресурсов;
- 3) осуществляют потребление и сбережение средств.

Предпринимательский сектор представлен всеми фирмами резидентами и нерезидентами. Их экономическая активность связана с закупкой ресурсов, их переработкой и предложением на рынке готовых товаров и услуг. Важной функцией предпринимательского сектора является инвестирование средств в экономику.

Государственный сектор представлен всеми государственными институтами, в функцию которых входит создание общего экономического пространства, обеспечение эффективного использования экономических ресурсов фирмами, рост благосостояния домохозяйств, выпуск на бесприбыльной основе общественных благ.

Заграничный сектор включает в себя все фирмы и государственные учреждения других стран, участвующих в экономических отношениях с данной страной.

В обобщенном виде на макроуровне представлены спрос, предложение и цены на товары. Другая особенность макроэкономики связана с формированием на основе обобщенных показателей макроэкономических моделей.

При построении макроэкономических моделей используют 3 типа функциональных уравнений:

- 1) поведенческие уравнения – они выражают сложившиеся в экономике потребительские предпочтения;
- 2) функциональные уравнения – они характеризуют технологический уровень производства, сформировавшийся в данной экономической системе;
- 3) институциональные уравнения – они иллюстрируют законодательные нормы, установленные в данной экономике.

Вопросы для самоконтроля

1. Что изучает макроэкономика?
2. Что представляет собой устойчивое состояние национальной экономики?
3. В чем заключается сущность закрытой экономики?
4. Какие выделяют основные задачи макроэкономической науки?
5. Что такое агрегирование?
6. Сколько секторов выделяется в реальной экономике?
7. Что выражают поведенческие уравнения?

12. МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ НЕСТАБИЛЬНОСТЬ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЦИКЛЫ

12.1. Циклическое развитие экономики. Фазы экономического цикла

Экономический цикл – это периодически повторяющиеся колебания в уровнях производства, занятости и инфляции.

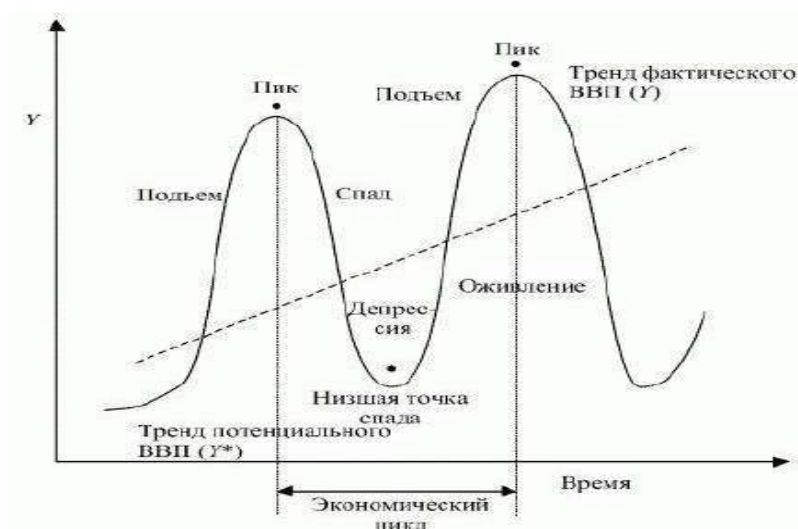


Рис. 4. Экономический цикл

Под *деловым циклом* в экономике понимается ее развитие от предшествующего подъема до последующего подъема.

Причины циклического развития связывают с экзогенными и эндогенными факторами.

Среди *экзогенных (внешних)* факторов выделяют циклы солнечной активности, войны и другие форс-мажорные обстоятельства; разработка научно-технических достижений; открытие новых месторождений природных ресурсов; психологическое состояние общества.

В числе *эндогенных (внутренних)* факторов выделяют *текущее недопотребление населения*. То есть если население сокращает текущее потребление и увеличивает сбережения, то в экономике наступает затоваривание. Это снижает стимулы к текущему производству, что приводит к кризису. Лекарством от этой болезни является государственное стимулирование потребления.

Деловой цикл состоит из четырех фаз:

I – кризис (спад, рецессия) – это резкое сокращение деловой активности. Проявляется в разбалансировке между совокупным спросом и предложением.

Кризис приводит к падению производства, а иногда прямому уничтожению производственного потенциала.

Выделяют два типа кризиса: 1) Кризис перепроизводства, 2) Кризис недопроизводства. Для рыночных систем характерны кризисы перепроизводства. Их внешним проявлением является превышение товарной массы по отношению

к платежеспособному спросу, что приводит к снижению общего уровня цен. Предпринимательский сектор резко сокращает объем инвестиций и объем выпуска продукции. Тем самым он стремится подстроиться под снижающийся совокупный спрос. Спад производства резко повышает спрос на деньги, что приводит к росту процентных ставок и нарушению финансовых обязательств, а также к банкротствам.

Сокращение производства увеличивает число безработных, что приводит к сокращению совокупного спроса, а значит, увеличивает разрыв между совокупным спросом и совокупным предложением.

II. депрессия (стагнация) – это период приспособления кризисной экономики к новым условиям хозяйствования. В этот период спад производства прекращается, избыточная товарная масса расходуется. Реализация новых товаров происходит в этот период вяло, падение цен прекращается, инвестиции сокращаются, свободный капитал накапливается в банках, происходит падение процентных ставок. Постепенно в экономике появляются точки экономического роста в новых отраслях.

III. оживление (экспансия). Для этой стадии характерно восстановление докризисного уровня деловой активности. Оживление, в первую очередь, охватывает инвестиционно-производящие отрасли.

IV. подъем (бум, пик). Это фаза, в которой экономический рост перекрывает показатели предшествующего делового цикла. В этот период происходит внедрение НТП, растут инвестиции, обновляется товарный ассортимент, ресурсы используются максимально, что приводит к росту цен на них. А это в итоге выводит экономику из состояния равновесия и служит началом нового экономического цикла. Главной фазой экономического цикла является кризис. Он поражает предприятия производящие предметы долговременного пользования, затем отрасли, производящие средства производства. Менее заметен он в отраслях, производящих предметы текущего потребления.

Кризис закладывает основы для замены старого производственного потенциала, смены старого основного капитала.

12.2. Виды экономических циклов

В экономике выделяют:

1) Краткосрочные циклы (Китчена) их продолжительность 2-4 года. Эти циклы связаны с необходимостью переориентации общественного производства с одних товаров на другие.

2) Среднесрочные (Жугляр, Маркс), их продолжительность от 5 до 8 лет. Они связаны с обновлением основного капитала и с необходимостью новых инвестиций.

3) Строительные циклы 18-20 лет. Их существование обусловлено необходимостью создания отдельных элементов основного капитала (жилых домов, производственных сооружений).

4) Длинные волны Кондратьева 45-60 лет. Они связаны с обновлением основного капитала длительного пользования (трубопроводы).

В современных теориях существования больших циклов связывают коренными изменениями в научных знаниях. Принципиальные изменения в науке, определяющие структурные сдвиги в экономике, проявляются, как правило, через 30-50 лет. Новые системы машин и технологии в начале обеспечивают интенсивный рост экономической эффективности, а затем тиражирования этого производственного потенциала не даёт возможности повысить эффективность производства, происходит экстенсивный рост экономики (наступает понижающаяся часть волны Кондратьева, которая заканчивается «ямой Кондратьева»). Все виды циклов входят друг в друга, при этом в зависимости от стадии больших циклов, фазы малых, либо усиливаются, либо ослабевают. Если подъем промышленного цикла совпадает с повышающей частью волны Кондратьева, то подъем наиболее выражен и наоборот.

Вопросы для самоконтроля

1. Что понимается под деловым циклом?
2. Что относится к экзогенным факторам экономического цикла?
3. Сколько фаз входит в деловой цикл?
4. В чем заключается сущность фазы стагнации?
5. Какая фаза является главной для экономики в деловом цикле?
6. Какова продолжительность циклов Жугляра?
7. Чем характеризуется «яма Кондратьева»?

13. МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА

13.1. Безработица как социально-экономическое явление

Безработица возникает тогда, когда предложение труда превышает спрос на него. *Безработным* считается тот человек, который на определенную дату не имел работы, прилагает усилия по ее поиску и зарегистрирован в органах по трудоустройству.

Занятые и безработные вместе образуют рабочую силу, в которую не входят лица, не имеющие работу и не ищущие ее, или лица, желающие работать, но отказавшиеся от ее поиска.

Численность рабочей силы = число занятых + число безработных.

Уровень безработицы = число безработных / объем рабочей силы.

Норма безработицы – это уровень безработицы, выраженный в процентах.

Уровень и динамика этих показателей зависит от демографического, половозрастного, этнического и социального состава населения.

В статистике используют показатели распространенности и продолжительности безработицы. Показатель *распространенности* характеризует охват безработицей различных групп рабочей силы (по возрасту, профессиям, отраслям, по территориям). Показатель *продолжительности* безработицы характеризует среднюю продолжительность одного случая безработицы.

Макроэкономическая оценка безработицы двояка. С одной стороны, безработица считается необходимым элементом рыночной экономики. Во-первых, безработица делает рынок труда мобильным и гибким. Это облегчает структурные перестройки в экономике и обеспечивает предпосылки для экономического роста. Этот резерв называют естественной нормой безработицы. Считается, что экономика при ее наличии работает в режиме полной занятости.

Во-вторых, наличие безработицы снижает монопольное давление профсоюзов на рынок труда.

В-третьих, безработица выступает в качестве своеобразного социального прессинга. Безработица повышает общую трудовую активность, стимулирует эффективность работы занятой рабочей силы.

В качестве негативного можно отметить следующее:

Во-первых, при безработице недоиспользуется совокупный потенциал общества. Потери страны в ВВП в результате безработицы измеряется с помощью закона *Оукена*. В соответствии с законом, каждый процент превышения фактической безработицы над естественным уровнем приводит к снижению потенциального ВВП на 2,5%.

Естественный уровень безработицы – такой уровень, при котором обеспечена полная занятость рабочей силы, то есть все люди, которые хотят работать, работу находят (5,5%). Естественный уровень безработицы включает фрикционную и структурную безработицы.

Во-вторых, длительная безработица приводит к дисквалификации работников. Это делает их непривлекательными на рынке труда. Их адаптация на производстве занимает около 6 месяцев, поэтому предприниматели нанимают безработных, как правило, за низкую заработную плату.

В-третьих, безработица ведет к социальной напряженности в обществе, подрывает психологическое здоровье нации. Безработные кроме доходов теряют социальный статус. Кроме того, безработица снижает совокупный спрос, сокращает предложение, а значит и возможности для инвестиций.

13.2. Виды безработицы

Выделяют следующие виды безработицы:

1. Фрикционная. Она связана с добровольной сменой работником своей работы в процессе трудовой деятельности. Она может быть обусловлена переходом работника из одной фирмы в другую или со сменой места проживания. Время, в течение которого работник находится в состоянии «между работами», составляет фрикционную безработицу (1 – 3 месяца).

2. Структурная. Обусловлена несоответствием профессионально-квалификационных данных безработных, свободным рабочим местам. Ее причины, главным образом, связаны с НТП. Структура общественного производства постоянно меняется, появляются новые отрасли, профессии, товары. С другой стороны, старые производства и товары умирают. В результате на рынке труда происходит сдвиг спроса на рабочую силу. В тоже время предложение труда не может одномоментно подстроиться под изменяющийся спрос. Лица, потерявшие работу в результате профессионально-квалификационного несоответствия, не могут автоматически занимать новые рабочие места. Требуется время для их переподготовки, а возможно и территориального перераспределения (свыше 6 месяцев).

3. Сезонная. Возникает в результате изменения спроса на рабочую силу по отдельным периодам года. Возникает в отраслях (с/х, агропромышленная переработка, строительство).

4. Циклическая. Возникает в условиях сокращения совокупного спроса, что характерно для периодов спада и кризисов. Экономика подстраивается под пониженный спрос, сокращает производство и сбрасывает лишнюю рабочую силу, поэтому ее называют безработицей дефицита спроса.

5. Застойная безработица. Связана с перенаселением и формированием абсолютно избыточной рабочей силы. К ней относятся бывшие работники старых отраслей, которые по каким-то причинам не могут найти себе никакую работу.

6. Скрытая (подавленная) безработица – сокращение рабочего дня, недели, принудительные отпуска, что приводит к снижению заработной платы; и открытую форму – увольнение работников и полная потеря доходов от этой работы.

13.3. Кривая Филипса в краткосрочном периоде

Первоначально макроэкономика сосредотачивала свое внимание на проблемах занятости. Весь анализ велся применительно к кейнсианскому отрезку кривой предложения. Кейнсианские методы повышения занятости позволили в 40-х – 50-х годах повысить уровень занятости. Однако развитые страны столкнулись с новой проблемой: всеобщим ростом цен (инфляцией). Взаимосвязь между безработицей и инфляцией была проанализирована в работах Филипса.

Эмпирический анализ зависимости между нормой безработицы и приростом заработной платы, проведенный Филипсом за 1861-1957 гг. показал, что при уровне безработицы в 6-7% существует стабильный уровень заработной платы, следовательно, инфляция равна нулю. В тоже время снижение этого естественного уровня безработицы приводило к запаздыванию темпов роста заработной платы. Взаимосвязь между темпами роста номинальной заработной платы и уровнем безработицы была описана Филипсом с помощью классической кривой.

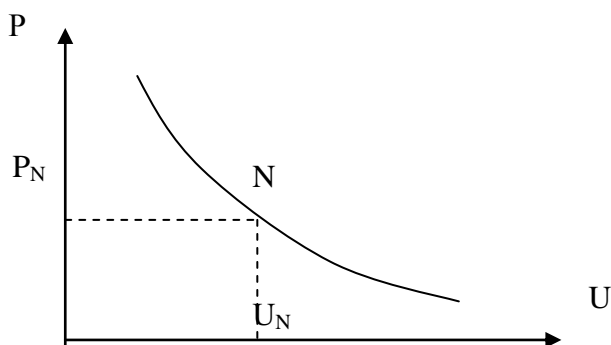


Рис. 5. Кривая Филипса

U_N – естественный уровень безработицы;

P_N – тем роста цен при этом уровне.

Наличие обратной связи между темпом роста цен и естественным уровнем безработицы обусловлено тем, что в условиях подъема экономики, работники будут дополнительно включаться в процесс производства лишь при увеличении заработной платы. На рост инфляции влияет также рост спроса и на другие факторы производства в периоды подъема. Их нехватка в периоды подъема помогает раскручивать увеличивать инфляции. Таким образом, инфляция – это своеобразная плата за низкую безработицу и высокую занятость. Конкретный выбор комбинации темпов безработицы и инфляции определяется целями конкретной экономической политики. При этом оптимизация этого сочетания достигается с помощью денежных, бюджетного и налоговых рычагов.

Вопросы для самоконтроля

1. Кто является безработным, с точки зрения экономики?
2. Как безработица влияет на состояние экономики?
3. Какие существуют показатели безработицы?
4. Что такое естественный уровень безработицы?
5. В чем проявляется циклическая безработица?
6. Чем скрытая безработица отличается от открытой безработицы?
7. Какая взаимосвязь описывается с помощью кривой Филипса?

14. ДЕНЬГИ. ФИНАНСОВО-КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА

14.1. Деньги как продукт развития обмена. Эволюция денег

В науке сложилось два подхода к возникновению денег:

1. Металлическая теория (рационалистическая)
2. Эволюционная.

Согласно *рационалистической* теории, деньги – это продукт соглашения между людьми. Эволюционная теория гласит, что деньги – это продукт эволюционного развития обмена.

Согласно *эволюционной* теории, деньги сменили в обмене бартер. **Бартер** – это непосредственный обмен товара на товар. Идеальный бартер возникает в том случае, когда совпадают потребности покупателя и продавца. Однако в условиях развитого разделения труда бартер становится многоступенчатым, что увеличивает издержки обмена (транзакционные издержки).

Деньги, как всеобщее средство обмена, должны удовлетворять следующим требованиям:

- 1) должны быть однородны и одинакового качества;
- 2) прочны и сохраняемы;
- 3) экономически делимы;
- 4) компактны и высоко ценны.

Большинству этих требований удовлетворяли металлы. Однако наиболее распространенные из них железо и медь имели низкую ценность, поэтому в обмене были заменены на благородные: золото и серебро, которым свойственны неуничтожимость, портативность, делимость и относительная редкость в природе.

Вначале, во всех странах существовала биметаллическая денежная система, сменившаяся монометаллической. При *биметаллической* системе на равных использовались два металла: золото и серебро. Между ними устанавливалась неограниченная обмениваемость. Однако пропорции обмена регулировались государством. Развитие биметаллизма столкнулось с эффектом вытеснения более дорогих денег более дешевыми.

Начиная с первой половины XIX века происходит переход на золотой стандарт и всеобщей денежной единицей становится золото. Наряду с ним, в обращении работают бумажно-кредитные деньги, которые по твердому курсу размениваются на золото. Золотой стандарт просуществовал до 60х годов 19 века, после чего в той или иной степени был заменен на чистое бумажно-кредитное обращение.

За золотом в настоящее время осталась одна денежная функция: носителя всеобщего богатства.

Бумажные деньги впервые появились в Китае в 812 г. В новое время они получили распространение в Швеции – в 1601 г., в Северной Америке – в 1690 г., в России – в 1769 г.

Бумажные деньги не имеют своей внутренней ценности. Они обладают специфической полезностью и действуют на постоянной основе. Они могут использоваться на трех условиях:

1. *Ликвидность*. Под ликвидностью понимается легко реализуемость денег, а она возникает лишь в случае доверия к этим средствам со стороны членов общества.

2. *Декретность* (законность). Если в обществе есть недоверие к органу, выпустившему деньги, то возникает эффект бегства от денег.

3. *Количественная ограниченность*. Количество денег должно соответствовать количеству реальных ценностей, произведенных и обращающихся в экономике.

14.2. Денежная система. Виды денег

Денежное обращение страны и законодательная база образуют денежную систему государства. Главными элементами денежной системы являются:

1) национальная денежная единица и масштаб цен. С их помощью выражаются цены всех товаров и услуг.

2) система кредитных и бумажных денег, а также монет, которые обслуживают оборот реальных средств.

3) курс национальной валюты и порядок ее обмена на другие валюты (паритет национальной валюты к иностранной).

4) эмиссионная политика государства, которая регламентируется законодательно.

5) органы, регулирующие денежное обращение, куда входит ЦБ и предприятия, выпускающие деньги.

В процессе денежного обращения участвует четыре денежных типа:

- | | | |
|--------------------|---|--|
| Наличные
деньги | { | <ol style="list-style-type: none">1. <u>Монеты</u> – обслуживающие мелкие розничные покупки и обеспечивающие размен.2. <u>Банкноты</u> – установленные законом платежные средства, имеющие установленный государством, принудительный курс.3. <u>Казначейские билеты</u> – бумажные деньги, выпуском которых занимается Министерство финансов страны.4. <u>Безналичные деньги</u> – результат рационализации денежного обращения. Безналичные деньги возникают в случае безденежного погашения долговых обязательств субъектов экономики друг другу (чек, платежное поручение). |
|--------------------|---|--|

Долговые обязательства хранятся в банках. Для того, чтобы не использовать реальные денежные знаки и ускорить оборот, банки погашают обязательства. Это погашение производится с помощью чеков.

Чек – это официально утвержденный документ, содержащий безусловный приказ владельца текущего счета банку о выплате указанной в нем суммы предъявителю чека.

Наибольшее распространение сейчас получили *депозитно-электронные деньги*. В качестве носителя информации о движении денег выступают специальные электронные пластиковые карточки.

В этом случае владельцу счета в банке выдается электронная карточка, которая включает реквизиты банка, владельца счета и идентифицированный код владельца. При наличии в местах приобретения товаров специальных терминалов, связанных с банком, где хранятся деньги владельца карточки, он оплачивает покупку без предъявления наличных денег или чека.

Для определения количества денег, необходимых для обращения используется уравнение обмена Фишера:

$$M \cdot V = P \cdot Q, \text{ где}$$

M – количество денег в обращении,

V – скорость обращения одной денежной единицы,

P – общий уровень цен в экономике,

Q – количество благ реализуемых на рынке.

Исходя из этого, количество денег в обращении определяются:

$$M = (P \cdot Q) / V$$

14.3. Предложение денег. Денежный мультипликатор

Совокупность финансовых средств, которые обращаются в экономике и признаны в данной стране в качестве денег образуют предложение денег. Предложение денег включает всю денежную наличность и депозиты: $M_s = M_o + D$.

Депозиты могут на определенных условиях использоваться для сделок в экономике. Денежное предложение включает в себя денежную базу и денежный мультипликатор. Денежная база представляет собой денежную массу в обращении M_o + обязательные банковские резервы. При этом денежная наличность регламентируется размерами эмиссии, а обязательные банковские резервы устанавливаются законами: $M_b = M_o + OR$.

Обязательные банковские резервы – это законодательно установленные минимальные денежные ресурсы, которые банк не имеет право расходовать без разрешения ЦБ.

В экономической литературе обязательные банковские резервы иногда называют официальными резервами или минимальным резервным покрытием. Их величина по отношению ко всем обязательствам по вкладам образует норму обязательным резервов.

$$RR = \frac{OR}{\text{Обязательства по вкладам}}$$

Кроме обязательных резервов банки могут иметь избыточные резервы – это разница между депозитами банка и обязательными резервами. Их величина зависит от уровня деловой активности в экономике. При высоком спросе величина избыточных резервов приближается к нулю.

На денежное предложение активно влияет банковский (денежный) мультипликатор. Он определяется по формуле:

$$m = \frac{1}{RR} \cdot 100\%$$

Денежный мультипликатор показывает механизм создания денег частными банками.

Процесс создания денег банковскими структурами возможен при наличии независимых коммерческих банков. В этом случае каждый коммерческий банк создает деньги, когда дает их займы.

Например, пусть банковская система состоит из двух банков: 1, 2. Пусть банк 1 получил кредит от ЦБ в размере 100 млн. руб. ЦБ предоставил эти средства при норме обязательных резервов – 10%. В этом случае банк 1 может предоставить ссуды в размере 90 млн. руб. Таким образом, банк 1 создал денег на сумму 90 млн. руб. Полученные бизнесменами денежные средства в виде ссуд в размере 90 млн. руб. оплатят счета по поставкам ресурсов, причем, они воспользуются безналичной чековой оплатой. Допустим, что поставщики ресурсов депонируют все чеки в банке 2. Тогда в пассиве банка 2 будет 90 млн. руб., из которых 10% составят резерв, и банк 2 сможет предоставить в виде кредитов 81 млн. руб.

Если мы многократно повторим эту операцию, то мы получим денежную экспансию в масштабах банковской системы.

Обобщенно, с помощью денежного мультипликатора, мы можем определить общую массу денег в экономике. Для этого первоначальную сумму необходимо разделить на норму банковского резерва. При данной норме резерва (10%) в экономике может быть создан 1 млрд. руб.

14.4. Спрос на деньги

Спрос на деньги – это спрос на наличность. Он формируется под влиянием двух обстоятельств:

- спрос на деньги для сделок, включающий спрос на сами сделки и спрос на резервные деньги,
- спекулятивный спрос, связанный с возможностью альтернативного использования наличных денег.

Спрос на деньги для сделок связан с тем, что деньги являются всеобщим покупательным и платежным средством. Деньги для сделок обслуживают покупки реальных товаров в настоящем и будущем. Размеры денег для сделок, во-первых, определяются доходами экономических субъектов, во-вторых, наличием товарной массы в экономике и уровнем цен. Все это следует из уравнения Фишера ($M \cdot V = P \cdot Q$). Также из этого уравнения следует, что спрос на деньги обратно пропорционален скорости обращения одной денежной единицы.

Спрос на деньги для сделок определяется также затратами, связанными со снятием денег со счета. Деньги для сделок называют также операционным или транзакционным спросом. Совокупный спрос на деньги для сделок в обще-

стве – это сумма индивидуальных спросов отдельных домохозяйств. Совокупный спрос на деньги для сделок зависит от размеров номинального ВВП. Чем он больше, тем больше размер наличности для сделок. Принято считать, что операционный спрос не зависит от уровня процента, поэтому операционный спрос можно изобразить в виде перпендикуляра.

Спекулятивный спрос на деньги связан с функцией денег как средства сохранения ценности стоимости. Кейнс проанализировал различные варианты использования денег:

- с одной стороны он выделял наличные деньги, которые не приносят доходов, но являются абсолютно ликвидными;

- с другой стороны, домохозяйства могут направить свою наличность на приобретение акций, облигаций других субъектов экономики, положить их на срочные счета.

Все эти альтернативные виды вложений Кейнс объединил под общим названием – облигации. Облигации в этом случае – это обязательства выплаты кредитору оговоренную заранее сумму денег в будущем.

Платательщик в этом случае в течение срока обязательств платит проценты, а после истечения срока номинальную стоимость долга. Таким образом, перед каждым домохозяйством стоит альтернативный выбор: или приобрести облигации в данный момент или воспользоваться конъюнктурой рынка с тем, чтобы приобрести эти ценные бумаги в будущем. Эта альтернатива обусловлена тем, что оба варианта имеют свои плюсы и минусы. Наличные деньги абсолютно ликвидные, и при отсутствии инфляции – это безрискованное вложение. В то же время приобретение облигаций – это дополнительный доход, но он несет за собой риск потерять все вложенные средства. Те деньги, которые домохозяйства хранят в наличной форме для будущих приобретений облигаций, носят название спекулятивного спроса. Спекулятивный спрос на деньги прямо-пропорционален норме процента.

14.5. Содержание и формы кредита

Кредит – это движение денежного капитала, который передается в пользование на условиях платности, возвратности и срочности.

Кредит выполняет:

- Во-первых, аккумулирующую и мобилизационную функцию;

- Во-вторых, кредит перераспределяет денежные средства от тех, кому они в данный момент не нужны, тем, у кого возникает в них потребность.

- В-третьих, кредит экономит издержки. Банки, которые аккумулируют займы, и долги субъектов экономики имеют возможность их взаимопогашать, тем самым в экономике возникает безналичный учет.

- В-четвертых, кредит ускоряет концентрацию капитала, мобилизацию его в отрасли с эффективным производством.

- В-пятых, через кредит осуществляется регулирование экономики.

Выделяют 2 основных типа кредита:

1. Банковский;
2. Коммерческий.

Банковский кредит представляется банками и другими финансово-кредитными институтами юридическим лицам, населению, государству, иностранным клиентам в виде денежных ссуд.

По срокам предоставления банковский кредит подразделяется на краткосрочный (до 1 года); среднесрочный (1-6 лет); долгосрочный (более 6 лет).

Краткосрочное кредитование идет на пополнение оборотных средств предприятия.

Среднесрочный идет на реконструкцию предприятия.

Долгосрочный на создание нового капитала, т.е. денежные средства в виде ресурсов для создания производства товаров и услуг.

Разновидности банковского кредита:

1) *потребительский кредит* – предоставляется населению предприятиями розничной сети, а источниками кредитования являются денежные ресурсы банков и подобных учреждений.

2) *ипотечный кредит*. Предоставляется банками для приобретения земли или строительства жилья под залог этого имущества (от 15 до 30 % годовых).

3) *Государственный кредит* – возникает, когда заемщиком выступает государство. Это кредит подразделяется на собственно государственный кредит и государственный долг. В первом случае государственные кредитные институты кредитуют государственные предприятия. Во втором случае государство заимствует деньги у коммерческих банков и других частных кредитных учреждений, а также у населения с целью покрытия бюджетного дефицита.

4) *Международный кредит* возникает в случае предоставления кредита международными организациями или отдельными странами другим нуждающимся странам. Его могут осуществлять непосредственно государство, частные фирмы или частные фирмы под гарантией своего государства.

Коммерческий кредит возникает в случае, когда одни предприятия предоставляют свои товары с отсрочкой платежа по ним. Для этого кредита характерны две особенности:

- он носит натуральный характер;
- он однонаправлен.

Этот кредит предоставляется под векселя. Вексель – долговременная расписка (закладная), которая содержит безусловные обязательства векселедателя уплатить по нему по наступлению срока определенную сумму владельцу векселя.

Посредником предоставления такого кредита выступают банки, которые для учета векселей организуют специальные факторинговые компании.

14.6. Банковская система

Банк – это кредитная организация, которая имеет исключительное право на привлечение вкладов физических и юридических лиц, их размещение от своего имени и за свой счет, а также ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

Функции банка:

1) *аккумуляция временно-свободных денежных средств.* В этом случае банк собирает не свои, а чужие деньги. Собственниками их остаются вкладчики. Эти аккумулированные деньги, банк на платной основе передает нуждающимся в них субъектам экономики.

2) *регулирование денежного обращения.* Банки через систему платежей регулируют денежный оборот хозяйствующих субъектов. В процессе оборота банки регулируют безналичное движение средств.

3) *посредническая:*

а) банк выступает как посредник платежа. Через банки проходят платежи фирм и населения.

б) банк размещает аккумулированные деньги среди юридических и физических лиц путем предоставления кредита.

Система банков, существующая в стране, образует *банковскую систему*. Она бывает одно- и двухуровневая.

При *одноуровневой* системе Центральный эмиссионный банк непосредственно или через свои подразделения осуществляет кредитные операции.

При *двухуровневой* системе Центральный банк (ЦБ) государства организует эмиссионную и кредитную деятельность, а коммерческие банки под свою ответственность производят кредитные операции.

Главным звеном любой банковской системы является ЦБ (народный банк, эмиссионный банк, резервный банк).

ЦБ выполняет 4 функции:

1) осуществляет монопольную эмиссию банкнот;

2) является банком банков;

3) является банкиром правительства;

4) производит денежно-кредитное регулирование и банковский надзор.

За ЦБ, как представителем государства, законодательно закреплено право выпуска общенациональных кредитных денег.

ЦБ не имеет непосредственных дел с фирмами и населением страны. Его клиентами являются коммерческие банки и другие учреждения, выполняющие подобные функции. ЦБ хранит резервы коммерческих банков. Принимая на хранение кассовые резервы, ЦБ регулирует кредитную политику. ЦБ являясь банкиром правительства, выполняет для него функцию кассира и кредитора. Правительство в нем открывает свои счета, ЦБ осуществляет кассовое исполнение государственного бюджета, причем доходы правительства от налогов и займов поступают на беспроцентные счета казначейства, с которых и покрываются правительственные расходы.

ЦБ от имени правительства регулирует резервы иностранной валюты и золота. Он по закону является хранителем золотовалютных резервов.

Вопросы для самоконтроля

1. Чем являются деньги согласно рационалистической теории происхождения денег?
2. Какие требования предъявляются к деньгам?
3. Что относится к наличным деньгам?
4. С помощью чего определяется количество денег, необходимое для обращения?
5. В чем заключается денежный мультипликатор?
6. Что представляет собой спрос на деньги?
7. Какие типы кредита существуют?
8. Какие функции выполняет центральный банк?
9. Какие типы банковской системы выделяют?

15. ИНФЛЯЦИЯ И АНТИИНФЛЯЦИОННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ

15.1. Инфляция и ее виды

Инфляция – это рост общего уровня цен на товары и услуги в экономике. Проявлением инфляции является обесценивание денег по отношению к реальным активам, т.е. снижение покупательной способности денежной единицы.

Инфляция является следствием разбалансированности денежного рынка, связанная с превышением денежной массы над товарной массой. Но разбалансированность – это лишь внешнее проявление инфляции, в итоге, она поражает сферу производства и потребления.

К общим причинам инфляции можно отнести:

1) существование бумажно-денежного обращения. Бумажные деньги, в отличие от драгоценных металлов, плохо накапливаются, и при наличии избытка их в обращении они инфлируют, т.е. при избыточной товарной массе субъекты экономики стремятся обменять дешевые денежные знаки на реальные активы, что увеличивает спрос и ведет к общему повышению цен.

2) государственная монополия на эмиссию денег провоцирует правительство к покрытию дефицита бюджета за счет выпуска денег.

3) монополия профсоюзов может привести к тому, что темпы роста заработной платы в течение длительного периода времени будут опережать темпы роста производительности труда в реальной экономике. В этом случае будут возникать несоответствия между денежной массой и ее товарным наполнением. Совокупный спрос будет давить и приведет к общему росту цен.

4) господство на рынке крупных олигополий и монополий приводит к завышению цен на их продукцию и относительному сокращению объема выпуска. Недостаток товарной массы (и предложения) приведет к общему росту цен.

В любом случае инфляция приводит к разбалансированию между совокупным спросом и совокупным предложением. Инфляция измеряется:

$$\pi = \frac{P - P_{-1}}{P_{-1}}, \text{ где}$$

P – средний уровень цен в текущем году

P_{-1} – уровень цен в предшествующем году

Для измерения инфляции часто используют правило «70». Оно показывает, за сколько лет инфляция удваивается. Для этого число 70 делят на ежегодный уровень инфляции.

В зависимости от темпов инфляции различают умеренную (ползучую) инфляцию, галопирующую инфляцию и гиперинфляцию.

Ползучая инфляция возникает в экономике, если общий уровень цен за год возрастает до 10%. Ползучая инфляция считается объективно-необходимым элементом в экономике. В условиях ресурсной ограниченности цены на ресурсы постепенно растут, что приводит к медленному росту общего уровня цен. Такая инфляция объективно необходима, т.к. заставляет субъектов экономики

инвестировать свободные средства. Все субъекты экономики при этом могут планировать свою работу.

Галопирующая инфляция возникает при росте цен от 10 до 200% в год. Она приводит к потере жизненного уровня членов общества, в особенности с фиксированными доходами. При высокой галопирующей инфляции затрудняется планирование предпринимательской деятельности, происходит потеря сбережений, снижаются стимулы к инвестициям. В реальном секторе экономики темпы роста падают. В этот период развивается спекулятивный бизнес.

Гиперинфляция возникает в экономике, если инфляция превышает в год 200%. Такая инфляция разрушает экономику, она уничтожает сбережения, инвестиционный механизм, а в итоге и само производство. В этой ситуации потребители стремятся моментально избавиться от денег, превратить их в реальные ценности. В производстве абсолютизируется бартер. Риск предпринимательских решений приводит к отказу бизнеса от новых инвестиций, заставляет его сворачивать производство.

По форме проявления инфляция может быть открытой или подавленной.

Открытая инфляция проявляется в явном росте цен. Она типична для стран с рыночной экономикой, где государственное регулирование цен сведено к минимуму.

Подавленная инфляция характерна для плановой, или командной, системы хозяйства, когда при общих инфляционных тенденциях в экономике осуществляется административный контроль над ценами. Подавленная инфляция может сопровождаться стабильным уровнем цен, но формы проявления ее другие:

- а) дефицит товаров и услуг;
- б) очереди;
- в) ухудшение качества товаров.

15.2. Антиинфляционная политика государства

Антиинфляционная политика государства направлена на сбалансирование совокупного спроса и совокупного предложения, и обеспечение экономического роста. Антиинфляционная политика включает стратегию и тактику.

Антиинфляционная стратегия предполагает:

Во-первых, гашение адаптивных инфляционных ожиданий субъектов экономики. Это может быть обеспечено за счет усиления роли рыночных механизмов спроса и предложения. Фирмы носители предложения должны натолкнуться на спросовые ограничения потребителей их продукции. Для устранения инфляционных ожиданий большое значение имеет эффект объявленной инфляции. Он возникает, если правительство контролирует инфляционный процесс, заранее прогнозируя рост инфляции, и в том случае, если прогноз сбывается, то субъекты экономики начинают планировать свои действия. Эффект ожидаемой объявленной инфляции срабатывает при высоком доверии субъектов экономики к правительству.

Во-вторых, регулирование денежного обращения, т.е. регулирование денежной массы и скорости оборота денег, поддержание курса национальной валюты, ограничение бюджетного дефицита. Регулирование денежной массы в основном направлено на предотвращение инфляционного спроса. Если предположить, что скорость обращения денег и объем производства не меняется, то очевидно, что $P=f(M)$. Инфляция может развиваться бесконечно, если государство будет увеличивать денежную массу. Если денежная масса будет ограничена, то рост цен будет замедляться.

В-третьих, регулирование скорости оборота денег.

Пусть объем производства, и количество денег остаются неизменными в течение года. $M=P*Q/V$. В этом случае $P=f(V)$, чем выше скорость оборота денег, тем выше рост цен. Ускорение оборачиваемости может быть связано с ожидаемым ростом цен, угрозой товарного дефицита и паникой потребителей. Для регулирования инфляции государство может повысить ставку рефинансирования или увеличить норму резервных отчислений. Снижение бюджетного дефицита может обеспечиваться за счет роста доходов бюджета или за счет снижения расходов. Однако рост доходов сопровождается увеличением налогового бремени субъектов экономики и приводит к инфляции предложения, поэтому такая мера редко используется на практике.

Большую антиинфляционную направленность имеет снижение бюджетных расходов. Это может осуществляться за счет сокращения расходов на государственный аппарат, оборону, образование, медицину, культуру. Снижение расходов на социально важные отрасли в стратегической плане может привести к снижению экономического роста.

В качестве тактических антиинфляционных мер можно рекомендовать стимулирование роста предложения национальных потребительских товаров, а это предполагает льготное налогообложение, формирование новых структур (сферы услуг, информационной сферы), эффективно организованный процесс приватизации государственного сектора. Государство должно не только обеспечивать эффективное разгосударствление, но и пополнять бюджет.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие выделяют причины инфляции?
2. В чем заключается правило «70»?
3. Как ползучая инфляция влияет на развитие экономики?
4. Чем характеризуется подавленная инфляция?
5. Что предполагает антиинфляционная стратегия государства?

16. ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА

16.1. Сущность и функции налоговой системы

Под налогом, сбором, пошлиной и другим платежом понимается обязательный взнос в бюджет соответствующего уровня или во внебюджетный фонд, осуществляемый плательщиками в порядке и на условиях, определяемыми законодательными актами.

Налог – это обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения, принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований.

Сбор – это обязательный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц, уплата которого является одним из условий совершения в отношении плательщиков сборов государственными органами, органами местного самоуправления, иными уполномоченными органами и должностными лицами юридически значимых действий, включая предоставление определенных прав или выдачу разрешений (лицензий).

Любое использование материалов допускается только при наличии гиперссылки.

Сущность налога составляет изъятие государством в пользу общества определенной части валового внутреннего продукта (ВВП) в виде обязательного взноса, который осуществляют основные участники производства ВВП и экономическое содержание налогов выражается взаимоотношениями хозяйствующих субъектов и граждан, с одной стороны, и государства, с другой стороны, по поводу формирования государственных финансов. Таким образом, налоги выражают обязанность всех юридических лиц, получающих доходы, участвовать в формировании государственных финансовых ресурсов. Поэтому налоги выступают важнейшим звеном финансовой политики государства в современных условиях.

Объектами налогообложения могут являться операции по реализации товаров (работ, услуг), имущество, прибыль. Доход, стоимость реализованных товаров (выполненных работ, оказанных услуг) либо иной объект, имеющий стоимостную, количественную или физическую характеристики, с наличием которого у налогоплательщика законодательство о налогах и сборах связывает возникновение обязанности по уплате налога.

Налоговое бремя – это величина налоговой суммы, взимаемой с налогоплательщика.

Основные принципы налогообложения.

а) Принцип справедливости, утверждающий всеобщность обложения и равномерность распределения налога между гражданами соразмерно их доходам;

б) Принцип определенности, требующий, чтобы сумма, способ и время платежа были точно заранее известны плательщику;

в) Принцип удобства предполагает, что налог должен взиматься в такое время и таким способом, который представляет наибольшие удобства для плательщика) принцип экономии, заключающийся в сокращении издержек и взимания налога, рационализации систем налогообложения.

Функции налогов. Развитие налоговых систем исторически определили четыре основные их функции – регулирующую, стимулирующую, распределительную и фискальную.

1. Регулирующая функция. Маневрируя налоговыми ставками, льготами и штрафами, изменяя условия налогообложения, вводя одни и отменяя другие налоги, государство создает условия для ускоренного развития определенных отраслей и производств, способствует решению актуальных для общества проблем.

2. Стимулирующая функция. С помощью налогов, льгот и санкций государство стимулирует технический прогресс, увеличение числа рабочих мест, капитальные вложения в расширение производства и др. Стимулирование технического прогресса с помощью налогов проявляется, прежде всего, в том, что сумма прибыли, направленная на техническое перевооружение, реконструкцию, расширение производства товаров народного потребления, оборудование для производства продуктов питания и ряда других освобождается от налогообложения.

3. Распределительная (или перераспределительная). Посредством налогов в государственном бюджете концентрируются средства, направляемые затем на решение народнохозяйственных проблем, как производственных, так и социальных, финансирование крупных межотраслевых, комплексных целевых программ – научно-технических, экономических и других.

С помощью налогов государство перераспределяет часть прибыли предприятий и предпринимателей, доходов граждан, направляя ее на развитие производственной и социальной инфраструктуры, на инвестиции и в капиталоемкие и фондоемкие отрасли с длительными сроками окупаемости затрат: железные дороги и автострады, добывающие отрасли, электростанции и др.

4. Фискальная функция. Изъятие части доходов предприятий и граждан для содержания государственного аппарата, обороны страны и той части непроизводственной сферы, которая не имеет собственных источников доходов (многие учреждения культуры – библиотеки, архивы и др.), либо они недостаточны для обеспечения должного уровня развития – фундаментальная наука, театры, музеи и многие учебные заведения и т.п.

16.2. Классификация и виды налогов

Государство, создавая налоговую систему, исходит из необходимости эффективной собираемости налогов. Это означает их своевременное и в полном

объеме поступления при минимуме затрат на изъятие. В этой связи используются разные формы изъятия налогов.

Видовое многообразие налогов предполагает их классификацию по различным основаниям.

1. В зависимости от плательщика:

а) *налоги с организаций* – обязательные платежи, взыскиваемые только с налогоплательщиков – организаций (налог на добавленную стоимость, налог на прибыль и др.). Необходимо помнить, что субъектами налогового права являются организации, а не юридические лица, хотя в большинстве случаев организации имеют статус юридического лица. Вместе с тем все организации относятся к плательщикам налогов (независимо от наличия статуса юридического лица), в частности филиалы и представительства;

б) *налоги с физических лиц* – обязательные платежи, взимаемые с индивидуальных налогоплательщиков – физических лиц (налог на доходы физических лиц, налог на имущество, переходящее в порядке наследования или дарения, и др.);

в) *общие налоги для физических лиц и организаций* – обязательные платежи, уплачиваемые всеми категориями налогоплательщиков независимо от их организационно-правового статуса. Наличие общих налогов обусловлено тем, что главным принципом их взимания является наличие какого-либо объекта в собственности лица (например, земельный налог).

2. В зависимости от формы обложения:

а) *прямые (подходно-имущественные)* – налоги, взимаемые в процессе приобретения материальных благ, определяемые размером объекта обложения и уплачиваемые производителем или собственником (налог на прибыль, налог на имущество организаций, налог на имущество физических лиц и др.). Прямые налоги подразделяются на:

– *личные* – налоги, уплачиваемые налогоплательщиком за счет и в зависимости от полученного дохода (прибыли) и учитывающие финансовую состоятельность плательщика (например, налог на доходы физических лиц, налог на прибыль (доход) организаций);

– *реальные* – налоги, уплачиваемые с имущества, в основе которых лежит не реальный, а предполагаемый средний доход, получение которого только ожидается. Ставки реальных налогов рассчитываются, как правило, по результатам деятельности нескольких одинаковых категорий налогоплательщиков (например, налог на вмененный доход, налог на доходы по операциям с ценными бумагами, земельный налог);

б) *косвенные (на потребление)* – налоги, взимаемые в процессе расходования материальных благ, определяемые размером потребления, включаемые в виде надбавки к цене товара и уплачиваемые потребителем (акцизы, налог на добавленную стоимость и др.). При косвенном налогообложении формальным плательщиком выступает продавец товара (работ, услуг), выступающий как бы посредником между государственной казной и потребителем товара (работ, услуг). Реальным же плательщиком налога является потребитель. Именно крите-

рий соотношения юридического и фактического плательщика является одним из основных при разграничении налогов на прямые и косвенные.

3. По территориальному уровню:

а) *федеральные налоги* – устанавливаемые и вводимые в действие федеральным органом представительной власти – Государственной Думой. Перечень федеральных налогов и их ставки являются едиными на всей территории РФ и не могут быть изменены органами государственной власти субъектов РФ или органами местного самоуправления. Согласно п. 2 ст. 12 НК федеральные налоги должны устанавливаться непосредственно НК. Таковыми согласно ст. 13 НК являются, например: налог на добавленную стоимость; акцизы; налог на доходы физических лиц; налог на прибыль организаций; налог на добычу полезных ископаемых; водный налог;

б) *региональные налоги* – налоги, перечисленные НК, но вводимые в действие представительными (законодательными) органами государственной власти субъектов РФ и обязательные к уплате только на территории соответствующего субъекта РФ (например, налог на имущество организаций, транспортный налог, налог на недвижимость);

в) *местные налоги* – налоги, устанавливаемые НК, но вводимые в действие представительными органами местного самоуправления и обязательные к уплате на территории соответствующего муниципального образования (например, земельный налог, налог на имущество физических лиц).

4. В зависимости от канала поступления:

а) *государственные* – налоги, полностью зачисляемые в государственные бюджеты;

б) *местные* – налоги, полностью зачисляемые в муниципальные бюджеты;

в) *пропорциональные* – налоги, распределяемые между бюджетами различных уровней по определенным квотам;

г) *внебюджетные* – налоги, поступающие в определенные внебюджетные фонды.

5. В зависимости от характера использования:

а) *налоги общего значения* – используемые на общие цели, без конкретизации мероприятий или затрат, на которые они расходуются. Таковыми являются большинство налогов, взимаемых в Российской Федерации;

б) *целевые налоги* – зачисляемые в целевые внебюджетные фонды или выделяемые в бюджете отдельной строкой и предназначенные для финансирования конкретно определенных мероприятий (например, земельный налог).

6. В зависимости от периодичности взимания:

а) *разовые* – налоги, уплачиваемые один раз в течение определенного периода при совершении конкретных действий (например, налог на наследование или дарение);

б) *регулярные налоги* – взимаемые систематически, через определенные промежутки времени и в течение всего периода владения или деятельности плательщика (налог на доходы физических лиц, налог на имущество организаций и др.).

16.3. Особенности налоговой системы России

Налоговая система РФ – это совокупность всех налогов и сборов, принятых в России, а также администраторов налогов и сборов (государственных органов) и их плательщиков.

Системы налогов подразумевает комплексное взаимодействие всех ее составляющих элементов: налогов и сборов, их плательщиков, правовой основы и государственных органов.

Налоговая система РФ включает 3 уровня:

- федеральный;
- региональный;
- местный.

Структура налоговой система определяет соответствующий уровень бюджета, в который происходит зачисление налогов.

Согласно налоговой системе, которая имеет 3-уровневую структуру, законодательная база о налогах и сборах в свою очередь делится на 3 уровня:

1) *Федеральное законодательство* – это высший уровень законодательной базы. Он действует на всей территории РФ. Подзаконные и другие нормативно-правовые акты не должны противоречить ему. К этой категории относятся обе части Налогового кодекса РФ, федеральные законы, которые согласованы с положениями НК РФ, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ и, конечно, Конституция РФ.

2) *Региональное законодательство* включает в себя законы субъектов РФ по налогообложению в конкретном регионе нашей страны.

3) *Местное законодательство* состоит из нормативно-правовых актов, которые принимаются представительными органами местного самоуправления (советами депутатов, законодательными собраниями).

Кроме того, на основании НК РФ Минфин РФ и ФНС РФ разрабатывают приказы, разъяснения, пояснения, письма и другие подобные документы. Они необходимы для конкретизации положений и статей НК РФ и других федеральных законов РФ в области налогообложения. Такие документы разъясняют непонятные с точки налогоплательщиков ситуации и могут составляться на основании их обращений.

Особенностями налоговой системы РФ являются:

- общий высокий уровень налогового бремени;
- неравномерное распределение налоговой нагрузки по отраслям экономики и отдельным налогоплательщикам;
- сложность и методическая неотработанность законодательных норм и правил исчисления налогов;
- низкая эффективность штрафных санкций;
- необходимость ведения бухгалтерского и налогового учета;
- отсутствие качественного оперативного обмена информации между государственными органами (паспортными столами, миграционными службами, ГИБДД), а также между территориальными налоговыми инспекциями.

В налоговой системе РФ существуют следующие недостатки:

- преобладание фискальной функции налоговой системы, направленной на получение доходной базы для обеспечения функционирования всех уровней государства;
- возможность обхода законодательной базы путем использования существующих правовых пробелов, избегания налогообложения;
- отсутствие стабильности, сложность, двоякость и запутанность в понимании нормативной базы налогообложения;
- недостаточное развитие процедур налогового и оперативного контроля.

16.4. Виды фискальной политики. Кривая Лаффера

Под фискальной политикой понимается комплекс правительственных мер по взиманию налогов и расходованию средств государственного бюджета с целью регулирования уровня деловой активности. Фискальная политика включает в себя дискреционную и автоматическую политику.

Дискреционная фискальная политика предполагает сознательное регулирование государством налогообложения и государственных расходов в зависимости от фазы делового цикла. Ее целью является воздействие на изменение реального объема ВВП, уровня занятости, инфляции и экономический рост.

В периоды спада используется стимулирующая дискреционная политика. Она включает рост государственных расходов при одновременном снижении налогов. Такой вариант дискреционной политики в краткосрочном периоде способствует снижению падения ВВП при увеличении бюджетного дефицита и государственного долга.

Автоматическая дискреционная политика включает экономические механизмы, связанные с системой налогообложения и системой социальных выплат, смягчающих реакцию на изменение совокупного спроса. Теоретически взаимосвязь между уровнем налогов и доходами впервые была исследована Лаффером. На Ох откладываются ставки налогов в процентах, на Оу – доходы бюджета.

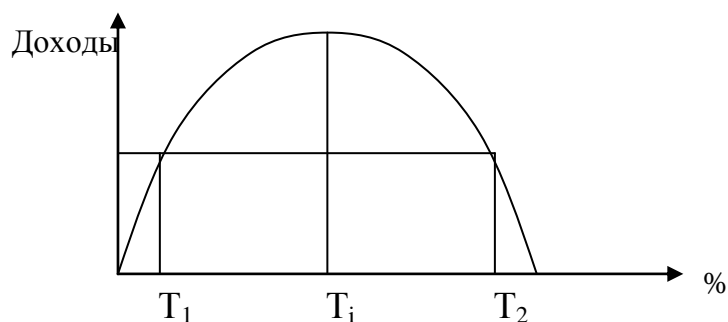


Рис. 6. Кривая Лаффера

Кривая Лаффера описывает взаимосвязь поступления доходов в государственную казну в зависимости от уровня налоговых ставок. Как показывает кривая первоначально с ростом налоговых ставок поступления в бюджет возрастают, однако с какого-то момента (T_1) бюджетные поступления начинают сокращаться. Это обусловлено тем, что предпринимательским фирмам становится не выгодно заниматься производством в реальном секторе экономики. Налоги не дают возможности для расширения производства.

В этом случае более выгодной альтернативой становится или сокращение производства, или перевод капитала за границу, переход в теневую экономику.

Физические лица также начинают утаивать свои доходы. В результате этого с момента T_1 налоговые поступления в бюджет начинают снижаться.

В соответствии с кривой Лаффера одному и тому же уровню бюджетных поступлений соответствуют две ставки налогов. Но при этом ставка более низкая (T_1) еще обеспечивает налоговые поступления в бюджет, а T_2 сокращает эти поступления.

Вопросы для самоконтроля

1. В заключается различие между налогом и сбором?
2. Какие функции выполняет налог?
3. Что представляют собой местные налоги?
4. Какие налоги относятся к регулярным налогам?
5. Сколько уровней выделяется в структуре налоговой системы РФ?
6. Какие существуют недостатки в налоговой системе РФ?
7. Что описывает кривая Лаффера?

17. МЕЖДУНАРОДНАЯ ЭКОНОМИКА

17.1. Международная торговля. Государственная политика в области международной торговли

В международной экономике **мировой рынок** является сферой устойчивых товарно-денежных отношений между странами, предпринимателями, коммерческими организациями и фирмами. Данные отношения основаны на международном разделении труда и других факторах производства. Мировой рынок выступает составной частью всемирного хозяйства, представляющая сферу спроса и предложения, а также коммерческого обмена товаров и услуг.

Мировой рынок включает в себя различные виды товарных рынков, рынков услуг, финансовых рынков, рынком ресурсов.

Мировой рынок имеет следующие характеристики:

- мировой рынок связан с производством материальных благ и услуг, которое в поисках сбыта своей продукции вышло за национальные границы
- материальные блага свободно перемещаются между странами, на основе закона спроса и предложения (внутреннего и внешнего)
- государства в условиях ограниченности ресурсов, эффективно разрешают проблему выбора их применения в глобальном масштабе, что выпускать? На производстве каких групп товаров и услуг специализироваться? В мировом масштабе
- мировой рынок не допустит товары и услуги не соответствующего стандарта и качества.

Основным внешним признаком существования мирового рынка является передвижение товаров и услуг между странами. Когда речь идет об отдельной стране, используется термин «внешняя торговля», если же упоминается о торговых взаимоотношениях между двумя странами, уместно говорить о взаимной, двусторонней торговле. Применительно к международному обмену товарами и услугами между всеми странами уместно применить категорию «международная торговля».

На практике международная торговля включает в себя два товарных потока – **экспорт и импорт**.

Экспорт – продажа продукции, работы или услуг в другие страны.

Импорт – покупка (ввоз) продукции, работы или услуги на территорию страны.

Мировому рынку свойственные те же экономические законы, что и любому рынку, который характеризуется спросом, предложением, конкуренцией, особой системой цен, устанавливаемых в результате взаимодействия мировых спроса и предложения, - мировыми ценами.

Международная торговля – средство, с помощью которого страны, развивая специализацию, могут повышать производительность имеющихся ресурсов и таким образом увеличивать объем производимых товаров и услуг и повышать уровень благосостояния.

Международная торговая политика – совокупность различных форм и методов международного регулирования обмена товарами и услугами между странами.

Внешнеторговая политика – государственная экономическая политика, оказывающая влияние на внешнюю торговлю посредством налогов, субсидий и прямых ограничений на импорт и экспорт.

Регулирование международной торговли осуществляется как региональными экономическими организациями, союзами и группировками, так и организациями общемирового масштаба.

Фритредерство (от англ. Free trade – свободная торговля) – направление в экономической теории, политике и хозяйственной практике, провозглашающее свободу торговли и невмешательство государства в частнопредпринимательскую сферу жизни общества.

Первоначально фритредерство возникло в Великобритании в последней трети XIX века.

Одним из первых сторонников свободной торговли был известный английский экономист Давид Рикардо (1772-1823 гг.), разработал концепцию относительных преимуществ.

Он сделал вывод, что одна страна может импортировать товары из другой, если импортер может производить их с меньшими затратами, чем экспортер.

Неограниченный обмен продукцией между государствами полезен в той же мере, что и свободная торговля между различными частями одной большой страны.

Теория сравнительных преимуществ Давида Рикардо. Суть теории – торговля выгодна каждой из двух стран, даже если ни одна из них не обладает абсолютным преимуществом в производстве конкретных товаров.

Теория сравнительных преимуществ использует понятие альтернативной цены (рабочее время, необходимое на производство единицы одного товара, выраженное через рабочее время, необходимое для производства единицы другого товара).

Из этого следует, что специализация на производстве товара, имеющего максимальные сравнительные преимущества, выгодна, даже если нет абсолютных преимуществ.

Теория сравнительных преимуществ справедлива для любого количества стран и любого количества товаров. Она по-прежнему, несмотря на уточнения и дополнения и прочие теории международной торговли, является преобладающей концепцией, ясно доказывающей существование выигрыша от мировой торговли для всех участвующих в ней стран.

Сторонники либеральной модели международной торговли, заявляют протекционизм вреден для национальной экономики, поскольку уничтожает конкуренцию, ограничивает возможности потребителей удовлетворять свои потребности, приводит к росту цен.

Protectionism (от лат. *Protectio* – покровительство, защита) – экономическая политика государства противоположная политике «свободной торговли» и направленная:

- на защиту от иностранной конкуренции имеющих стратегическое значение отраслей отечественной экономики;
- на временную защиту относительно недавно созданных отраслей отечественной экономики;
- на расширение внешнего рынка;
- как ответная мера при проведении политики протекционизма торговыми партнерами.

Протекционизм как вид политики состоит в том, что государство ограничивает торговлю с другими государствами, применяя систему мер:

1) Вводятся тарифы – налоги на ввозимые из-за рубежа (импортные) товары. Они делают иностранную продукцию более дорогой, чем аналогичную отечественную, которой поэтому потребители и отдадут предпочтение.

2) Устанавливаются ограничения на количества импортируемых товаров определенного наименования и вида - квоты. Подобно тарифам, квоты снижают иностранную конкуренцию на внутреннем рынке.

3) Применяются экспортные субсидии, то есть выплаты, позволяющие им продавать свою продукцию за рубежом по более низким, так называемым демпинговым, ценам.

Влияние государства на внешнеэкономические отношения может быть через:

- воздействие на цены (ценовые скидки и надбавки за экспорт и импорт)
- контроль объема потока товаров (введение или снятие ограничений на экспорт и импорт)
- регулирование обменного курса и т.д

Таможенный протекционизм (Customs protectionism от лат. *Protectio* – прикрытие) – таможенная политика, предусматривающая установление высокого уровня таможенного обложения ввозимых на внутренний рынок страны иностранных товаров.

Таможенный протекционизм применяется с целью защиты отечественных отраслей промышленности от конкуренции с иностранными производителями.

Огульный протекционизм (Unfounded protectionism) – единовременная мера таможенно-тарифного регулирования проявляется в сплошном повышении ставок ввозных таможенных пошлин по всем статьям таможенного тарифа, а также во взимании таможенных платежей в твердой, свободно конвертируемой валюте по официально заниженному курсу или в золотом эквиваленте номинальной стоимости национальной валюты.

Противники либеральной модели исходят из реальной жизни, где принципы свободной конкуренции, являются исключением, чем правилом.

Господствующая на мировом рынке олигополистическая конкуренция по своей структуре близка к монополии (тайный сговор, лидерство в ценах).

Практика ведения бизнеса транснациональными корпорациями существенно нарушает принцип чистой и совершенной конкуренции, а их антиконкурентные действия не подпадают под национальные законодательства, которые ограничивают монополию Цены, устанавливаются ТНК, не отражают в каждом конкретном случае ни издержек производства, ни равновесия рынка.

С другой, стороны партнеры в международной торговле зачастую существенно отличаются между собой и находятся в неравном положении:

- по уровню экономического развития
- по степени зависимости от внешней торговли
- по степени возможности влиять на обмен, в частности на цены

Без защиты национального производителя от иностранной конкуренции, трудно добиться экономического роста путем свободного обмена, ни одна страна мира не отказалась от протекционистской политики и в той или иной степени принимает меры регулирования торговли.

При выборе форм и методов регулирования обмена нужно иметь в виду, что оценка и выбор торговой политики является вопросом не только экономическим, но и социальным. Таким образом, в современном мировом хозяйстве общая линия на либерализацию международной торговли во многих случаях сочетается с мерами протекционистского характера.

17.2. Валюта. Обменные курсы валют. Глобальные экономические проблемы

Валюта в широком смысле этого слова представляет собой любой товар, способный выполнять функцию денег при совершении обмена товарами на рынке внутри страны или на международном рынке.

В узком смысле *валюта представляет собой денежную единицу* – ключевой элемент денежной системы государства, а также региональной или мировой валютной системы: денежный знак, полноценная монета, счётная денежная единица и другие выполняющие функции денег меры стоимости, средства обращения и платежа.

Международная валютная система – совокупность международных норм, правил и методов осуществления расчетов между государствами, закрепленное соглашением между ними.

Денежные системы государств в истории Древнего мира и Средних веков базировались на бронзе, а позднее на серебре (Серебряный стандарт).

Чистый серебряный стандарт существовал в Центральной Европе в VIII–XIV веках. С увеличением объёма торговых операций в качестве средства платежа всё чаще стали применять золото.

Начиная с XV века установился биметаллизм с фиксированным обменом серебра на золото, где серебро играло роль разменной монеты. С XIX века с появлением бумажных денег, и монет из недрагоценных металлов, удалось преодолеть биметаллизм.

Золотомонетный стандарт, который условно называют классическим золотым стандартом, существовал в странах, денежная система которых была основана на золотых монетах, при этом выпускались также бумажные деньги.

Любой владелец денежной банкноты мог обменять в банке бумажные деньги на золотые монеты или золотые слитки по установленному гарантированному паритету, который был зафиксирован на самих банкнотах.

Начавшаяся I Мировая война 1914-1918 годов явилась причиной, по которой все страны прекратили обмен бумажных денег на золотые монеты.

Золотослитковый стандарт существовал между двумя Мировыми войнами с 1918-1939 гг.

Попытки государств после войны вернуться к золотомонетному стандарту не имели успеха, из-за диспропорций между количеством золотого запаса национального государства и количеством бумажных денег находящихся в обращении. Но, бумажные деньги были обеспечены и товарной массой, и золотым запасом страны, многие государства перешли на золотослитковый стандарт, бумажные деньги по прежнему по первому требованию обменивались на золото, но в слитках, вес слитка 12,5 кг, следовательно миллионы мелких потенциальных правообладателей золота были не в состоянии реализовать свое право не имея достаточной наличности.

После Второй Мировой войны в 1944 году в США, на Бреттон-Вудской конференции. Появляется *золото-долларовый стандарт*.

В соответствии с международными соглашениями, Соединённые штаты Америки брали на себя обязательство обеспечивать золотое содержание доллара по курсу 35 долларов за тройскую унцию. Запасы золота, накопленные Соединёнными штатами Америки, которые составляли около 25 тысяч тонн и хранились в подземных хранилищах Форт Нокса, казались неисчерпаемыми.

Однако право обмена долларов США на золото было урезано ещё больше по сравнению с золотослитковым стандартом.

Право конверсии долларов на золото получали только государства в лице центральных банков.

В 1971 году, когда США отказались от свободного обмена долларов на золото. Наступил крах Бреттон-Вудской системы – огромное количество долларов, выпущенных США не были обеспечены золотом.

Ямайская система образовалась в 1976-1978 гг. как итог реорганизации Бреттон-Вудской валютной системы.

Ямайская система основана не на одной валюте – долларе, а на «корзине» из нескольких основных мировых валют (доллар, марка, йена, фунт стерлингов, французский франк), поэтому ее называют *многовалютным стандартом*.

Мировым денежным эталоном в этой системе является особая международная денежная единица СДР, которую часто называют «бумажным золотом».

СДР (специальные права заимствования) представляют собой безналичные электронные деньги в виде записи на счетах стран в Международном валютном фонде проводит курс на то, чтобы СДР стали господствующими в международных расчетах, однако серьезно потеснить доллар им пока не удастся.

Кроме того, в последние годы появился новый серьезный претендент на роль мировых денег – евро.

Валютный курс – цена (котировка) денежной единицы одной страны, выраженная в денежной единице другой страны, драгоценных металлах, ценных бумагах. Обменный валютный курс – это цена единицы иностранной валюты, выраженная в национальных деньгах, а девизный – наоборот.

Валютный курс находится под воздействием величины денежной массы и связанной с ней инфляции. В зависимости от формы регулирования валютного курса различают фиксированный и плавающий курсы.

Фиксированный валютный курс предполагает неизменность его по отношению к другим валютам. Если соотношение на рынке меняется, то Центральный банк проводит валютную интервенцию (продажу) на рынке с целью восстановления установленного твердого курса национальной валюты.

Плавающий валютный курс определяется в процессе свободного рыночного обмена под воздействием спроса и предложения. В РФ валютный курс является плавающим с некоторыми ограничениями со стороны Центробанка и устанавливается ежедневно.

Соотношение официальных курсов валюты может быть приведено в соответствие с рыночным спросом и предложением методами девальвации и ревальвации национальной валюты.

Девальвация – понижение официального курса национальной валюты страны по отношению к иностранным.

Ревальвация – повышение официального курса национальной валюты по отношению к иностранным.

Купля-продажа иностранной валюты осуществляется на валютных биржах, где осуществляется в форме спотовых (прямых) или форвардных (с отсрочкой до трех месяцев) сделок. Ведущие центры валютных рынков – Нью-Йорк, Гонконг, Лондон, Токио.

Применение национальной валюты в международных расчетах по ее официальному курсу делает ее конвертируемой.

По степени конвертируемости различаются следующие виды валют:

- **Свободно конвертируемая валюта (СКВ)** – полностью выполняет роль мировых денег, т.е. без всяких ограничений и препятствий используется во всех внешнеторговых операциях текущего и инвестиционного характера, признается всеми странами в качестве всеобщего платежного и расчетного средства между ними. В составе СКВ – американский доллар, швейцарский франк, немецкая марка, английский фунт стерлингов, японская йена и др.

- **Частично конвертируемая валюта.** Самая распространенная форма валюты, предполагающая различные ограничения на операции с валютой. Эти ограничения, как правило, связаны с применением клиринговых (двухсторонних) расчетов, лицензированием экспорта и импорта, применением различных валютных курсов в зависимости от вида сделок, ограничением ввоза и вывоза национальной валюты, регламентацией вывоза прибыли, ввоза инвестиций и др.

- **Неконвертируемая валюта.** Распространена среди развивающихся стран и предполагает жесткие запреты и ограничения по операциям с национальной и иностранной валютой. Подобной валютой являлся советский рубль. Конвертируемость валюты можно оценить с позиций как населения страны, так и иностранцев.

- **Внутренняя конвертируемость валюты** означает ее способность обслуживать сделки по товарам и услугам внутри страны и возможность для населения обменивать ее на иностранную валюту.

- **Внешняя конвертируемость валюты** означает возможность для иностранцев свободно обменивать национальную валюту на любую иностранную по официальному курсу.

Достижение конвертируемости национальной валюты благоприятно сказывается на торговом и платежном балансах страны, а ее стабильность заставляет национальных производителей вести международную конкурентную борьбу за счет снижения издержек и повышения качества выпускаемой продукции.

Изменение цены (котировки) денежной единицы одной страны, выраженной в денежной единице другой страны, под влиянием сильных и слабых валют, вызывающие процессы падения и повышения курса называется **динамикой валютного курса**.

Значение курса одной валюты по отношению к другой за определенный промежуток времени дает представление о динамике обеих валют относительно друг друга.

В современных условиях валютный курс формируется, как и любая рыночная цена, под воздействием спроса и предложения. Уравновешивание предложения на валютном рынке приводит к установлению равновесного уровня рыночного курса валюты.

Выделяют следующие факторы, определяющие валютные курсы:

- рост производительности труда в отдельной стране в долгосрочном плане ведет к повышению покупательной способности национальных денег по отношению к товарам и соответственно к увеличению валютного курса этой страны.

- «паритет покупательной способности» (ППС) валют чем выше издержки производства и цены в стране по сравнению с мировыми, тем больше возрастает импорт по сравнению с экспортом, что ведет к обесцениванию национальной валюты, и наоборот.

- долгосрочные темпы роста ВВП. Общий спрос на денежных рынках возникает в результате использования денег прежде всего как средства обращения.

Определенный запас наличности постоянно требуется для покрытия априори неизвестной стоимости сделок, возникающих при обмене денег на товары и услуги (так называемый транзакционный спрос на деньги). Спрос на деньги в результате различных сделок зависит от их годового объема и тесно связан с уровнем (объемом) произведенного продукта – ВВП.

- место и роль страны в мировой торговле и вывозе капитала, рост национального дохода страны, ведущий к увеличению спроса на импортные товары, порождает спрос на валюту страны импортера и тенденцию к обесцениванию национальной валюты. Рост экспорта, связанный с ростом национального дохода в другой стране, рождает тенденцию к повышению курса национальной валюты страны-экспортера.

- инфляция – высокие темпы национальной инфляции, при прочих равных условиях, ведут к снижению валютного курса данной страны по отношению к странам, имеющим относительно невысокие темпы обесценивания денег.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие характеристики мирового рынка существуют?
2. Что является главным внешним признаком существования мирового рынка?
3. Что такое международная торговля?
4. В чем суть теории сравнительных преимуществ?
5. Какие различают валютные курсы?
6. В чем принципиальное различие между девальвацией и ревальвацией?
7. Какие виды валют выделяют?

ТЕСТОВЫЙ КОНТРОЛЬ

1. Потребности – это:

- А) способность товара или услуги удовлетворять человеческие потребности;
- Б) все блага, многократно используемые в процессе производства;
- В) те нужды, которые человек желает и может удовлетворить в течение своей жизни;
- Г) совокупность природных ресурсов и рукотворных средств производства, а также человеческих способностей.

2. Процесс возвышения потребностей рассматривается:

- А) с количественной стороны;
- Б) с количественной и нравственной стороны;
- В) с количественной и качественной стороны;
- Г) с качественной стороны

3. Закон насыщения потребности гласит:

- А) каждая дополнительно потребленная единица данного блага приносит субъекту все большее удовлетворение;
- Б) каждая дополнительно потребленная единица данного блага приносит субъекту все меньшее удовлетворение;
- В) каждая дополнительно потребленная единица данного блага не приносит субъекту никакого удовлетворения;
- Г) каждая единица данного блага приносит субъекту все меньшее удовлетворение.

4. Пирамида человеческих потребностей состоит из:

- А) 3 групп;
- Б) 5 групп;
- В) 6 групп;
- Г) 4 групп.

5. Социальная потребность связана с удовлетворением:

- А) жажды, голода, естественных нужд;
- Б) безопасного существования;
- В) в общении;
- Г) в отношении со стороны окружающих.

6. Благо – это:

- А) способность товара или услуги удовлетворять человеческие потребности;
- Б) все блага, многократно используемые в процессе производства;

В) те нужды, которые человек желает и может удовлетворить в течение своей жизни;

Г) всякое средство, удовлетворяющее человеческую потребность.

7. Все блага, многократно используемые в процессе производства – это:

А) потребительская стоимость;

Б) предметы труда;

В) потребности;

Г) средства труда.

8. Блага, поступающие непосредственно конечному потребителю – это:

А) прямые;

Б) косвенные;

В) предметы труда;

Г) средства труда.

9. Блага связаны с удовлетворением социальных и духовных потребностей человека – это:

А) прямые;

Б) косвенные;

В) материальные;

Г) нематериальные.

10. Экономические ресурсы – это:

А) способность товара или услуги удовлетворять человеческие потребности;

Б) все блага, многократно используемые в процессе производства;

В) те нужды, которые человек желает и может удовлетворить в течение своей жизни;

Г) совокупность природных ресурсов и рукотворных средств производства, а также человеческих способностей.

11. Человеческие ресурсы делятся на:

А) внутренние и внешние;

Б) средства труда и предметы труда;

В) постоянные и переменные;

Г) труд и предпринимательские способности.

12. Исследование экономического поведения отдельных хозяйствующих единиц: семей, фирм, государственных учреждений осуществляется на уровне:

А) микроэкономика;

- Б) макроэкономика;
- В) национальная экономика;
- Г) международная экономика.

13. В процессе выбора экономические субъекты должны ответить на вопросы:

- А) что производить? и как производить?;
- Б) что производить? и для кого производить?;
- В) как производить? и для кого производить?;
- Г) что производить? как производить? и для кого производить?.

14. Альтернативная стоимость – это:

- А) способность товара или услуги удовлетворять человеческие потребности;
- Б) те жертвы, которые несёт экономический субъект, отказываясь от альтернативных вариантов вложения своих ресурсов;
- В) те нужды, которые человек желает и может удовлетворить в течение своей жизни;
- Г) совокупность природных ресурсов и рукотворных средств производства, а также человеческих способностей.

15. Увеличение производства товаров и услуг за счет ввода дополнительных ресурсов при сохранении их прежнего научно-технического уровня и прежней квалификации работников – это:

- А) интенсивный экономический рост;
- Б) повышение производительности труда;
- В) экстенсивный экономический рост;
- Г) эффективность производства.

16. Увеличение производства товаров и услуг за счет повышением экономической эффективности, т.е. качественного совершенствования – это:

- А) интенсивный экономический рост;
- Б) повышение производительности труда;
- В) экстенсивный экономический рост;
- Г) эффективность производства.

17. Не является главной функцией экономики:

- А) служит основой для выработки экономической политики государства;
- Б) выработки у всех членов общества навыков экономического поведения в текущей жизни;
- В) рационально использовать экономические ресурсы для удовлетворения потребностей общества;

Г) служит методологической методической базой для лиц, изучающих конкретные экономические и социальные дисциплины.

18. График, показывающий различные комбинации максимальных объёмов производства нескольких товаров или услуг, которые могут быть созданы в условиях полной занятости при использовании всех имеющихся в экономике ресурсов – это:

- А) закон толерантности;
- Б) кривая производительности труда;
- В) закон адаптации;
- Г) кривая производственных возможностей.

19. Процесс дифференциации трудовой деятельности на отдельные специализированные виды в пределах отдельной фирмы, региона, страны, мира и адекватный этому процесс установления связей между обособившимися видами труда – это:

- А) закон адаптации;
- Б) кривая производительности труда;
- В) общественное разделение труда;
- Г) кривая производственных возможностей.

20. Труд – это:

- А) вид творческой, новаторской деятельности, связанный с поиском новых экономических решений;
- Б) совокупность физических, умственных и профессиональных способностей человека, которые он использует в процессе получения благ;
- В) вид альтернативной стоимости;
- Г) всякое средство, удовлетворяющее человеческую потребность.

21. Частное разделение труда характерно для:

- А) крупных сфер производства (сельское и лесное хозяйство, добывающая промышленность, перерабатывающая промышленность и т.п.);
- Б) выделения внутри отдельных фирм особых видов трудовой деятельности;
- В) территориальное разделение труда;
- Г) отраслевого разделения народного хозяйства (металлургия, машиностроение, электротехника, земледелие, животноводство и т.д.).

22. Метод исследования экономических процессов «анализ и синтез», характеризуется:

- А) мысленно сконструированным и описанным образцом, воспроизводящий в главных чертах реальный экономический процесс;

Б) разложением изучаемого объекта на составные элементы, исследованием особенности каждого из них, затем выявляет сущностные связи между ними, восстанавливается расчлененный объект;

В) искусственным воспроизведением какого-либо экономического процесса;

Г) мысленным отвлечением от частных свойств и связей между экономическими явлениями, останавливающийся на характеризующих сущностные стороны общих признаках.

23. Метод исследования экономических процессов «абстрагирование», характеризуется:

А) мысленно сконструированным и описанным образцом, воспроизводящий в главных чертах реальный экономический процесс;

Б) разложением изучаемого объекта на составные элементы, исследованием особенности каждого из них, затем выявляет сущностные связи между ними, восстанавливается расчлененный объект;

В) искусственным воспроизведением какого-либо экономического процесса;

Г) мысленным отвлечением от частных свойств и связей между экономическими явлениями, останавливающийся на характеризующих сущностные стороны общих признаках.

24. Совокупность организационных структур и социально-экономических механизмов, определяющих производство, обмен и распределение благ – это:

А) экономическая модель;

Б) экономическая система;

В) закон дифференциации;

Г) закон системности.

25. Выделяются следующие экономические системы:

А) традиционная, командная, рыночная;

Б) простая, сложная, комбинированная;

В) простая, командная, рыночная;

Г) традиционная, сложная, комбинированная.

26. Главной особенностью экономической системы является то, что:

А) в рамках каждой экономической системы существуют определенные общественные и политические институты, которые активно влияют на поведение всех субъектов экономических отношений;

Б) формирование, развитие и, наконец, умирание экономических систем происходит в определённой институциональной среде, которая обуславливает специфику преломления общих закономерностей применительно к особенностям каждой страны;

В) в её пределах осуществляется сознательно организованная переработка ресурсов неживой и живой природы в необходимые человеку блага;

Г) взаимодействие базовых элементов приводит к формированию трех экономических систем.

27. Экономическая система характеризующаяся частной собственностью, механизмом координации через систему спроса и предложения, социально-экономическим механизмом распределения благ в зависимости от вложения труда:

А) традиционная;

Б) рыночная;

В) командная;

Г) рыночная и командная.

28. Экономическая система характеризующаяся государственной собственностью, механизмом координации жестко централизованным и иерархическим, социально-экономическим механизмом распределения благ централизованным и в основном уравнительным:

А) традиционная;

Б) рыночная;

В) командная;

Г) рыночная и командная.

29. Собственность – это:

А) отношение человека к окружающим благам как своим или как к чужим;

Б) отношение между людьми по поводу присвоения или отчуждения экономических благ;

В) все перечисленное;

30. Принцип легитимности собственности означает:

А) доступ третьих лиц к данному объекту собственности без разрешения собственника запрещен;

Б) любое право собственности должно быть закреплено юридически;

В) институт собственности снижает риск;

Г) устанавливаются границы потребления ограниченных благ.

31. Абсолютное господство субъекта над объектом – это:

А) право пользования;

Б) право распоряжения;

В) право владения;

Г) право на ответственность.

32. Возможность воспользоваться объектом или непосредственно или передать это право на каких-то условиях другим лицам – это:

- А) право пользования;
- Б) право распоряжения;
- В) право владения;
- Г) право на ответственность.

33. Возможность расплачиваться (или получать) объектом собственности в счет долга – это:

- А) право пользования;
- Б) право распоряжения;
- В) право владения;
- Г) право на ответственность.

34. Запрет на использование объекта во вред третьим лицам – это:

- А) право пользования;
- Б) право распоряжения;
- В) право владения;
- Г) запретительная норма.

35. В соответствии с теорией прав собственности:

- А) все права собственности сосредоточены в одних руках;
- Б) правовая норма определяет форму использования объекта, устанавливает круг лиц в той или иной форме допущенных к ним;
- В) единое право собственности на объект может быть разделено на отдельные правомочия;
- Г) главным элементом отношений собственности является право на владение.

36. Если при снижении цены темп роста спроса меньше темпа снижения цены, то спрос считается:

- А) абсолютно неэластичным;
- Б) относительно неэластичным;
- В) единичной эластичности;
- Г) высоко эластичным.

37. На ценовую эластичность спроса не влияет:

- А) наличие товаров заменителей;
- Б) значимость продукции для потребителя;
- В) фактор времени;
- Г) инфляция.

38. Легкость, с которой те или иные активы превращаются в деньги – это:

- А) доходность;
- Б) ликвидность;
- В) бизнес;
- Г) предложение.

39. Форма организации предпринимательского бизнеса, основанная на объединении средств физических и юридических лиц, путем выпуска акций – это:

- А) партнерство;
- Б) корпорация;
- В) единичное владение;
- Г) конгломерат.

40. Экономическое состязание между субъектами экономики в процессе реализации ими своих интересов – это:

- А) партнерство;
- Б) ликвидность;
- В) конкуренция;
- Г) олигополия.

41. Ситуация на рынке, когда нескольким продавцам противостоит один покупатель – это:

- А) монополия;
- Б) монопсония;
- В) олигополия;
- Г) конкуренция.

42. Рыночная структура, в которой предложение в отрасли определяется несколькими крупными фирмами:

- А) монополия;
- Б) монопсония;
- В) олигополия;
- Г) конкуренция.

43. Постепенное, нескоординированное с другими участниками рынка понижение цены на товар данной фирмы с целью вытеснения конкурентов – это:

- А) диверсификация;
- Б) демпинг;
- В) ценовая война;
- Г) конкуренция.

44. Рыночная стоимость реально созданных страной товаров и услуг за определённый период – это:

- А) ВВП;
- Б) ВВП;
- В) ЧНП;
- Г) НД.

45. Сколько фаз входит в экономический цикл:

- А) 3;
- Б) 4;
- В) 5;
- Г) 6.

46. Безработица, которая обусловлена несоответствием профессионально-квалификационных данных безработных, свободным рабочим местам:

- А) фрикционная;
- Б) структурная;
- В) сезонная;
- Г) циклическая.

47. Деньги используются на условиях:

- А) ликвидности и декретности;
- Б) ликвидности и количественная ограниченность;
- В) декретность и количественная ограниченность;
- Г) ликвидность, декретность и количественная ограниченность.

48. К наличных деньгам относятся:

- А) монеты, банкноты и чеки;
- Б) банкноты, казначейские билеты и монеты;
- В) чеки и электронные деньги;
- Г) банкноты, казначейские билеты и электронные деньги.

49. Движение денежного капитала, который передается в пользование на условиях платности, возвратности и срочности – это:

- А) налог;
- Б) страхование;
- В) кредит;
- Г) банковская система.

50. Обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения, принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств – это:

- А) налог;

- Б) страхование;
- В) кредит;
- Г) банковская система.

51. Совокупность международных норм, правил и методов осуществления расчетов между государствами, закреплённое соглашением между ними – это:

- А) международная торговля;
- Б) налоговая система;
- В) международная валютная система;
- Г) банковская система.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бардовский, В.П. Экономика: учебник / В.П. Бардовский, О.В. Рудакова, Е.М. Самородова. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2009. – 672 с.
2. Бардовский, В.П. Экономическая теория: учебник / В.П. Бардовский, О.В. Рудакова, Е.М. Самородова. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2019. – 399 с.
3. Богатырева, М.В. Основы экономики: учебник и практикум для среднего профессионального образования / М.В. Богатырева, А.Е. Колмаков, М.А. Колмаков. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 424 с.
4. Васильев, В.П. Экономика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В.П. Васильев, Ю.А. Холоденко. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 297 с.
5. Вечканов, Г.С. Экономическая теория / Г.С. Вечканов. – СПб.: Питер, 2017. – 512 с.
6. Днепров, М.Ю. Основы экономической теории: учебник для среднего профессионального образования / М.Ю. Днепров, О.В. Михайлюк, В.А. Николаев. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 216 с.
7. Камаев, В.Д. Экономическая теория. Краткий курс: учебник / В.Д. Камаев, М.З. Ильчиков, Т.А. Борисовская. – М.: КноРус, 2018. – 382 с.
8. Корнейчук, Б.В. Экономика: рынок труда: учебник для среднего профессионального образования / Б.В. Корнейчук. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 287 с.
9. Коршунов, В.В. Основы экономической теории: учебник для среднего профессионального образования / В.В. Коршунов. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 219 с.
10. Кочетков, А.А. Экономическая теория: учебник для бакалавров / А.А. Кочетков. – М.: «Дашков и К», 2016. – 696 с.
11. Ларионов, И.К. Экономическая теория: учебник для бакалавров / И.К. Ларионов. – М.: «Дашков и К», 2018. – 408 с.
12. Липсиц, И.В. Основы экономики: учебник для средних специальных учебных заведений / И.В. Липсиц. – М.: Издательство «КноРус», 2018. – 350 с.
13. Океанова, З.К. Экономика: учебник / З.К. Океанова. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 566 с.
14. Основы экономики. Микроэкономика: учебник для среднего профессионального образования / Г.А. Родина [и др.]; под ред. Г.А. Родиной. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 330 с.
15. Основы экономической теории: учебник для среднего профессионального образования / Е.Н. Лобачева [и др.]; под ред. Е.Н. Лобачевой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 539 с.
16. Основы экономики: учебник и практикум для СПО / Е.Ф. Борисов. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 383 с.
17. Основы экономики: учебник / С.С. Носова. – 8-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2015. – 320 с.

18. Региональная экономика: учебник / Ю.В. Рагулина, Н.А. Завалько, В.О. Кожина. – М.: РУСАЙНС, 2018. – 150 с.
19. Решение самостоятельных и контрольных работ по экономике / Е.В. Савицкая, А.О. Жданова. – 4-е изд. – М.: ВИТА-ПРЕСС, 2015. – 56 с.
20. Словарь финансово-экономических терминов / А.В. Шаркова, А.А. Киячков, Е.В. Маркина и др.; под общ. ред. д. э. н., проф. М. А. Эскиндарова. – 2-е изд. – М.: «Дашков и К°», 2017. – 1168 с.
21. Тертышник, М.И. Экономика организации: учебник и практикум для среднего профессионального образования / М.И. Тертышник. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 631 с.
22. Чалдаева, Л.А. Экономика предприятия: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л.А. Чалдаева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 435 с.
23. Шевелёва, С.А. Основы экономики и бизнеса: учебное пособие / С.А. Шевелёва, В.Е. Стогов. – М.: Юнити, 2017. – 128 с.
24. Шимко, П.Д. Основы экономики: учебник и практикум для СПО / П.Д. Шимко. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 380 с.
25. Экономика предприятия: учебник / коллектив авторов; под ред. В.И. Гришина, Я.П. Силина. – М.: КНОРУС, 2019. – 472 с.
26. Экономикс: принципы, проблемы и политика: учебник / К.Р. Макконелл, С.Л. Брю, Ш.М. Флинн. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 1152 с.
27. Экономическая теория: учебник / Е.А. Аникина, Л.И. Гавриленко. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2014. – 413 с.
28. Экономическая теория: учебное пособие для высшего профессионального образования / И.В. Скоблякова, В.В. Смирнов, Е.М. Родионова и др.; под ред. д-ра эконом. наук, проф. В.В.Смирнова. – Орел: ФГБОУ ВПО «Гос-университет - УНПК», 2013. – 266 с.
29. Экономическая теория: учебник для бакалавров; под общ. ред. В.Ф. Максимовой. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 580 с.
30. Экономическая теория. Краткий курс: учебник / В.Д. Камаев, М.З. Ильчиков, Т.А. Борисовская. – 7-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2016. – 384с.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение в экономику	3
2. Экономические системы	9
3. Рынок: условия формирования, механизм действия и структура	16
4. Эластичность и рыночная адаптация субъектов экономики	24
5. Теория потребительского поведения	28
6. Основы бизнеса и предпринимательства	30
7. Рынок совершенной конкуренции	36
8. Несовершенная конкуренция: чистая монополия	40
9. Рынок монополистической конкуренции	44
10. Олигополия	46
11. Макроэкономика как раздел экономической теории	50
12. Макроэкономическая нестабильность: экономические циклы	53
13. Макроэкономические проблемы формирования рынка труда	56
14. Деньги. Финансово-кредитная система	60
15. Инфляция и антиинфляционное регулирование экономики	68
16. Фискальная политика государства	71
17. Международная экономика	78
Тестовый контроль	86
Список используемой литературы	96

Учебное издание

Павел Владимирович Панькин

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

*Технический редактор – О.А. Ядыкина
Техническое исполнение - В. М. Гришин
Книга печатается в авторской редакции*

Лицензия на издательскую деятельность
ИД № 06146. Дата выдачи 26.10.01.
Формат 60 x 84 /16. Гарнитура Times. Печать трафаретная.
Печ.л. 6,2 Уч.-изд.л. 5,9
Тираж 300 экз. Заказ 3

Отпечатано с готового оригинал-макета на участке оперативной полиграфии
Елецкого государственного университета им. И.А.Бунина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина»
399770, г. Елец, ул. Коммунаров, 28,1