

ЭКОНОМИКА ФИРМЫ

«Члены общества должны распределять все свои ресурсы между использованием для текущего потребления и использованием с целью потребления в будущем таким образом, чтобы относительные стоимости различных ресурсов оказались в точности пропорциональны относительным издержкам их производства»

Составлена Петровой Н.В. учителем географии МБОУ СОШ г. Пионерского по материалам учебника А. Киреева «Экономика», курса видеолекций «Экономика для неэкономистов» И.А.Ким, доцента кафедры экономической теории НИУВШЭ;
<https://en.ppt-online.org/>

Структура

Основные функции	Производство
Основные показатели	Выпуск и издержки
Основной баланс	Баланс фирмы
Основной рынок	Рынок капитала
Основная цель	Максимизация прибыли
Основной результат	Реальный рост

Предприятие и фирма

Капитал боится отсутствия прибыли или слишком маленькой прибыли, как природа боится пустоты (Карл Маркс, 19в., нем.экон.)

(firm) — организованное коммерческое предприятие, являющееся юридическим лицом.

Фирма —

это организация, объединение людей, совместно реализующих некоторую программу или цель и действующих на основе определенных процедур и правил;

— это организация, занимающаяся коммерческой деятельностью. Такие организации преследуют извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности;

— это юридическое лицо, организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, имеет самостоятельный баланс, может приобретать и продавать имущество, нести ответственность, быть истцом и ответчиком в суде.

Предприятие — экономический агент, владеющий собственностью, осуществляющий экономическую деятельность и имеющий доходы и расходы.

Организационные формы фирмы

```
graph TD; A[Фирма] --- B[Хозяйственные товарищества и общества]; A --- C[Производственные кооперативы]; A --- D[Государственные и муниципальные унитарные предприятия];
```

Фирма

Хозяйственные
товарищества
и общества

Производственные
кооперативы

Государственные
и муниципальные
унитарные
предприятия

Организационные формы фирмы

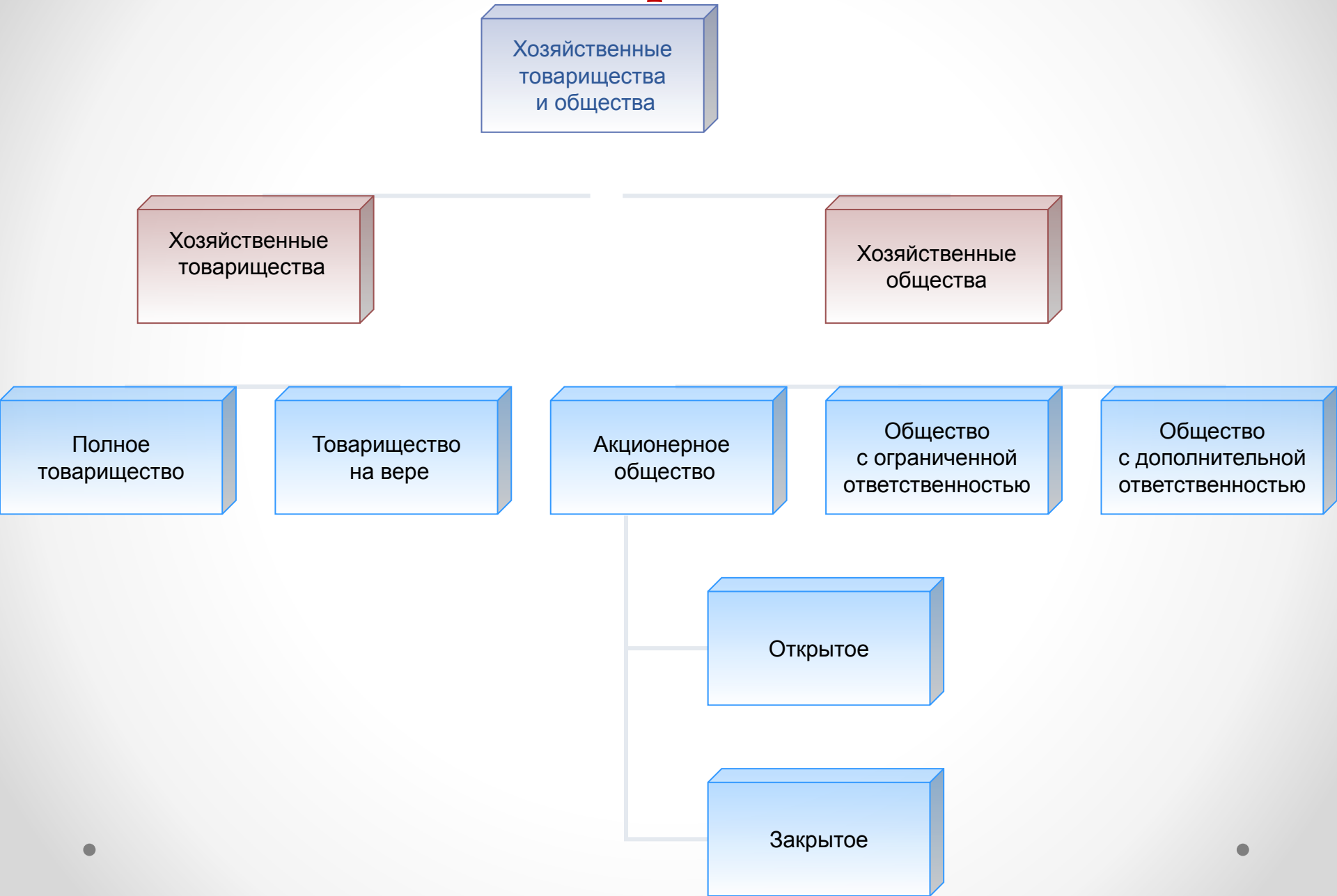
- Хозяйственные товарищества и общества — коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) участников уставным капиталом.
- Производственный кооператив (артель) — добровольное объединение граждан для совместной хозяйственной деятельности, основанной на личном трудовом вкладе и объединении его членами имущественных паевых взносов.
- Унитарное предприятие — коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество.

Регистрация фирмы в России

Для регистрации в территориальный орган Министерства по налогам и сборам России представляются следующие документы:

- подписанное заявителем заявление о государственной регистрации с указанием его паспортных данных и идентификационного номера налогоплательщика;
- решение о создании юридического лица в виде протокола, договора или иного документа;
- учредительные документы юридического лица;
- документ об уплате государственной пошлины.

Хозяйственные товарищества и общества



Хозяйственные товарищества

полное товарищество (ПТ) — фирма, участники которой (полные товарищи) занимаются предпринимательской деятельностью, несут ответственность по ее обязательствам принадлежащим им имуществом;

товарищество на вере (коммандитное товарищество, КТ) — фирма, состоящая из двух групп товарищей: полных товарищей и вкладчиков (коммандитистов).

Хозяйственные общества

- общество с ограниченной ответственностью (ООО) — фирма, уставный капитал которой разделен на доли и состоит из вкладов участников. Они несут риск убытков в пределах внесенных вкладов;
- общество с дополнительной ответственностью (ОДО) — фирма, уставный капитал которой разделен на доли. Участники такого общества солидарно несут ответственность по его обязательствам своим личным имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов;
- акционерное общество (АО) — фирма, уставный капитал которой разделен на определенное число акций. Участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Акционерные общества

- открытое акционерное общество (ОАО) — фирма, участники которой могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров. Такое акционерное общество вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу;
- закрытое акционерное общество (ЗАО) — фирма, акции которой распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц. Оно не может проводить открытую подписку на выпускаемые им акции или продавать их на рынке.

Экономические цели фирмы

Что производить?

Фирма реагирует на потребительский спрос и выбирает перечень товаров и услуг, которые нужны потребителям и которые позволяют ей достичь макс прибыли;

Как производить?

Фирма организует свое производство, управление и капитал таким образом, чтобы обеспечить выпуск макс продукции нужной рынку, за счет мин издержек;

Для кого производить?

Производственная фирма непосредственно или при помощи специализированных маркетинговых фирм осуществляет изучение потребителей и особенностей их спроса и корректирует свое производство таким образом, чтобы удовлетворить этот спрос, макс свою прибыль

Основные вопросы ЭКОНОМИКИ

- извлечение максимальной прибыли (маx выручки от реализации своей продукции и min своих издержек);
- максимизация продаж (позволяет фирме сохранить и увеличить долю на рынке в борьбе с конкурентами); максимизация производства товаров, которые востребованы рынком;
- увеличение личного благосостояния владельцев фирмы (частные фирмы);
- Социальные цели: предотвращение загрязнения окружающей среды, улучшение благосостояния работников и др. социальные цели.

Капитал фирмы

Капитальные активы

основные производственные фонды — это средства труда, непосредственно участвующие в процессе производства, такие, как здания цехов, сооружения, рабочие машины, станки и прочее оборудование;

основные
непроизводственные фонды —
принадлежащие фирме
фонды жилья,
подсобного сельского
хозяйства, социально-
бытового обслуживания,
культуры, науки,
образования.

Оборотные активы

Оборотные производственные фонды — это сырье, материалы, топливо, оборудование со сроком эксплуатации менее одного года, запасы готовых товаров, продукция, находящаяся в незавершенном производстве. Такие фонды полностью используются в процессе производства и переносят свою стоимость на готовый товар.

Фонды обращения — средства предприятия, вложенные в запасы готовой продукции, товары отгруженные, но еще не оплаченные покупателем, средства в расчетах и наличные деньги в кассе предприятия.

Профсоюзы — организация наемных работников, ставящая основной целью проведение переговоров с работодателем об уровне зарплаты и условиях труда.

Сторонники

Противники

«П-сила, кот. может противостоять рыночному доминированию крупных фирм» (в городе 1-2 предприятия, работает больш. часть населения и благодаря монопольному положению на рынке труда могут быть установлены заниженные зарплаты)

«П-сокращают гибкость рынка труда и усугубляют проблему безработицы» (в результате переговоров П. и фирмы устанавливается коллективный договор об уровне зарплаты и механизме ее пересмотра, т.о. ЗП замораживается на определенный срок. Если предложение рабочей силы превысит спрос, ее ЗП не смогут быстро сократиться и обеспечить равновесие на рынке труда. Возникает безработица).

Производство

Производство — это превращение факторов производства в товары и услуги.

Производственная функция— взаимосвязь между количеством используемых ФП и размерами выпуска товаров и услуг (больш. часть затрат предприятий приходится на труд и капитал).

Длительность ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ

краткосрочный период — период, в течение кот. количества одних факторов производства меняются, а других — остаются неизменными, до 1 года;

среднесрочный период — от 1 до 5 лет;

долгосрочный период — период, в течение кот. меняется количество всех используемых факторов производства, свыше 5 лет.

Краткосрочный период

Два фактора производства: один (капитал) — постоянный, второй (труд) — переменный.

Расширение производства зависит от изменения пропорций между постоянным и переменным факторами.

Количество фирм на рынке остается неизменным.

Долгосрочный период

Оба фактора производства переменные (нанимаются дополн. Работники и строится новый цех).

Отдача от масштаба — рост производства происходит в результате увеличения использования ФП.

Расширение производства - если размер использованного капитала растет, то и размер использованного труда растет на ту же величину.

Количество фирм на рынке меняется — возникают новые фирмы, а часть существующих разоряется или прекращает свою деятельность.

Производительность труда

— количество продукции, произведенное в единицу времени, (выработка) либо количество времени, затраченного на производство единицы продукции (трудоемкость)

Факторы, влияющие на производительность труда

Общэкономические факторы — тип экономической системы и общий уровень экономического развития страны (рыночная экономика позволяет эффективнее распределять ресурсы) .

Внутрифирменные факторы — повышение технической оснащенности производства (современные технологии, модернизация и др).

Человеческие факторы — рост уровня квалификации персонала, сокращение доли ручного труда, мотивация сотрудников к производительному труду, их физическое и духовное состояние.

Разделение труда- специализация работников на отдельных частях производственного процесса

Производство в краткосрочном периоде характеризуется убывающей отдачей переменного фактора производства (труда).

При достижении некоторого объема производства предельный продукт переменного фактора снижается.

Производство в долгосрочном периоде характеризуется различной отдачей от масштаба использования факторов — постоянной, растущей или сокращающейся.

Выручка, издержки и прибыль фирм

Доходы фирмы

Доходы от реализации продукции или услуг, оплаченных покупателем или заказчиком (выручка в форме-вознаграждения, поступления от продажи, проценты, дивиденды

Внереализационные доходы фирмы, не связанные напрямую с реализацией ею товаров и услуг (доходы от долевого участия в др. организациях, разница покупки/продажи валюты, штрафы, пени, сумма возмещения убытков, от сдачи имущества в аренду, от предоставления в пользование прав на результаты интеллектуальной деятельности; проценты по займам, ценным бумагам, безвозмездно полученного имущества, и др.)

Показатели, характеризующие доход фирмы

Полный доход— сумма денег, получаемая фирмой от продажи своих товаров. Он определяется в результате умножения количества проданного товара на его цену.

Средний доход— доход фирмы от единицы проданного товара. Он определяется как отношение полного дохода к количеству проданной продукции

Предельный доход— рост полного дохода при росте реализации продукции на единицу. Он позволяет судить об эффективности производства.

Выручка, издержки и прибыль фирмы

Издержки-затраты фирмы на ФП

Бухгалтерские-платежи
фирмы поставщикам за
приобретаемые ФП и условно
начисленные расходы

Экономические-сумма
бухгалтерских издержек и затрат
ресурсов, принадлежащих
предпринимателю и не включенных в
бухгалтерские издержки

ЗП, приобретение материалов, топлива,
оплата аренды помещения, выплата %
по заемному капиталу,
эксплуатационные расходы на
электричество, отопление,
амортизацию

Собственное помещение,
материалы, финансовые
ресурсы, труд
(внутренние, неявные
издержки)

Бухгалтерские
(внутренние,
явные
издержки)

Виды издержек

Полные издержки—затраты фирмы на выпускаемую продукцию, альтернативная цена всех факторов производства:

А) постоянные – не зависящие от объемов производства (аренда за помещение, коммунальные услуги, процент на полученный кредит, амортизацию)

Б) переменные- зависящие от объемов производства (затраты на сырье, материалы, энергию, ЗП работникам).

Средние полные издержки— затраты предприятия на единицу выпускаемой продукции. Сравнимы с ценой товара. Если средние издержки меньше цены товара- предприятие получает прибыль, если больше-предприятие несет убытки.

Предельные издержки- изменение общих издержек при изменении объемов производства на единицу.

Прибыль-разность полных доходов и полных издержек фирмы.

Виды прибыли:

Бухгалтерская прибыль — разность полного дохода и бухгалтерских издержек фирмы.

Экономическая прибыль — разность полного дохода и экономических издержек фирмы.

Три уровня экономической прибыли

Положительная прибыль — полный доход фирмы превышает ее экономические издержки.

Нулевая прибыль — полный доход фирмы равен ее экономическим издержкам.

Отрицательная прибыль — полный доход фирмы ниже ее экономических издержек.

Джекоб Вайнер



(1892—1970), канадский экономист, работавший в США, один из создателей современной теории фирмы.

Полагал, что фирмам, которые ведут себя рационально, известно, как максимизировать прибыль. Минимизация издержек выступает как предпосылка максимизации прибыли.

Армен Алчиан

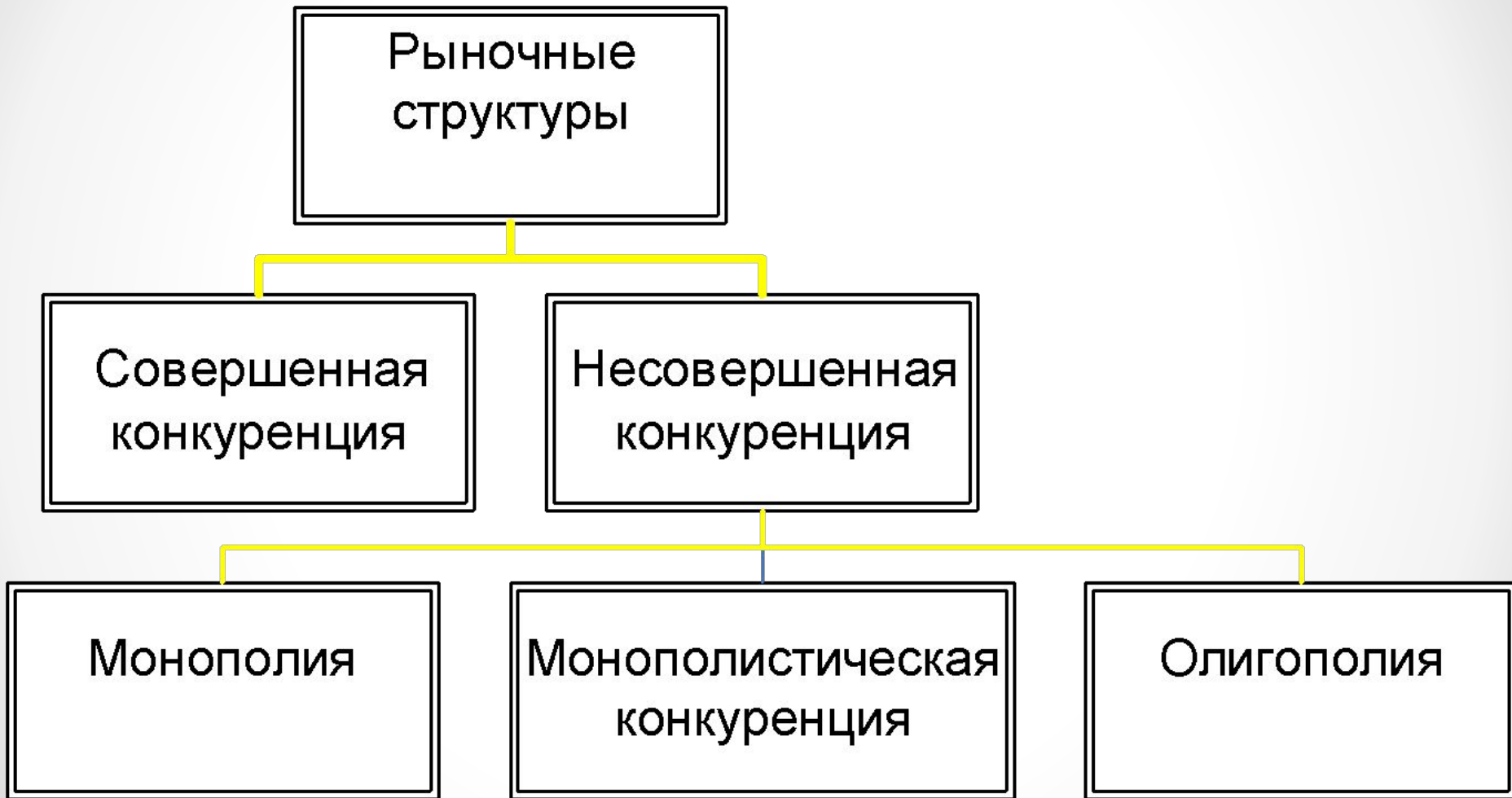


(род. 1914), американский экономист, один из создателей теории "эволюционной" экономики.

Предложил рассматривать издержки фирмы как изменение чистой ценности ее капитала.

В работе "Неопределенность, эволюция и экономическая теория" (1950) показал, что фирмы не знают точно, как максимизировать прибыль, и каждая избирает свой путь. Затем конкуренция вытесняет фирмы, получившие меньшую прибыль.

Рыночные структуры



Экономическое поведение фирм

Зависит от рыночной ситуации:

1. Совершенная конкуренция
2. Несовершенная конкуренция

Задача фирмы- максимизировать прибыль

Совершенная конкуренция

— рынок, который отвечает следующим условиям:

- на рынке действует очень большое число фирм,
- товары продаются по свободным ценам,
- фирмы производят однородные товары,
- любая новая фирма может беспрепятственно войти на рынок,
- экономическая информация полностью доступна для всех,
- фирма — получатель цены.

Несовершенная конкуренция

— рынок, на котором отсутствует хотя бы одно из условий совершенной конкуренции.

Виды рынка несовершенной конкуренции:

Монополия
Монополистическая конкуренция
Олигополия

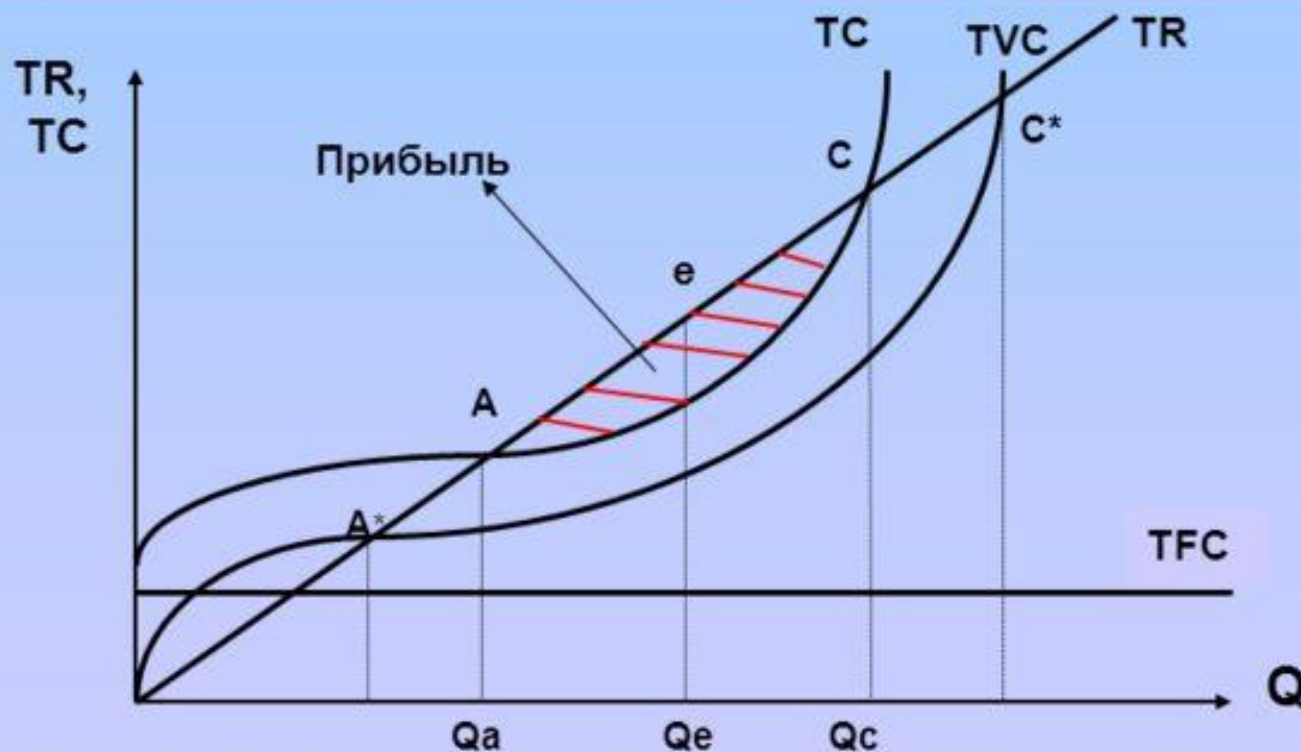
1. Рыночные структуры: понятие и типы.

Признаки	Модели рынка			
	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Число фирм	Очень много	Много	Несколько крупных фирм	одна
Тип продукта	Стандартизированный	Дифференцированный	Стандартизированный или дифференцированный	Уникальный, нет близких заменителей
Контроль над ценами	Отсутствует	Возможен, но в довольно узких рамках	Ограниченный взаимной зависимостью, значительной при тайном сговоре	Значительный
Условия вступления в отрасль	Очень легкие препятствия отсутствуют	Сравнительно легкие	Существенно затруднены	Блокировано барьерами
Неценовая конкуренция	отсутствует	Значительный упор на рекламу, товарные знаки, торговые марки и т.д.	Очень распространена, особенно при дифференциации продукта	Главным образом реклама и отношения с общественностью
Получение фирмой экономической прибыли	В долгосрочном периоде экономической прибыли нет			Фирма может постоянно получать экономическую прибыль
Соотношение цены и предельных издержек	Цена равна предельным издержкам ($P = MC$)	Цена превышает предельные издержки ($P > MC$)		
Примеры	Сельское хозяйство	Розничная торговля, производство одежды, обуви	Производство стали, автомобилей, бытовых приборов, с/х инвентаря	Местное предприятие коммунального хозяйства

Максимизация прибыли или минимизация убытков

Для определения уровня производства, при котором конкурентная фирма будет получать максимальную прибыль, используется **два подхода**:

1) сравнение общей выручки – TR и совокупных издержек – TC :



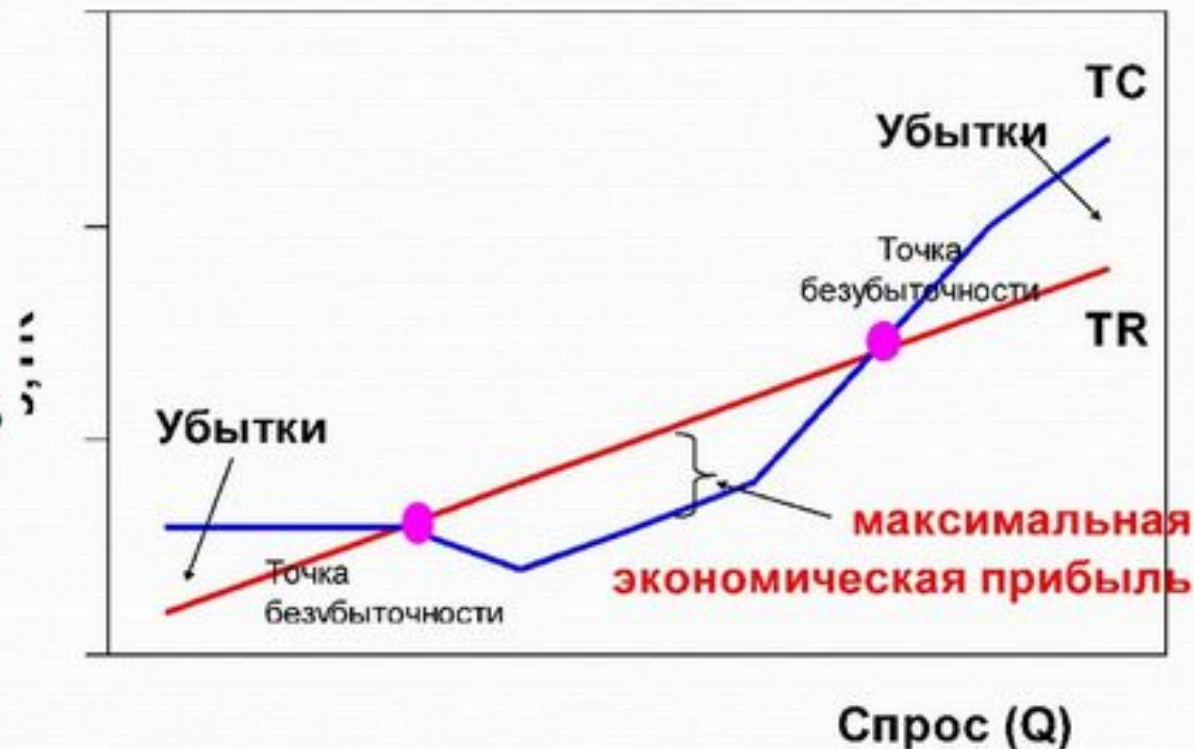
(\cdot) a и (\cdot) c — точки критического объема производства: любые объемы за пределами этих точек ($<Q_a$ или $>Q_c$) принесут убытки. (\cdot) e — точка оптимального объема производства.

2. Равновесие конкурентной фирмы и отрасли в краткосрочном периоде.

Принцип сопоставления: валового дохода с общими издержками

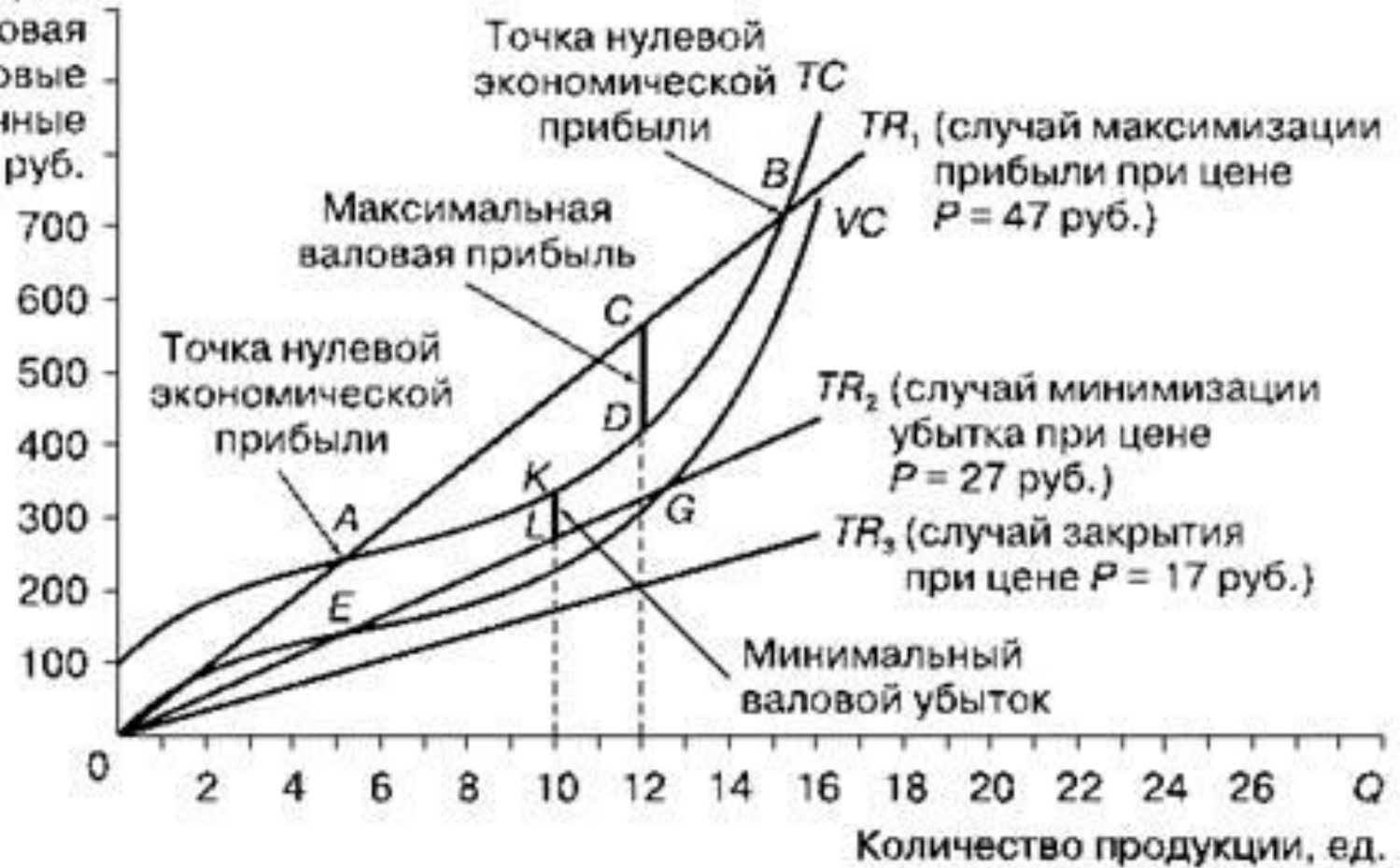
Прибыль фирмы достигает максимального значения, когда валовой доход (TR) превышает общие издержки (TC) на максимальную величину

$$TR > \max TC$$



TR, TC, VC

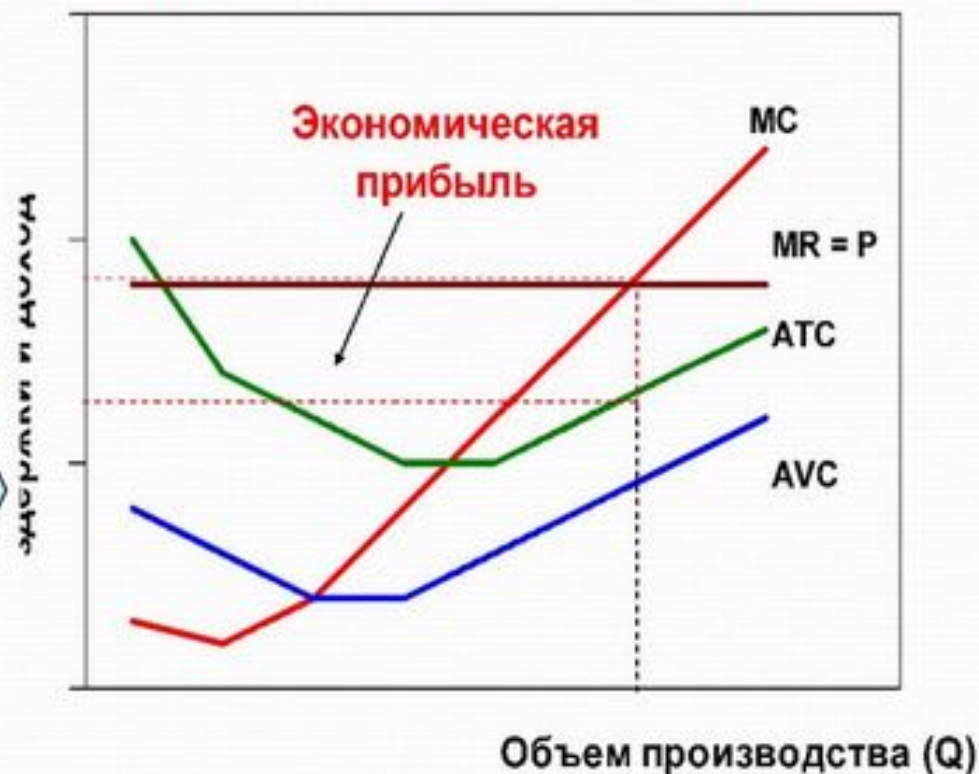
Валовая
выручка, валовые
и переменные
издержки, руб.



Принцип сопоставления: предельного дохода с предельными издержками

Максимизация
прибыли
совершенной
конкуренции

Фирма
максимизирует
прибыль или
минимизирует
убытки, когда ее
производство
соответствует
точке, где
предельный
доход (MR) равен
предельным
издержкам (MC)
 $MR = MC$

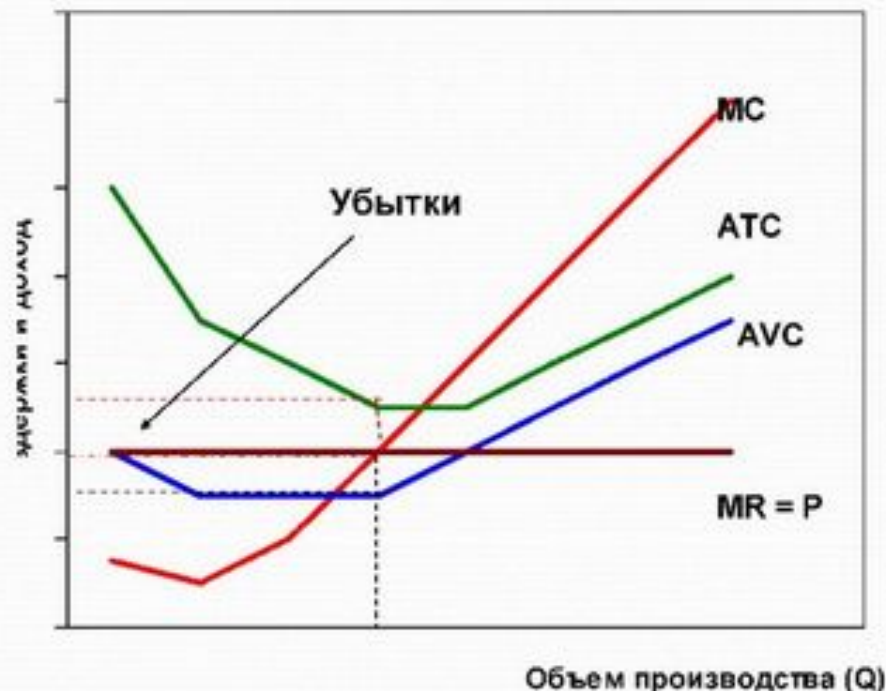


Принцип сопоставления: предельного дохода с предельными издержками

Минимизация
убытков
совершенно
конкурентной
фирмы

Фирма максимизирует свои прибыли или минимизирует убытки в краткосрочном периоде, производя такой объем продукта, когда, предельный доход (цена) ($MR = P$) равен предельным издержкам (MC)

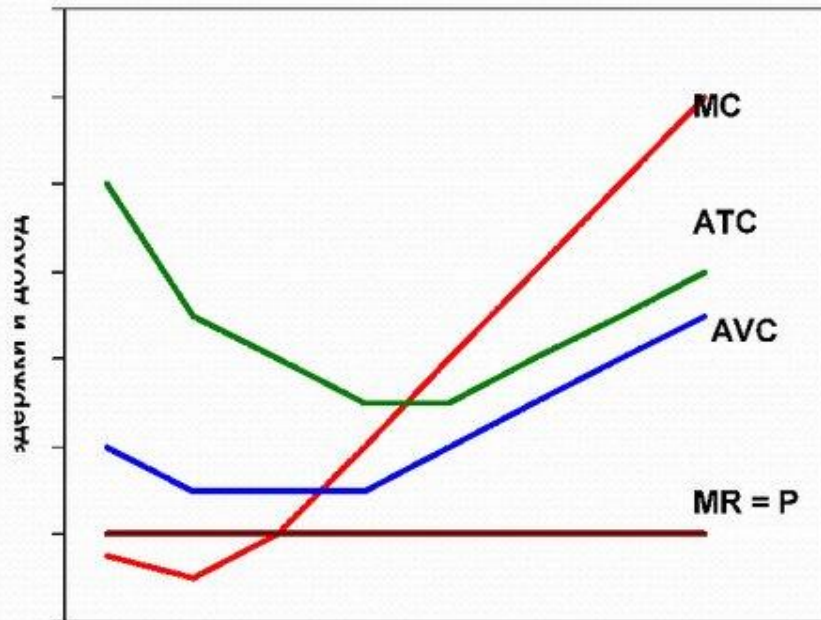
$MR = P = MC$, но при условии, что цена превосходит минимальную величину средних переменных издержек.



Принцип сопоставления: предельного дохода с предельными издержками

Условия закрытия совершенно конкурентной фирмы

Если цена на рынке упадет ниже минимального значения переменных издержек фирмы, конкурентной фирме для минимизации своих потерь в краткосрочном периоде выгоднее закрыться. При любом объеме производства ее убытки при продолжении деятельности будут превосходить потери, связанные с закрытием (равные постоянным издержкам).



Объем производства (Q)

В условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде максимум прибыли достигается, когда выполняется равенство

$$MR = MC = P = AC$$

Равенство цены

и минимальных

средних общих издержек

показывает, что фирма

использует наиболее

эффективную из известных

технологий, назначает на свой

продукт самую низкую цену P и

производит наибольший

объем продукции (Q) для тех

издержек которые она несет.

Равенство цены

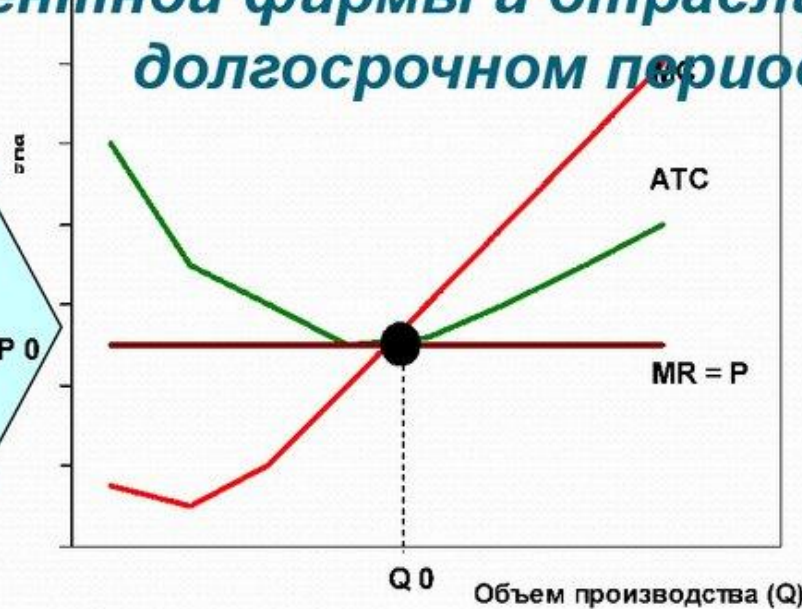
и предельных издержек указывает,

что ресурсы распределены в

соответствии с

предпочтениями потребителей.

3. Равновесие конкурентной фирмы и отрасли в долгосрочном периоде.



4. Характерные черты монополии. Максимизация прибыли. Ценовая дискриминация.

Монопольная власть - это способность фирмы воздействовать на цену своего товара, изменяя продаваемое на рынке количество этого товара.

Источники монопольной власти:

1. Эластичность рыночного спроса .
2. Число фирм на рынке.
3. Взаимодействие между фирмами.

Показатели монопольной власти

Монопольная власть является величиной, обратной эластичности спроса на продукцию фирмы ($1/E$). Опираясь на это положение, А.П. Лернер в 1934 г. предложил следующий индекс:

$$I_L = \frac{P_m - MC}{P_m} = 1/E,$$

где I_L - лернеровский индекс монопольной власти;

P_m - монопольная цена;

MC - предельные издержки;

E – коэффициент ценовой эластичности спроса на продукцию.

Для характеристики монопольной власти используется и показатель, определяющий степень концентрации рынка. Он назван индексом Херфиндаля-Хиршмана (Ихх):

где S_1 – удельный вес самой крупной фирмы в выпуске всей отрасли;

S_2 - удельный вес следующей по величине фирмы в выпуске всей отрасли;

S_n - удельный вес наименьшей фирмы в выпуске всей отрасли.

Монополия (от греческого monos – один, poleo – продаю) – это исключительное право государства, предприятия, организации, торговца (т. е. принадлежащее одному лицу, группе лиц или государству) на осуществление какой-либо хозяйственной деятельности.

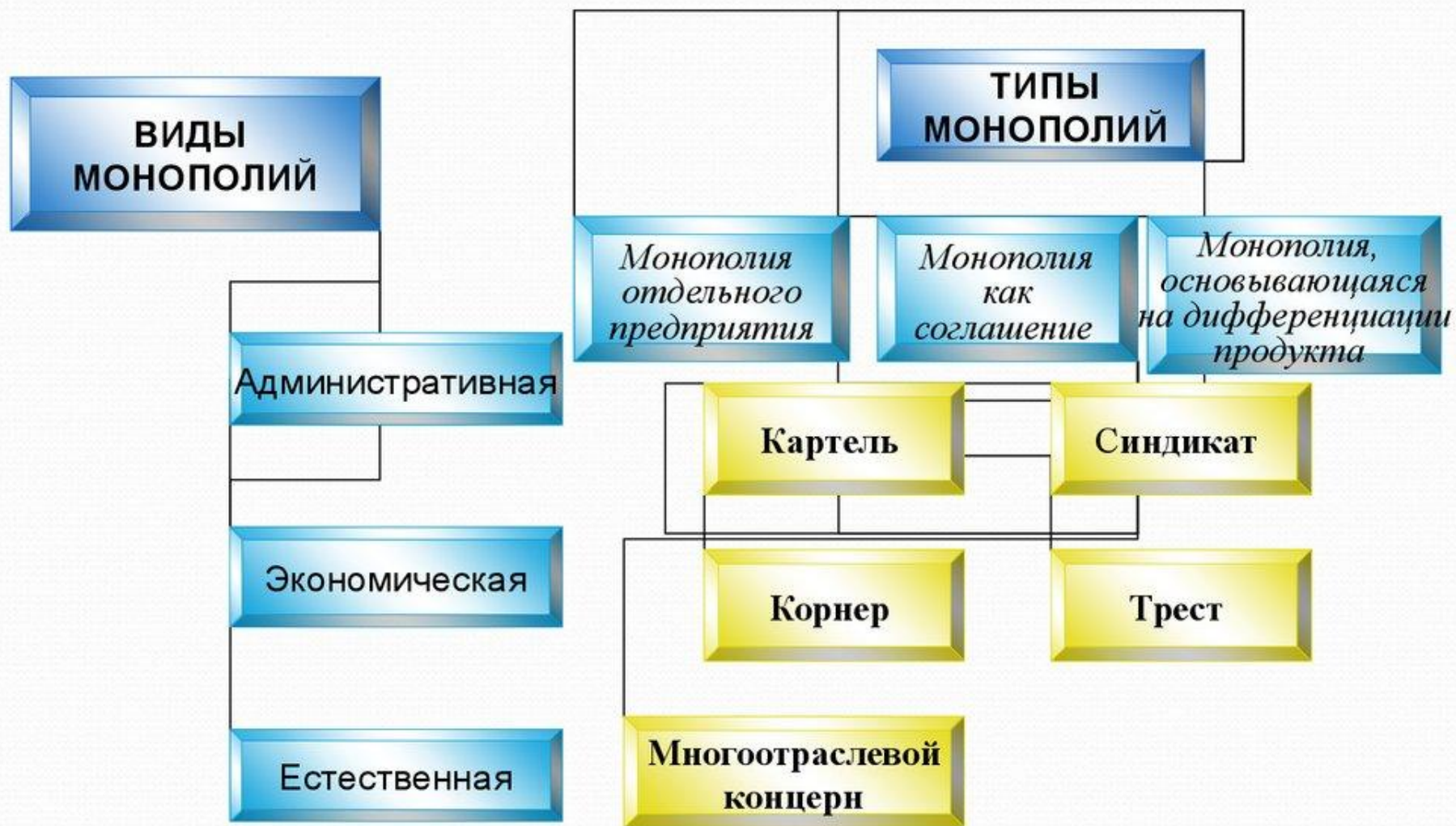
Характерные черты монополии

- 1) монополист является единственным производителем данного товара;
- 2) продукция носит уникальный характер, не имеет близких заменителей;
- 3) проникновение в отрасль других фирм закрыто целым рядом барьеров;
- 4) степень влияния монополиста на рыночную цену очень высокая, но не безграничная.

Барьеры, защищающие монопольный рынок

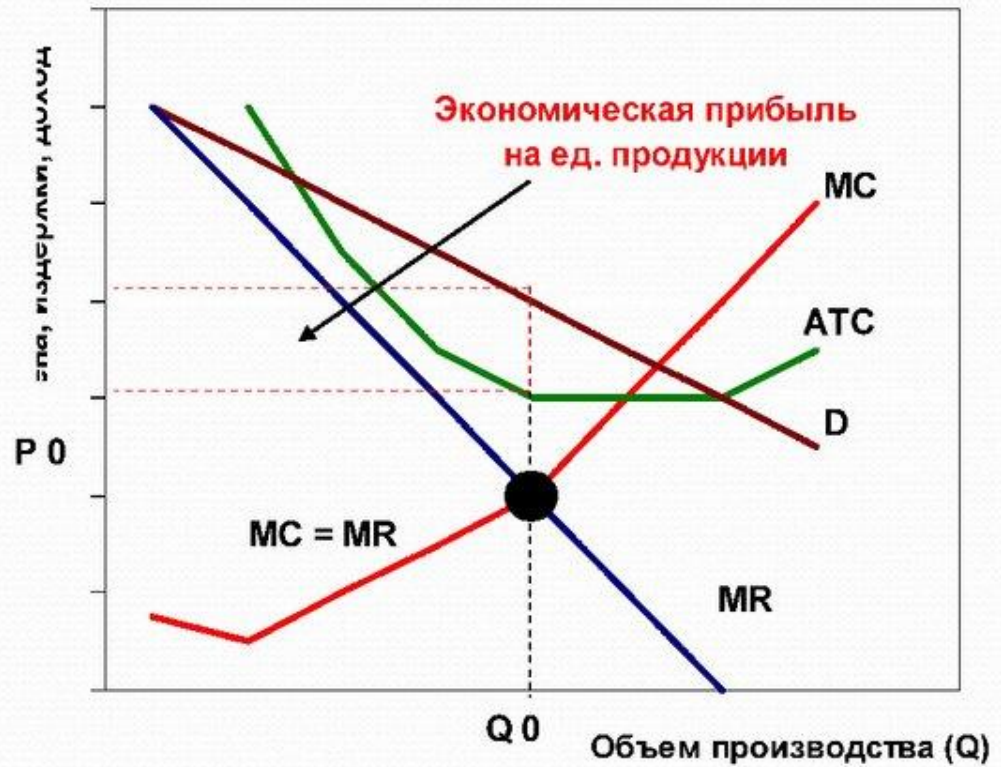
Юридические барьеры (лицензии, патенты, авторские права)	Естественные барьеры		Экономические барьеры	
	Когда рождение монополий происходит из-за барьеров для конкуренции, возведенных самой природой.	Препятствующих проникновению конкурентов на рынок монополиста, характерен для монополий, возникновение которых продиктовано либо техническими, либо экономическими причинами, связанными с проявлением эффекта масштаба	Собственность на все предложение производственного ресурса.	Уникальные способности и знания также могут создать монополию.

Формы и виды монополий



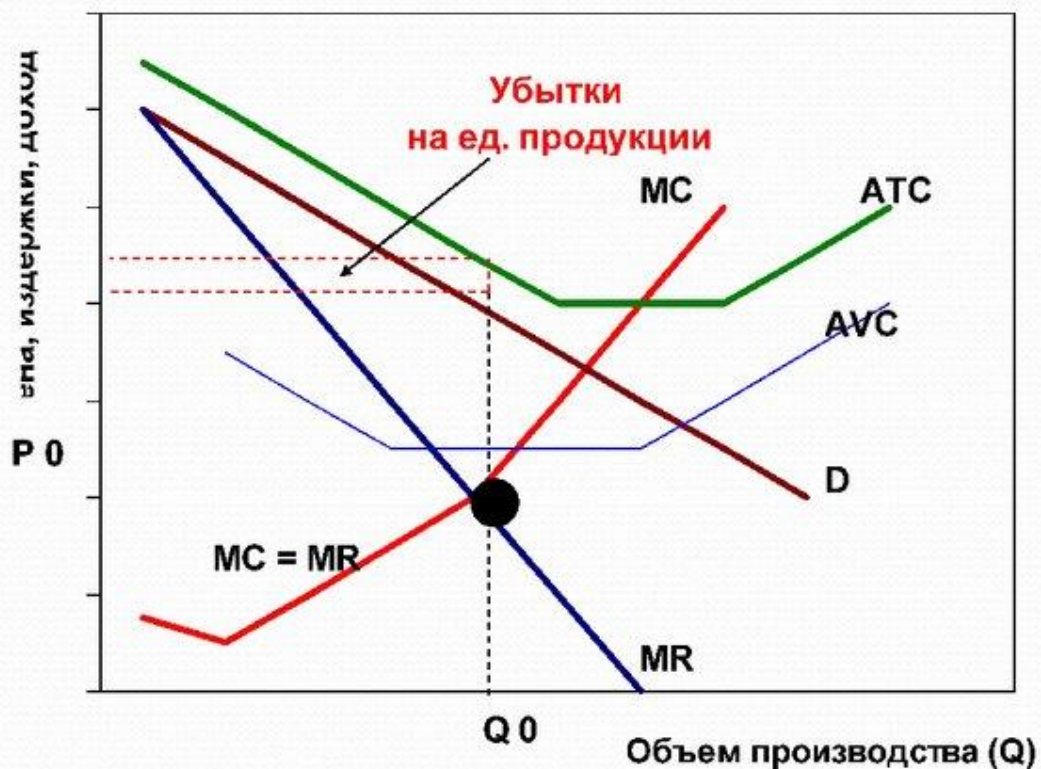
Максимизация прибыли

В условиях чистой монополии производитель максимизирует прибыль, производя объем продукции, при котором **$MR = MC$**



Минимизация убытков

Если спрос D низкий, а издержки высокие, производитель в условиях чистой монополии может не получить прибыль.



Ценовая дискриминация

Ценовая дискриминация

состоит в том, что одинаковые товары фирма продает различным покупателям по разным ценам, в зависимости от их платежеспособности.

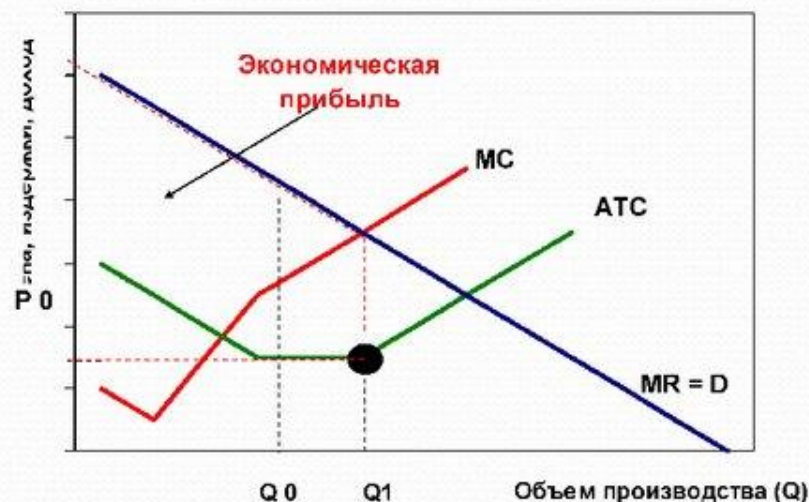
Условия ценовой дискриминации:

1. Монопольная власть.
2. Разделение рынка.
3. Невозможность перепродажи.

Последствия ценовой дискриминации:

1. Больше прибылей.
2. Больше продукции.

У монополиста осуществляемого ценовую дискриминацию, $MR = D$. В результате он производит продукцию в объеме Q_1 единиц (при котором $MR = MC$). Каждая единица продукции продается по максимальной цене, которую за нее готов уплатить очередной покупатель.



5. Регулирование монополии

Антимонопольная политика -

государственная деятельность, связанная с формированием условий функционирования субъектов рыночных отношений, направленная на достижение оптимального для данного места и времени сочетания эффективности конкуренции.

Антимонопольное регулирование

Государственная функция, призванная обеспечить реализацию антимонопольной политики, ее целей

Составляет систему правил взаимодействия хозяйствующих субъектов в рыночной экономике.

Сложный процесс, управляемый на основе сбора и обработки огромного количества разнообразной информации, ее анализа, построения выводов и прогнозов, принятия решений, обеспечения контроля за их выполнением.

Причины регулирования

Обеспечение баланса интересов потребителей (доступные цены) и регулируемые предприятия.	Определение структуры тарифов на основе принципов справедливого и эффективного отнесения издержек на тарифы для различных типов потребителей.	Стимулирование предприятий к сокращению издержек и излишней занятости, улучшению качества обслуживания, повышению эффективности инвестиций и т.д.	Создание условий для развития конкуренции .
---	---	---	---

Функции органов регулирования

Во-первых, они формируют и ведут реестр субъектов естественных монополий, в отношении которых осуществляется государственное регулирование .	Во-вторых, определяют методы регулирования (в соответствии с Федеральным законом), применительно к конкретному субъекту естественной монополии.	В-третьих, контролируют в пределах своей компетенции соблюдение требований Федерального закона, и вносят в установленном порядке предложения по совершенствованию законодательства по естественным монополиям.
--	--	--

МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ

```
graph TD; A[МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ] --> B[ценовое регулирование, осуществляемое посредством определения (установления) цен (тарифов) или их предельного уровня]; A --> C[определение потребителей, подлежащих обязательному обслуживанию, и (или) установление минимального уровня их обеспечения в случае невозможности удовлетворения в полном объеме потребностей в товаре производимом (реализуемом) субъектом естественной монополии, с учетом необходимости защиты прав и законных интересов граждан, обеспечения безопасности государства, охраны природы и культурных ценностей.];
```

ценовое регулирование,
осуществляемое посредством
определения (установления)
цен (тарифов)
или их предельного уровня

определение потребителей,
подлежащих обязательному обслуживанию,
и (или) установление минимального уровня
их обеспечения в случае невозможности
удовлетворения в полном объеме
потребностей в товаре
производимом (реализуемом)
субъектом естественной монополии,
с учетом необходимости защиты прав
и законных интересов граждан,
обеспечения безопасности государства,
охраны природы и культурных ценностей.

6. Характерные черты олигополии. Формы поведения фирм в условиях олигополии.

Олигополия (греч. oligos – несколько, poleo – продаю, торгую) – это такая рыночная структура, при которой доминирует небольшое число продавцов, а вход в отрасль новых производителей ограничен высокими барьерами.

Характерными чертами олигополии являются:

1. немногочисленность фирм в отрасли.
2. высокие барьеры для вступления в отрасль (те же, что и для монополии);
3. всеобщая взаимозависимость.

Формы поведения фирм в условиях олигополии

НЕКООПЕРАТИВНОЕ

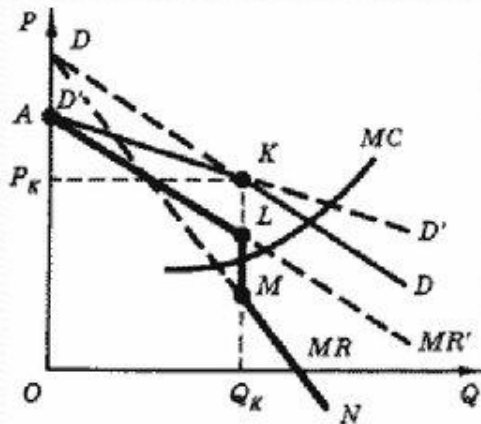
Каждый продавец самостоятельно решает проблему определения цены и объема выпуска. Может возникнуть ценовая война – это цикл постепенного снижения существенного уровня цен с целью вытеснения конкурентов с олигополистического рынка (модель Курно, «Дилемма заключенного»)

КООПЕРАТИВНОЕ

Модели ценообразования в олигополии

Ломаная кривая спроса

Эта модель хорошо объясняет негибкость цен в условиях олигополии, но не позволяет определить первоначальный уровень цен и механизм их роста.



Картель – это объединение фирм, согласующих свои решения по поводу цен и объемов продукции так, как если бы они слились в чистую монополию.

Тайный сговор – это негласное соглашение о ценах, разделении рынков и других способах ограничения конкуренции.

Лидерство в ценах

представляет собой форму неявного сговора. Фирма – лидер, обычно наиболее крупная или наиболее эффективная в отрасли, устанавливает цену, а другие фирмы – «последователи» – следуют за ней.

Ценообразование по принципу «издержки плюс»

$$P = AVC(1+k) = AVC + AFC + \pi$$

k – принятый коэффициент надбавки.

Нормальная прибыль зависит от эластичности спроса на товар: чем выше эластичность, тем обычно ниже нормальная прибыль.

7. Условия возникновения монополистической конкуренции. Равновесие на рынке монополистической конкуренции.

Монополистическая конкуренция

– рыночная структура, когда несколько фирм в отрасли, выпускающие дифференцируемый продукт, контролируют между собой, при этом ни одна из них не обладает всей полнотой власти но контролю над рыночной ценой.

Характерные черты монополистической конкуренции:

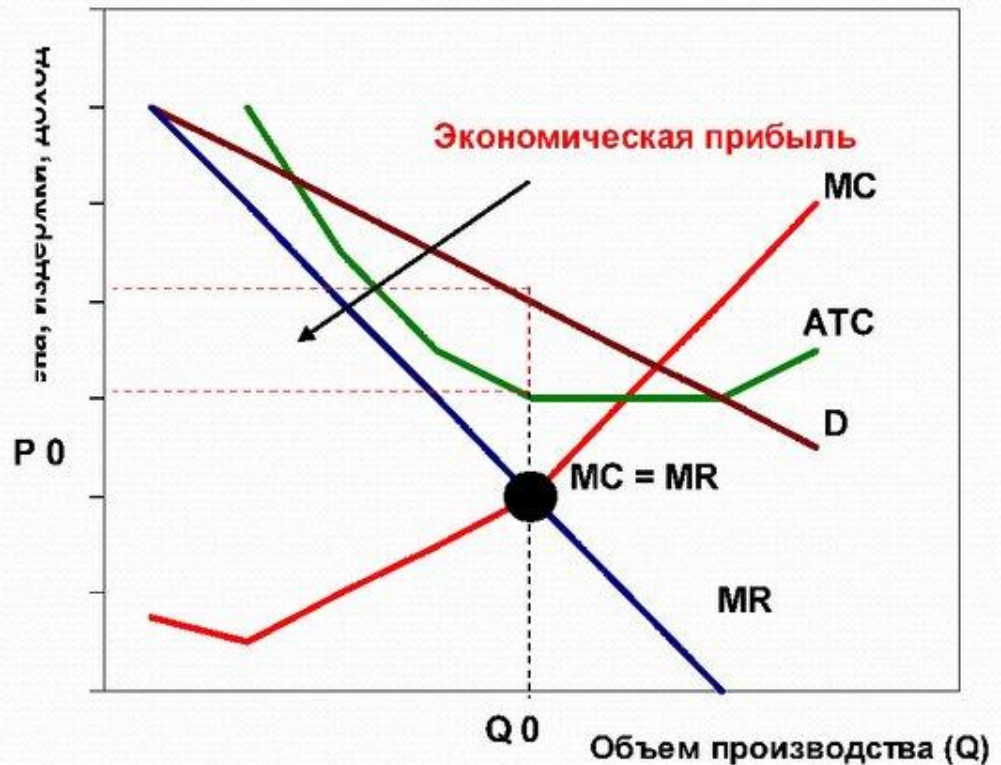
1. Малая доля рынка.
2. Легкое вступление в отрасль.
3. Невозможность сговора.
4. Независимость действий.
5. Дифференциация продукта.

Равновесие на рынке монополистической конкуренции.

Краткосрочный период

Фирма действующая в условиях монополистической конкуренции, может добиться максимизации прибыли или минимизации потерь если будет производить такой объем продукции, при котором **$MR = MC$**

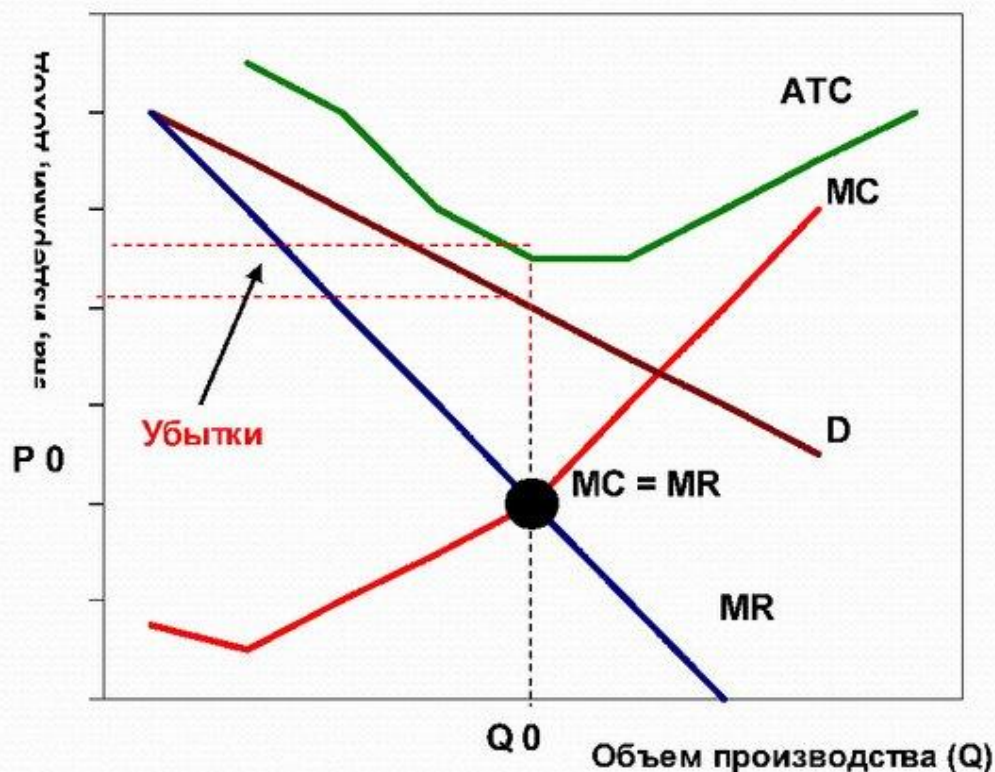
Возможность получения прибыли привлечет в данную отрасль новые фирмы, что со временем приведет к исчезновению экономической прибыли.



Равновесие на рынке монополистической конкуренции. Краткосрочный период. Минимизация убытков

Фирма действующая в условиях монополистической конкуренции, может добиться максимизации прибыли или минимизации потерь если будет производить такой объем продукции, при котором **MR = MC**

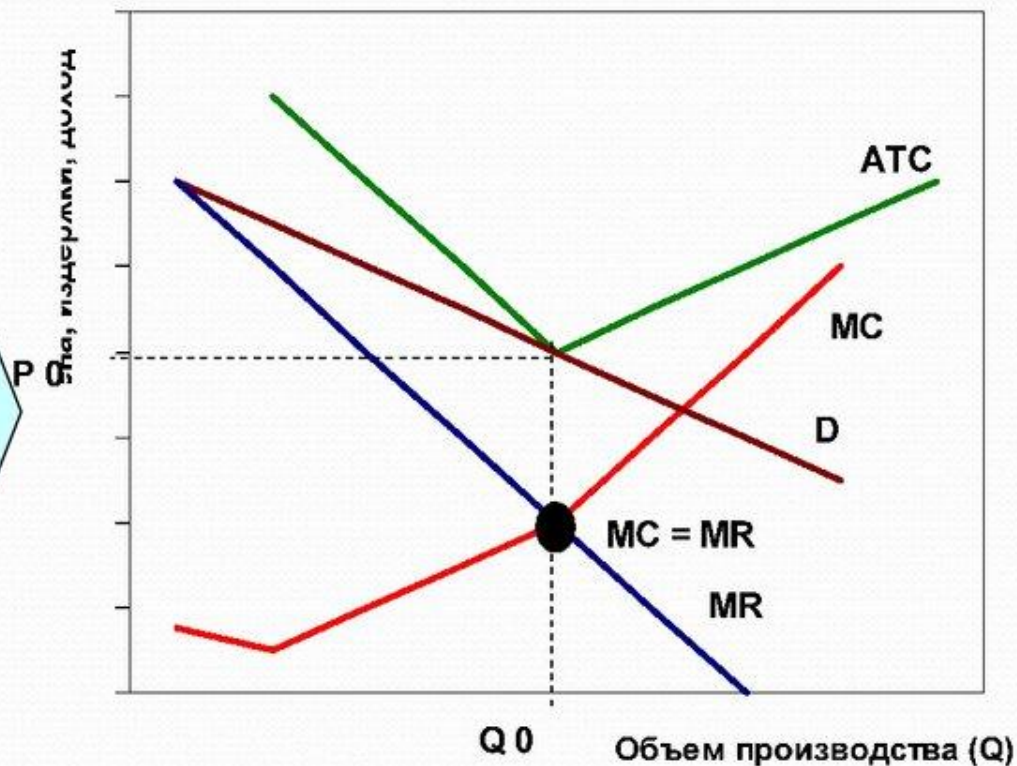
Убытки заставят фирмы покинуть отрасль до тех пор, пока не восстановится нормальная прибыль.



Равновесие на рынке монополистической конкуренции. Долгосрочный период

Фирма действующая в условиях монополистической конкуренции, может добиться максимизации прибыли или минимизации потерь если будет производить такой объем продукции, при котором $MR = MC$

Когда $P = ATC = D$, тогда установится равновесие в долгосрочном периоде.



8. Неценовая конкуренция. Реклама.

**Факторы
неценовой
конкуренции**

Качество
продукта

Размещение

Фирменное
название
и упаковка

Контроль
над ценами

**Методы
неценовой конкуренции**

Дифференциация
продукта

Реклама

ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМЫ

ПОЗИТИВНЫЕ

- Информация о товарах и ценах;
- Уменьшает монопольную власть над рынком отдельных производителей;
- Повышает экономическую эффективность;
- Облегчает внедрение новых продуктов;
- Способствует росту объема производства;
- Позволяет получить экономию на масштабах и следовательно, снижает их долговременные средние общие издержки.

НЕГАТИВНЫЕ

- Манипуляция вкусов потребителя;
- Иногда основывается на недостоверных данных о продукте;
- Убеждает платить больше за менее качественные товары;
- Формирует привязанность потребителей к той или иной марке;
- Становится барьером для вхождения в отрасль;
- Приводит к росту монопольной власти или становится саморазрушительной для компании.

Баланс фирмы и управление ею

Баланс - отчет о финансовом состоянии фирмы на определенную дату: конец отчетного периода (месяц, квартал или год).

$$\text{Активы} = \text{Капитал} + \text{Обязательства}$$

Активы-экономические ресурсы фирмы и обязательства других лиц перед ней. Активы делятся на: оборотные активы и внеоборотные активы

Оборотные активы-запасы, налог на добавленную стоимость (НДС), дебиторская задолженность (сумма долгов), краткосрочные финансовые вложения, денежные средства

Внеоборотные активы-нематериальные активы, основные средства, незавершенное строительство, вложения в материальные ценности, долгосрочные финансовые вложения

Пассивы

Капитал и обязательства – источники средств, обязательства фирмы перед другими лицами.

Капитал-акционерный капитал, резервы, социальный фонд, нераспределенная прибыль и убытки

Обязательства-займы и кредиты, кредиторская задолженность, задолженность участникам по выплате дохода, доходы будущих периодов

Аналитические показатели

- Платежеспособность — показатель наличия у фирмы денежных средств, достаточных для расчетов по краткосрочной кредиторской задолженности.
- Ликвидность — показатель наличия у фирмы денежных и иных активов, способных быстро превращаться в деньги для выполнения краткосрочных обязательств.
- Финансовая устойчивость — показатели зависимости фирмы от внешних источников финансирования.
- Рентабельность — показатель прибыльности фирмы.

Менеджмент

– совокупность методов, средств и форм управления с целью повышения эффективности и увеличения прибыли.

Менеджер – это человек, профессионально занимающийся управленческой деятельностью, наделённый полномочиями принимать управленческие решения и осуществлять их выполнение.



Основные функции менеджмента



Этапы планирования

- ▶ Постановка целей и задач;
- ▶ Составление программы действий;
- ▶ Определение необходимых ресурсов и их источников;
- ▶ Определение непосредственных исполнителей;
- ▶ Фиксация результатов планирования в материальном виде, например, в виде проекта, модели, плана, карты боевых действий, приказа в письменной форме и т. п.



Виды планирования

По направлениям:

- а) планирование ассортимента;
- б) планирование рекламы;
- с) планирование продаж.

По временному периоду:

- а) Долгосрочное – 5 лет и более;
- б) Среднесрочное – от 2 до 5 лет;
- с) краткосрочное – до года



Организация работы

— это формирование структуры организации, а также обеспечение всем необходимым для ее работы — персоналом материалами, оборудованием, зданиями, денежными средствами.



Мотивация

Создание заинтересованности персонала в достижении целей фирмы.



Контроль

▶ *Предварительный контроль.*

**проводится на стадиях
составления планов.**

▶ *Текущий контроль.*

**Проводится в ходе
выполнения.**

▶ *Заключительный контроль.*

**Проводится при оценке
результатов деятельности
фирмы**



Фредерик Тейлор



(1856—1915), американский инженер, основоположник менеджмента как научной школы управления, положивший начало научной организации труда, автор книги “Принципы научного менеджмента” (1911)

“Человек может стать умнее тремя путями: путем опыта — это самый горький путь; путем подражания — это самый легкий путь; путем размышления — это самый благородный путь”.

Герберт Саймон

(1916—2001), американский экономист, создатель современной теории принятия решений.

В работе “Теория принятия решений в экономической науке и науке о поведении” (1959) выдвинул тезис, что фирма — организация, решения в которой принимаются коллективно и поэтому не всегда рационально.

Цель фирмы заключается не столько в максимизации прибыли, сколько в принятии решений, приемлемых для всех ее сотрудников.



Рынок капитала

Капитал как фактор производства – совокупность благ, являющихся результатом прошлой трудовой деятельности, использование которого обеспечивает создание новых благ



Физический капитал (производственные фонды): здания, станки, оборудование, машины, сырье и материалы



Нефизический капитал: человеческий капитал, "доброе имя" фирмы, научный потенциал и т.д.

Спрос на капитал на рынке ФП выступает и в форме спроса на инвестиционные фонды для приобретения конкретного капитала в физической форме

Создание новых благ

большие денежные затраты - инвестиционный капитал (инвестиционных фондов)

Капитал как объект сделок на рынке капитала - это не только капитальные блага, предназначенные для производства, но и инвестиционный денежный капитал для их создания

**Сущность капитала – это ценность,
приносящая дополнительный доход**



**Инвестирование – пополнение объема
функционирующего в экономике физического капитала**

**Внешне спрос на инвестиционные средства
выглядит как спрос на деньги**

Просто деньги



Капитал

**Чтобы стать капиталом, деньги должны быть
вложены в производство или кредитные
учреждения, чтобы приносить доход**

Структура рынка капитала

По объекту купли-продажи:

- ссудный
- рынок ценных бумаг



- банки



- рынок ценных бумаг (фондовый)

По организации

Основной капитал - ресурсы фирмы, стоимость которых постепенно, по частям переносится на произведенный товар, и для его возмещения требуется несколько оборотов капитала

Оборотный капитал – ресурсы фирмы, стоимость которых сразу и полностью переносится на произведенный товар и для их возмещения достаточно одного оборота

Оборот капитала – последовательное превращение исходных ФП в конечные продукты, осуществляемое фирмой для извлечения прибыли

Государство

Процесс переноса стоимости основного капитала на товары – амортизация, а фонд в котором она накапливается – амортизационный фонд

устанавливает размеры и принципы расчета норм амортизации – отношение ежегодных процентных отчислений к величине задействованного капитала

В процессе использования основной капитал подвергается материальному (физическому) износу, в результате чего теряется его способность производить продукцию.
Моральный износ основного капитала – следствие НТП в экономике.

По форме спроса: спрос на уже созданные капитальные блага (здания, станки, оборудование, машины) и спрос на инвестиции

Равновесие на рынке ссудного капитала



Ссудный капитал – это денежный капитал, предоставляемый его собственниками в ссуду за определенное вознаграждение

Ссудный процент (ставка ссудного процента) – цена, уплачиваемая собственнику капитала за пользование его денежными средствами в течение определенного периода

$$r = \text{Доход от ссуды} / \text{ссуда} \cdot 100 \%$$

Номинальная ставка процента - процентная ставка, выраженная в деньгах по текущему курсу

Реальная ставка процента - процентная ставка, скорректированная на инфляцию

Причины дифференциации ставок ссудного процента:

- **разная степень риска**
- **срок предоставления ссуды**
- **размер ссуды**
- **монополизмом в банковской сфере**

Дисконтирование – определение текущей стоимости будущего дохода

Формула расчета дисконтированной стоимости:

$$V_p = V_t / (1 + r)^t ,$$

где V_p - сегодняшняя (дисконтированная) стоимость будущего дохода;

V_t - ежегодный будущий доход от капитального ресурса;

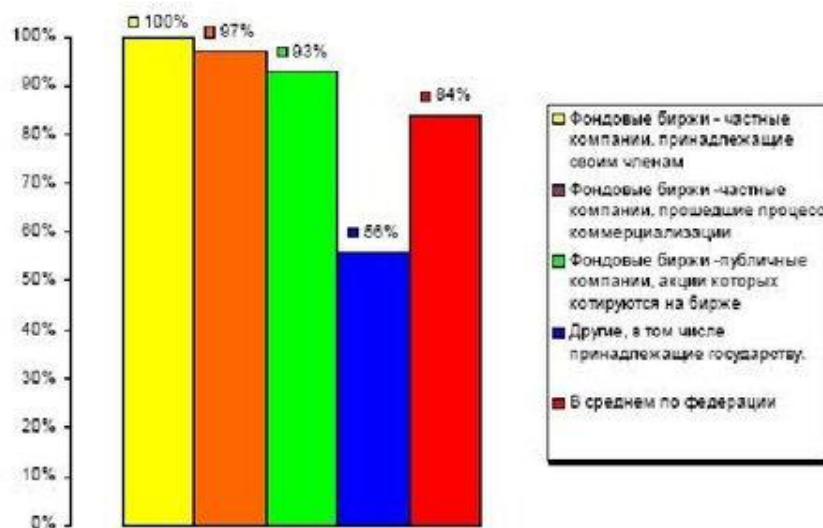
r - норма банковского %;

t - количество лет

ЧТО ТАКОЕ ФОНДОВАЯ БИРЖА?

Фондовая биржа – это организованный, регулярно функционирующий рынок ценных бумаг и других финансовых инструментов. Кроме того, она выступает в роли организатора торговли на рынке ценных бумаг и не вправе совмещать указанную деятельность с иными видами деятельности.

Фондовые биржи благодаря торговле ценными бумагами могут сосредоточивать в своих руках большие капиталы, которые в дальнейшем привлекаются для развития производства.



ЧТО ТАКОЕ ФОНДОВАЯ БИРЖА?

На биржевом рынке реализуется относительно небольшая часть всех ценных бумаг, но роль этих продаж намного больше.

Биржевая игра весьма заманчива. Покупая ценные бумаги по низкому и продавая по высокому курсу, можно получить крупную биржевую прибыль. При фондовых биржах создаются валютные биржи, где продается и покупается иностранная валюта.

Основные функции фондовой биржи

мобилизация и концентрация свободных денежных капиталов и накоплений посредством организации продажи ценных бумаг;

инвестирование государства и иных хозяйственных организаций посредством организации покупки их ценных бумаг;

обеспечение высокого уровня ликвидности вложений в ценные бумаги.

ПОЯВЛЕНИЕ И НАЗНАЧЕНИЕ ФОНДОВЫХ БИРЖ

Возникновение биржи можно отнести к XVI в. В настоящее время в странах мирового сообщества насчитывается около 150 фондовых бирж.

В России первая товарная биржа появилась в начале XVIII в. В XIX в.

Основным назначением фондового рынка является аккумуляция временно свободных денежных средств и их использование на инвестиционные цели.

Особое место в перечне лиц и организаций, вовлеченных в инвестиционный процесс, занимают фондовые биржи. Они необходимы для максимальной компенсации недостатков опосредованного, не эмиссионного кредитования экономики.



ФУНКЦИИ ФОНДОВОЙ БИРЖИ

Функции фондовых бирж:

1. Организация биржевых собраний для проведения гласных публичных торгов;
2. Разработка биржевых контрактов;
3. Разрешение споров по биржевым сделкам;
4. Выявление и регулирование биржевых цен;
5. Хеджирование – операции по страхованию участников биржевой торговли от неблагоприятных для них колебаний цен;
6. Гарантирование выполнения сделок посредством биржевых систем клиринга;
7. Информационная деятельность биржи.



СУЩНОСТЬ БИРЖИ

К перечисленным функциям фондовых бирж можно добавить контроль и регулирование оборота ценных бумаг.

Сущность функционирования фондовой биржи формирует биржевая торговля. Систему биржевой торговли можно рассматривать как подотрасль народного хозяйства. Это заключение основывается на том, что в ней существуют признаки разделения труда, однородности предмета в виде ценных бумаг, общности в методологии биржевых технологий, используемых при совершении операций на фондовом рынке.

Государственное регулирование деятельности фондовых бирж является одним из аспектов управления экономикой в целом, цель которого – создание единого биржевого пространства.



БИРЖЕВОЕ ДЕЛО

В технологическом смысле биржевое дело — это совокупность операций биржевых технологий, выполняемых с помощью технических систем и сопряженного с ними программно-алгоритмического обеспечения, позволяющих применить определенные правила и стандарты совершения сделок на фондовом рынке.

Таким образом, биржевое дело является важным направлением функционирования хозяйствующих субъектов — фондовых бирж, обеспечивающих решение рыночными методами экономических, финансовых и социальных задач.



ИНСТИТУТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ФОНДОВЫЙ РЫНОК

Организационный аспект функционирования фондовых бирж заключается в создании организационно-экономического механизма, системы структурных подразделений основного и вспомогательного профиля, позволяющих сводить покупателя и продавца непосредственно друг с другом или опосредованно, через профессионалов-посредников – брокеров, дилеров.

Фондовая биржа, являясь особым видом организации, может выполнять регулирующие функции, выступая в качестве института воздействия на фондовый рынок.



РОЛЬ БИРЖИ НА РЫНКЕ

Следует отметить, что в настоящее время роль биржи в торговле ценными бумагами несколько уменьшилась. Основная причина этого — образование мощных кредитно-финансовых институтов, сконцентрировавших большую часть торговли ценными бумагами, без посредничества биржи. Часть функций по размещению пакетов акций и облигаций перешла от биржи к инвестиционным и коммерческим банкам, инвестиционным и страховым компаниям. Эти учреждения сами являются членами биржи и выступают от имени многочисленных индивидуальных владельцев, доверяющих им ведение операций купли-продажи ценных бумаг. Одновременно кредитно-финансовые учреждения проводят политику расширения биржевых операций за счет дополнительного выпуска акций или увеличения числа их владельцев. С другой стороны, в результате прилива денежных средств мелких инвесторов кредитно-финансовые учреждения все больше превращаются в держателей-монополистов всех видов ценных бумаг.

