

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**

Кафедра гуманитарных и социально-политических наук

Л.И. Купрюхина

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ
МИКРОЭКОНОМИКА**

Часть II

Утверждено Редакционно-издательским
Советом МГТУ ГА

в качестве учебного пособия

Москва-2006

Введение

Данное учебное пособие является прямым продолжением пособия «Экономическая теория. Микроэкономика», часть 1 для студентов специальности 080507.

В учебном пособии «Экономическая теория. Микроэкономика», часть II представлен наиболее важный материал курса экономической теории.

В доступной форме изложены важные экономические категории, предусмотренные Государственным стандартом и Программой учебного курса.

Предлагаемое учебное пособие отражает опыт критического анализа программ и учебных курсов по экономической теории как за рубежом (курс "Экономикс"), так и в российских вузах. В данной работе заимствованы наиболее оптимальные формы и методы изложения важнейших вопросов экономической теории.

В учебном пособии: "Экономическая теория. Микроэкономика", часть II представлены следующие темы:

Тема 6. Производство.

Тема 7. Особенности рынка факторов производства.

Тема 8. Цена и механизм ценообразования.

Тема 9. Факторы устойчивости доходов фирмы.

Тема 10. Предприятие в системе рыночных отношений.

В предлагаемом учебном пособии автор не пытается дать собственное теоретическое толкование экономических категорий и процессов, пользуется разработанным экономическим аппаратом, излагает материал в определенной логической последовательности с учетом условий изучения экономической теории студентами-экономистами в техническом вузе.

Использование учебного пособия "Экономическая теория. Микроэкономика", часть II предполагает систематические занятия в аудитории, выполнение практических заданий, определенных Программой курса и планами семинарских занятий для студентов специальности 080507 МГТУ ГА.

Тема 6. Производство

- 6.1. Влияние научно-технического прогресса на изменения в процессе производства на фирме. Производственная функция.
- 6.2. Изокванта.
- 6.3. Краткосрочность и долгосрочность изменений на фирме.
- 6.4. Производство с одним переменным фактором.
- 6.5. Закон убывающей отдачи
- 6.6. Отдача от масштаба производства.
- 6.7. Бюджетные ограничения. Изокоста.

6.1. Влияние научно-технического прогресса на изменения в процессе производства на фирме. Производственная функция.

Производство товаров и услуг осуществляется при постоянном внедрении в процесс производства достижений научно-технического прогресса.

Научно-технический прогресс (НТП) - это непрерывный процесс совершенствования производства, совершенствования науки, техники и применения их в общественном производстве, позволяющий по-новому соединять и комбинировать имеющиеся ресурсы в интересах увеличения выпуска высококачественных конечных товаров, продуктов труда при наименьших затратах.

В современных условиях можно выделить следующие направления НТП:

- 1 Комплексная механизация и автоматизация производственных процессов.
- 2 Комплексная автоматизация и роботизация процессов производства и управления производством, включая компьютеризацию.
3. Применение новых видов энергии и техники в качестве движущей силы и в качестве технологического компонента при обработке предметов труда.
4. Применение новых химических процессов в создании новых видов материалов и технологии обработки предметов труда (включая биотехнологию).

Анализируя НТП, можно выделить две основные формы:

- Эволюционная форма НТП проявляется в насыщении производства традиционной, постепенно совершенствующейся техникой. Эволюционная форма НТП связана также с увеличением объемов уже используемой техники и новой,

более производительной техники, которая может стать основой качественно новой технологии.

- Революционная форма НТП предполагает непереносимое внедрение в процесс производства на предприятиях такой новой высокопроизводительной техники, которая является составным элементом новой технологии. В новых условиях осуществляется технологический прорыв, в производство внедряются качественно новые научно-технические принципы, например, на смену обработке металла резанием приходит новая технология точного литья, плазменная, лазерная технология. Новые технические приемы требуют такого обновления техники, оборудования, которые связаны с переходом к новым технологиям и новым формам организации производства на предприятии и в отрасли.

Две формы НТП взаимообусловлены: эволюционное, количественное накопление отдельных достижений в науке и технике приводит к качественным преобразованиям производительных сил. В свою очередь переход к принципиально новым технологиям и новой технике знаменует собой начало нового этапа их эволюционного развития.

Внедрение новой техники и технологии — это весьма сложный и противоречивый процесс. Принято считать, что совершенствование технических средств снижает трудозатраты, долю прошлого труда в стоимости единиц продукции. Но в настоящее время технический прогресс «дорожает», так как требует создания и применения всё более дорогостоящих станков, автоматических линий, роботов, средств компьютерного управления; повышенных расходов на экологическую защиту. Все это отражается в увеличении доли затрат на амортизацию и техническое обслуживание применяемой новой техники.

НТП вызывает увеличение затрат и в сферах, где создается новая техника, и в сферах, где она применяется, т.е. вызывает не только экономию общественного труда, но и рост его затрат.

Тем не менее, конкурентоспособность фирмы, предприятия, их способность удержаться на рынке зависит, в первую очередь, от восприимчивости производителей к новой технике и технологии, обеспечивающих выпуск высококачественных товаров при наиболее эффективном использовании материальных ресурсов.

Поэтому при выборе вариантов использования новой техники и технологии фирма или предприятие должны чётко понимать, для решения каких задач - стратегических или тактических - предназначается приобретаемая и внедряемая техника. Нельзя относить к новой технике предлагаемую модель машины или оборудования лишь с точки зрения даты её изготовления; не привлечёт внимания предпринимателя и новшество, представляющее собой не что иное, как дорогостоящий «технический фейерверк», не могут считаться новыми также и те

машины и оборудование, у которых меняется лишь внешняя конструкция при сохранении прежней производительности, ресурсосбережения и т.п.

Мировая практика показывает, что свойствами орудий труда, присущими именно новой технике, являются:

- Многофункциональность машины, ее «гибкость» и способность к переналадке на выпуск продукции разных модификаций;
- Многократный рост единичной мощности;
- Оснащенность электроникой, дающей возможность контроля и саморегулирования машины и выполнения сложного цикла взаимосвязанных операций;
- Изменение характера воздействия на предмет труда, применение лучевых, звуковых, биохимических (лазерное излучение, ультразвук, взрывные волны и прочее) процессов;
- Более высокая экономичность.

Все эти признаки, как видим, определяют способность машины интенсифицировать процессы производства.

Нередко под новой техникой упрощенно понимается то, что делается впервые. Эта ошибка, как правило, приводит к чисто технократическому подходу при оценке возможностей и целесообразности изготовления и применения новой техники с позиции ее экономической эффективности.

Для анализа новую технику и технологию можно разделить на три категории.

Во-первых, принципиально новая техника, не имеющая аналогов.

Она требует для конструирования и изготовления больших финансовых затрат и длительного времени (5-10 лет). Как правило, эта техника резко повышает производительность труда, экономит ресурсы. Ее приобретение обходится фирме или предприятию дорого, но при эффективной эксплуатации такие машины позволяют совершить технологический рывок, опередить конкурентов и окупаются довольно быстро.

Во-вторых, новая техника и технология современного научно-технического уровня, но имеющая аналоги.

Эта категория техники, как правило, заимствуется из других отраслей или стран (так называемый имитационный технический прогресс) и требует для изготовления и «привязки» к конкретному производству 3-4 года:

В-третьих, новая техника как результат модернизации и рационализаторской работы. Эта техника требует для внедрения относительно небольших затрат и короткого времени (0,5-2 года). Принципиальным подходом к понятиям «новая техника», «новая технология» для конкретного производства является оценка

возможности с их помощью достичь в короткие сроки целей предприятия или фирмы. Поэтому для какого-либо конкретного производства новой может быть техника не самая прогрессивная, но позволяющая поднять производительность труда и качество выпускаемого продукта на более высокий уровень.

Экономическая наука исследует особенности рыночного механизма НТП. Конкурентная основа рынка требует от производителей и потребителей постоянного внедрения в процесс производства новейших достижений НТП. НТП является частью единой среды, в которой приоритет принадлежит потреблению. Все составляющие НТП ориентированы на конечное потребление. Именно сфера потребления формирует наиболее быстродействующие импульсы стимулирования НТП, опережая в этом сферу производства. По оценкам некоторых экономистов, история экономического подъема Японии и группы индустриально развитых стран убедительно свидетельствует о прямой взаимосвязи результатов НТП и потребительского рынка. Отмечается также, что основными приоритетами фундаментальных исследований и развития новых технологий на перспективу являются гуманизация и ресурсосбережение. НТП направлен на более полное удовлетворение общественных потребностей, на повышение качества жизни. Одновременно социально ориентированное использование экономических ресурсов, высвобождаемых из сферы материального производства, позволяет сконцентрировать их в исследованиях гуманитарных наук, здравоохранении, образовании, сохранении окружающей среды. Целесообразно отметить, что современная теория и практика экономического развития подтверждает несовместимость НТП с инфляцией, так как инфляция погашает стимулы НТП.

В экономической литературе представлено разделение научно-технического прогресса на две ветви: первая обеспечивает удовлетворение растущих потребностей человека в новой технологии, новых товарах и услугах, вторая направлена на предотвращение отрицательных последствий внедрения НТП в общественное производство. К отрицательным последствиям относятся разрушение экосистем, повышение психофизических нагрузок на человека, ухудшение здоровья людей, техногенные катастрофы. НТП в XXI веке привлекает все большее внимание ученых-исследователей.

НТП во второй половине XX века перерастает в научно-техническую революцию. В экономической литературе дается следующее определение понятия НТР: НТР - это коренное качественное преобразование производительных сил на основе превращения науки в непосредственную производительную силу и соответствующее этому революционное изменение материально-технического базиса общественного производства, его содержания и формы, характера труда, структуры производительных сил, общественного разделения труда. Следовательно, НТР - это сложное общественное явление, которому присущи следующие особенности:

- 1) глобальный характер (охватывающий в той или иной мере все страны мира);
- 2) комплексный характер (в ней органически сливаются и взаимодействуют радикальные изменения, происходящие в области науки и техники, наука становится непосредственной производительной силой общества, происходит материализация научных знаний);
- 3) переход от экстенсивных к интенсивным факторам экономического роста;
- 4) универсальный, всеобъемлющий характер (НТР оказывает воздействие на все сферы жизни общества).

Необходимо отметить, что НТР влечет за собой не только качественные изменения технологической базы производства, орудий труда и средств труда, но является также и социальным процессом. Она приводит к существенному изменению места и роли человека в производственном процессе, коренным образом изменяются его трудовые функции, разворачиваются процессы, ведущие к изменениям социальной сферы.

Изменения в технической и технологической основе общественного производства способствуют возникновению социальной революции. Большинство развитых западных стран сумели быстро адаптироваться к условиям НТР и сделали заметный рывок вперед в развитии общественного производства и в совершенствовании общественных, экономических отношений. Экономика Запада в 60-е годы развивалась в 2 раза быстрее, чем до II мировой войны. Со второй половины 70-х годов там начинается структурная перестройка экономики: понижается доля добывающих отраслей и растет доля наукоемких отраслей производства, структуроопределяющих отраслей, повышается доля непромышленной сферы.

Таким образом, процесс производства экономических благ на предприятии, на фирме происходит под постоянным воздействием научно-технического прогресса. Рассмотрим особенности процесса производства в рамках отдельного предприятия, отдельной фирмы.

Под производством понимается деятельность фирмы по использованию факторов производства с целью достижения экономического результата.

Деятельность фирмы может обозначать, во-первых, производственную деятельность, во вторых, коммерческую деятельность (транспортировку, хранение, покупку товара с целью его перепродажи).

В современных условиях фирма может производить, создавать несколько видов экономических благ, услуг.

Нам необходимо рассмотреть ряд экономических категорий, которые раскрывают производственную деятельность фирмы.

Затраты фирмы

В экономической теории под затратами понимается всё, что фирма использует для достижения конкретных целей. Это затраты на приобретение экономических ресурсов, которые фирма использует для производства товаров и услуг.

Предприятие в процессе производства выпускает определенное количество товаров и услуг, т.е. совокупный продукт.

Совокупный продукт - это количество товаров и услуг, произведённых фирмой за определённый период при использовании данных факторов производства (данных экономических ресурсов).

Фирма, производящая товары или услуги, руководствуется следующими мотивами: производство продукции с целью получения прибыли, закрепления или расширения доли рынка, желание проявить себя, нанести минимальный экологический вред окружающей среде и др. При этом следует выделить главный побудительный мотив деятельности фирмы - получение прибыли.

В западной экономической науке разработаны экономические теории оптимизации деятельности фирмы, которые не акцентируют внимание на максимизации прибыли. Целью функционирования фирмы называется увеличение доли рынка, объема продаж, получение такого размера прибыли, который позволяет закрепить позиции фирмы на рынке, удовлетворяет держателей акций. Если целью деятельности фирмы не является максимизация прибыли, то прибыль, доход фирмы все же являются движущей силой в современной экономике.

Анализируя процесс производства на фирме, целесообразно обратить внимание на следующие вопросы:

1. Как фирма может эффективно организовать производство, эффективно использовать имеющиеся ресурсы.

2. Как изменяются издержки производства по мере изменения стоимости факторов производства и выпускаемой продукции.

3. Мы должны обратить внимание и на то, как поведение потребителя влияет на поведение производителя.

Необходимо подчеркнуть, что теория производства и затрат (издержек) – это центральный стержень в экономическом управлении фирмой.

С какими проблемами сталкивается любая производящая фирма?

Во-первых, надо определить – какова должна быть техническая оснащённость производственных, сборочных линий?

Во-вторых, в каких размерах привлечь материальные ресурсы?

В-третьих, в каких размерах привлечь трудовые ресурсы?

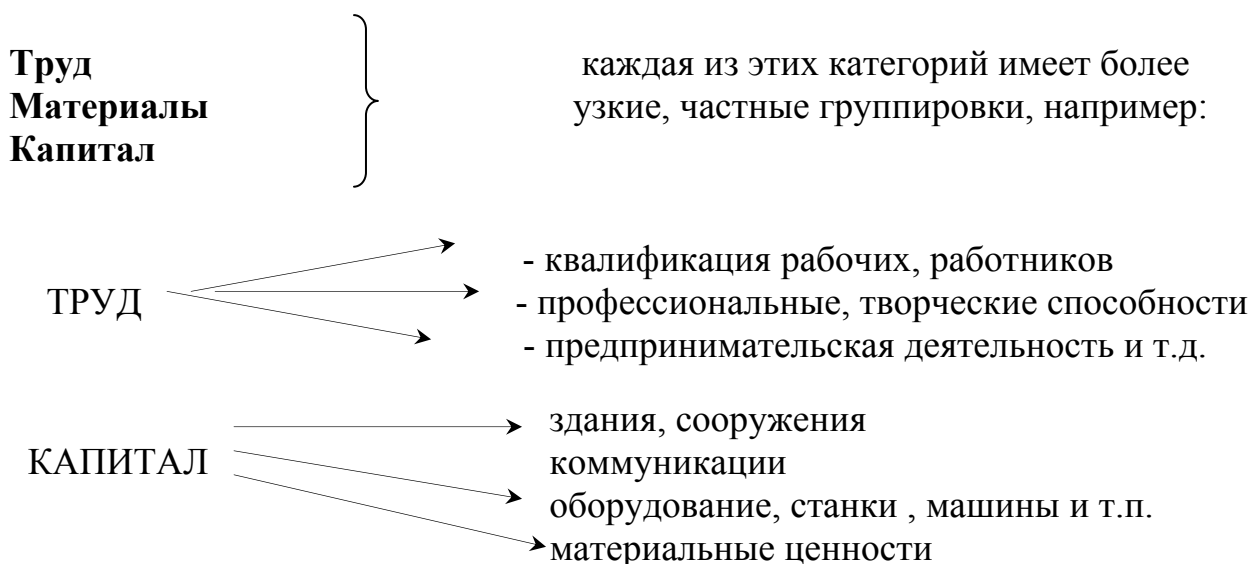
Если фирма должна увеличивать производство, то нужно определить, за счёт чего: увеличивать ли трудовые ресурсы, больше нанять рабочих и использовать трудоемкую технологию или провести техническую реконструкцию, ввести новые мощности, использовать новую трудосберегающую, капиталоемкую технологию?

В-четвертых, выявить целесообразность следующего выбора: что эффективнее - выпускать различные модели (товара, автомобиля) на одном заводе или чтобы каждая модель выпускалась на отдельном заводе?

В-пятых, нужно знать, как изменятся затраты (издержки) на будущий период.

Производственные факторы, которые используют фирмы в процессе производства, называются **вводимыми факторами**. К ним относятся: капитал, вложенный в оборудование; сырьё; труд.

Производственные факторы подразделяются на несколько категорий:



В процессе производства его факторы могут быть использованы в различных количественных и качественных пропорциях. Объём продукции фирмы может измениться при изменении параметров взаимодействия производственных факторов.

Взаимодействие между производственными факторами, процессом производства и объёмом продукции описывается производственной функцией:

L – труд

K – капитал

Q - производство

$$Q = f(L, K)$$

Производственная функция раскрывает сочетание ресурсов, при котором возможен эффективный объём производства. Или производственная функция показывает, что данный объём производства [Q] возможен при разнообразных способах соединения производственных факторов. Например, можно:

а) выбрать трудоёмкий способ производства товара, услуги,

б) выбрать капиталоемкий способ производства с применением машин, новой технологии. Параметры факторов производства L и K (количественно и качественно) будут различны.

При современной технологии, в условиях технологической революции увеличение объёма производства возможно и при фиксированном наборе производственных факторов.

Производственная функция предполагает экономическую эффективность фирмы. Каждое сочетание производственных факторов может быть использовано с максимальной эффективностью.

Агрегативная функция производства

В начале XX века американские экономисты Дуглас и Солоу исследовали влияние различных факторов производства (капитала и труда) на общий прирост выпуска продукции. Изучая особенности производства в сельском хозяйстве, они в своем исследовании использовали статистические данные за 100 лет. На основе экономического анализа был сделан вывод:

-увеличение затрат труда на 1% обеспечивает $\frac{3}{4}$ прироста продукции,

-увеличение затрат капитала на 1% дает $\frac{1}{4}$ прироста продукции.

$(\frac{3}{4})$ и $(\frac{1}{4})$ – названы агрегатными индексами. Зависимость между выпуском продукции и факторами производства называется агрегатной функцией.

Производственная функция Кобба-Дугласа

Американские ученые Кобба и Дуглас провели исследование производственной функции, определили влияние изменений каждого фактора производства на объем производимой продукции. Особое внимание они обратили на влияние научно-технического прогресса на результаты производства. Производственная функция Кобба-Дугласа имеет вид:

$$Q = k (K^\beta, L^\gamma, M^\delta) N^t$$

Представленная формула производственной функции Кобба-Дугласа используется для укрупненного анализа и для прогнозирования.

Q- максимальный объем производимой продукции при заданных факторах производства.

K, L, M - затраты капитала, труда, материалов и сырья.

β, γ, δ - коэффициенты эластичности объема производства, соответственно

β - по капиталу,

γ - по труду,

δ - по материалам.

Эти коэффициенты показывают зависимость прироста объема производства на 1% прироста соответствующего фактора производства.

$$\beta + \gamma + \delta = 1$$

k – коэффициент пропорциональности, масштабности.

N - научно-технический прогресс.

t - время.

Производственная функция Кобба-Дугласа позволяет изучить более полно зависимость изменений объема производства от изменений каждого фактора производства, а также позволяет изучить изменения в объеме производимой продукции при внедрении достижений научно-технического прогресса.

6.2 ИЗОКВАНТЫ

Изучая зависимость объема производства от параметров используемых факторов производства, приведем пример фирмы, в которой возможны различные ситуации с используемыми факторами производства. Результаты выпуска продукции при различных сочетаниях факторов производства представлены в таблице.

Капиталовложения (затраты капитала)	Трудовые затраты				
	1	2	3	4	5
1	20	40	55	65	75
2	40	60	75	85	90
3	55	75	90	100	105
4	60	85	100	110	115
5	75	90	105	115	120

Какова зависимость увеличения объема производства от параметров используемых факторов? Это можно представить в форме графика с использованием изоквант.

Изокванта – это кривая, на которой расположены все сочетания производственных факторов, использование которых обеспечивает одинаковый объём выпуска продукции.

Построим график изоквант, используя данные вышеприведенной таблицы.

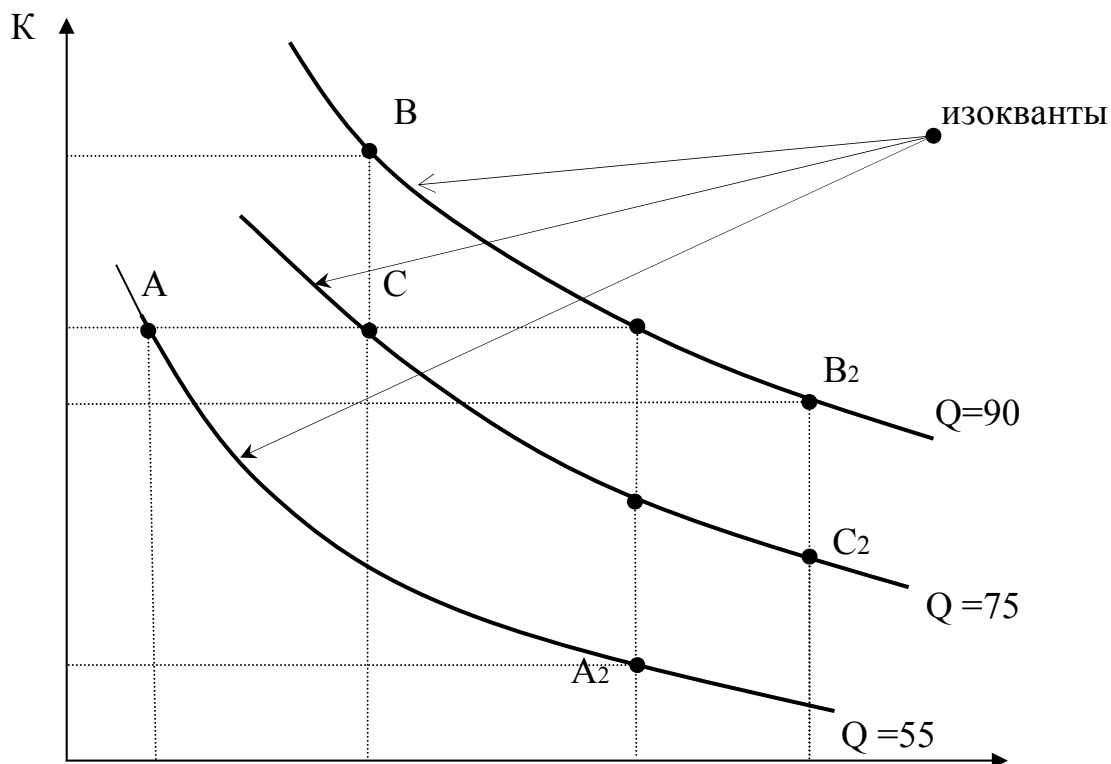


Рис. 1

График показывает:

- а) Максимальный объем производства при соответствующем сочетании L и K.
- б) При фиксированных затратах K и росте трудовых затрат Q увеличивается.
- в) При фиксированных трудозатратах и росте затрат капитала Q увеличивается.

Изокванты показывают гибкость принимаемых фирмой решений по производству. На каждой изокванте отмечены все сочетания производственных факторов, которые дают $Q = 55, 75, 90$, т.е. возможны различные сочетания факторов производства при выпуске одного и того же объёма производства.

Таким образом, каждая изокванта связана с определённым объёмом выпуска продукции.

Карта изоквант представляет набор изоквант, каждая из которых показывает объём выпуска продукции при определенном сочетании производственных факторов.

6.3. Краткосрочность и долгосрочность изменений на фирме

Каждая фирма может принимать ряд решений по изменению сочетаний факторов производства, которые дадут эффект, результат в краткосрочный или в долгосрочный период.

Краткосрочным называют такой период, в течение которого невозможно изменять хотя бы один фактор. Факторы, которые не могут быть изменены в данный период, называются **фиксированными**.

Фирмы постоянно принимают краткосрочные производственные решения и одновременно планируют изменения факторов на долгосрочный период.

Долгосрочным называют период, отрезок времени, достаточный для внесения изменений во все факторы. Такие факторы называются **переменными**.

Временная продолжительность краткосрочного и долгосрочного периода зависит от особенностей отрасли, специфики используемых средств производства, особенностей используемого оборудования, сроков его использования и периодичности замены, от особенностей используемых технологий.

6.4. Производство с одним переменным фактором

Рассмотрим производство товаров с одним переменным фактором.

Частным случаем взаимодействия производственных факторов является использование капитала как фиксированного производственного фактора, а труд является переменным производственным фактором. Чтобы увеличивать объём трудовых ресурсов, необходимо знать, как увеличивается объём производства по мере увеличения трудовых ресурсов. При этом важно выделить количество трудовых ресурсов, дополнительно вводимых, при которых растёт объём выпуска продукции, и важно знать когда, при каких параметрах увеличения трудовых ресурсов рост объёма производства замедляется.

Использование живого труда в производственном процессе можно описать при помощи категорий **средний продукт труда** и **предельный продукт труда**.

Средний продукт труда (AP)– объем выпуска продукции на 1 единицу данного фактора, определяется по формуле: $AP = Q / L$

Предельный продукт труда (MP)– дополнительный объем продукции, получаемый при увеличении затрат на каждую единицу, определяется по формуле:

$$MP = \Delta Q / \Delta L$$

Результаты производства с одним переменным фактором могут быть представлены в следующей таблице.

затраты труда	затраты капитала	объем выпуска продукции	средний продукт	предельный продукт
L	K	Q	AP	MP
0	10	0	-	-
1	10	10	10	10
2	10	30	15	20
3	10	60	20	30
4	10	80	20	20
5	10	95	19	15
6	10	108	18	13
7	10	112	16	4
8	10	112	14	0
9	10	108	12	-4

Используя данные таблицы, мы можем построить график общего объема продукции Q и проследить его зависимость от переменного фактора L.

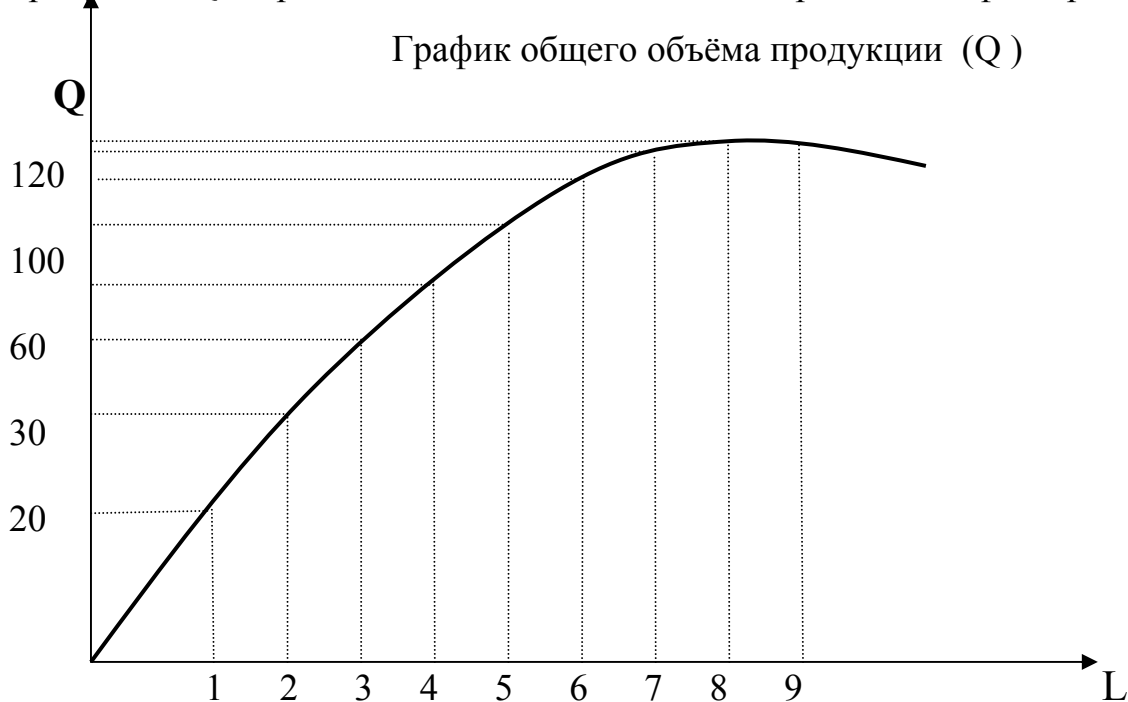


Рис. 2

Теперь построим график среднего (AP) и предельного продукта (MP).

Рис. 3

Графики показывают функциональную зависимость объема производства продукции от количества используемого переменного фактора.

6.5. Закон убывающей отдачи

Анализ среднего и предельного продукта труда показывает, что имеет место тенденция к сокращению предельного продукта труда (или предельного продукта других вводимых факторов производства). Следовательно, можно говорить о действии закона убывающей отдачи.

Закон убывающей отдачи гласит, что по мере увеличения количества используемого какого-либо фактора производства (при фиксированных других факторах производства) достигается такой уровень объёма выпуска продукции, при котором дополнительное использование данного фактора ведёт к снижению объёма выпуска продукции на каждую единицу дополнительно вводимого фактора производства.

Закон убывающей отдачи применим на краткосрочном отрезке времени, когда другие факторы производства не изменяются.

Закон убывающей отдачи применим к определённой технологии производства. Со временем технологические усовершенствования могут привести

к росту объема производства, даже при тех же самых вводимых факторах. Этот закон действует по отношению к любому фактору производства.

Действие данного закона нивелируется внедрением в процесс производства достижений научно-технического прогресса.

График влияния технологических усовершенствований на объем производства.

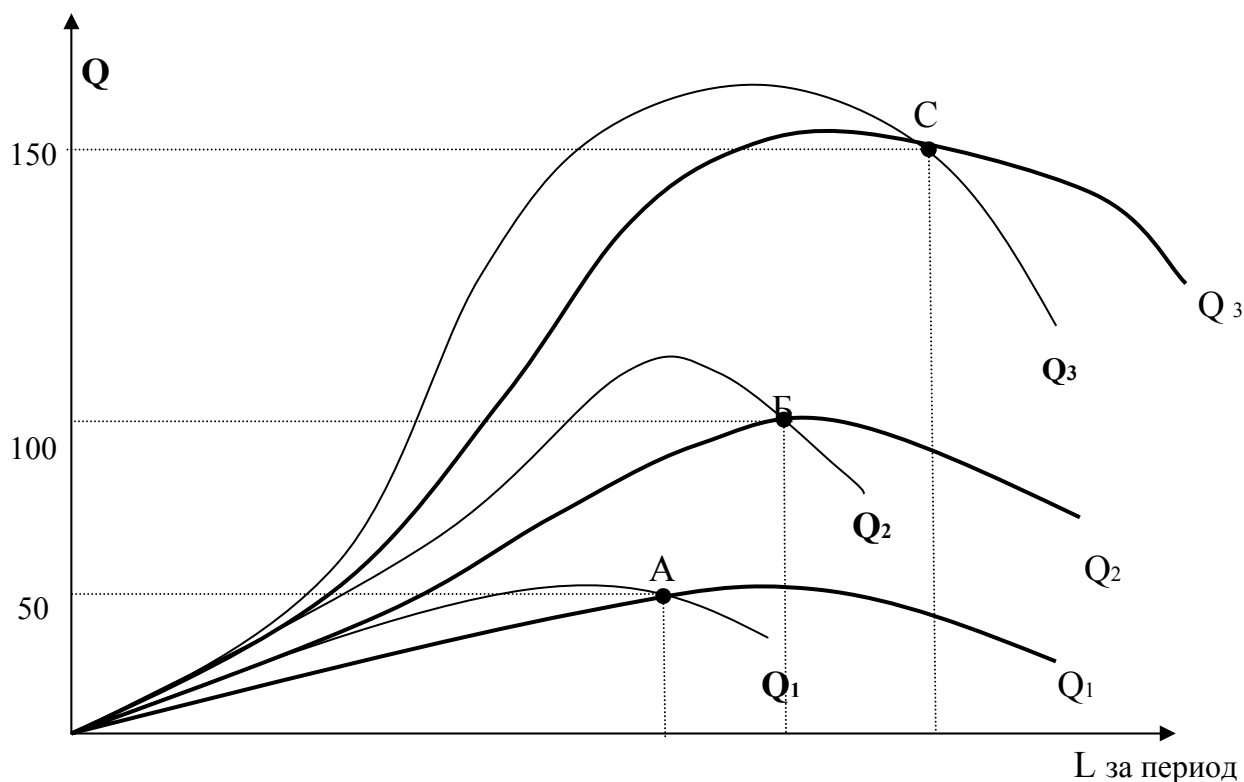


Рис. 4

Смещение кривых выпуска продукции маскирует действие закона убывающей отдачи, показывает, что этот закон не имеет отрицательного долговременного воздействия на экономический рост.

Таким образом, закон убывающей отдачи определяет общую тенденцию к сокращению предельного продукта в процессе производства.

ПРИМЕРЫ:

- 1) Частным случаем использования закона убывающей отдачи является теория Томаса Мальтуса (1766- 1834 г).
- 2) Средний продукт труда показывает выпуск продукции на единицу / трудозатрат. В экономике и в промышленности этот показатель используется как показатель роста производительности труда. Производительность труда во всех странах по мере внедрения в процесс производства достижений научно-технической революции растет.

Выводы:

1. Производственная функция описывает максимальный объём выпуска продукции, который фирма может произвести для каждого конкретного сочетания факторов производства.
 2. На краткосрочном отрезке времени хотя бы один производственный фактор остаётся неизменным, тогда как в долгосрочном периоде все производственные факторы меняются.
 3. Производство с одним переменным фактором (трудом) можно описать, используя понятие среднего продукта (труда) и предельного продукта (труда). Эти категории выражают производительность среднего рабочего и производительность последнего, включённого в процесс производства рабочего.
 4. Закон убывающей отдачи определяет общую тенденцию к сокращению предельного продукта в процессе производства.
 5. Уровень жизни населения страны тесно связан с уровнем производительности труда. Снижение производительности труда в развитых странах частично объясняется недостаточным ростом капиталовложений.
- Изменение параметров вводимых факторов фирмы возможно в долгосрочный период. Чтобы проанализировать этот процесс, мы воспроизведем изокванты: $Q=55$, $Q=75$, $Q=90$.

Рис. 5

Чтобы детально проанализировать влияние изменения затрат труда на объём производства фирмы, мы фиксируем использование капитала $K=3$. Видим, что увеличение затрат труда на каждую дополнительную единицу труда даёт меньший объём прироста продукции.

$$\begin{array}{l}
 K=3 \text{ const} \\
 \left. \begin{array}{l}
 1 \rightarrow 2 L = 20 \text{ ед (75-55)} \\
 2 \rightarrow 3 L = 15 \text{ ед (90-75)}
 \end{array} \right\} \text{налицо убывающая отдача}
 \end{array}$$

Закон убывающей отдачи действует и по отношению к капиталу. При фиксированных трудозатратах $L=3$ увеличение капитала, используемого фирмой от 1 до 3, свидетельствует о снижении объёма производства.

$$\begin{array}{l}
 L=3 \text{ const} \\
 \begin{array}{ll}
 K= \text{увеличивается } 1 \rightarrow 2 & Q \text{ ув на } 20 \\
 K= \text{увеличивается } 2 \rightarrow 3 & Q \text{ ув на } 15 \\
 K= \text{увеличивается } 3 \rightarrow 4 & Q \text{ ув на } 10
 \end{array}
 \end{array}$$

Фирма может заменить один фактор другим. Возникает вопрос в количественных параметрах взаимозаменяемости факторов производства. Это можно проследить по графику, на котором изображены изокванты, характеризующие зависимость объёма производства от параметров взаимозаменяемых факторов.

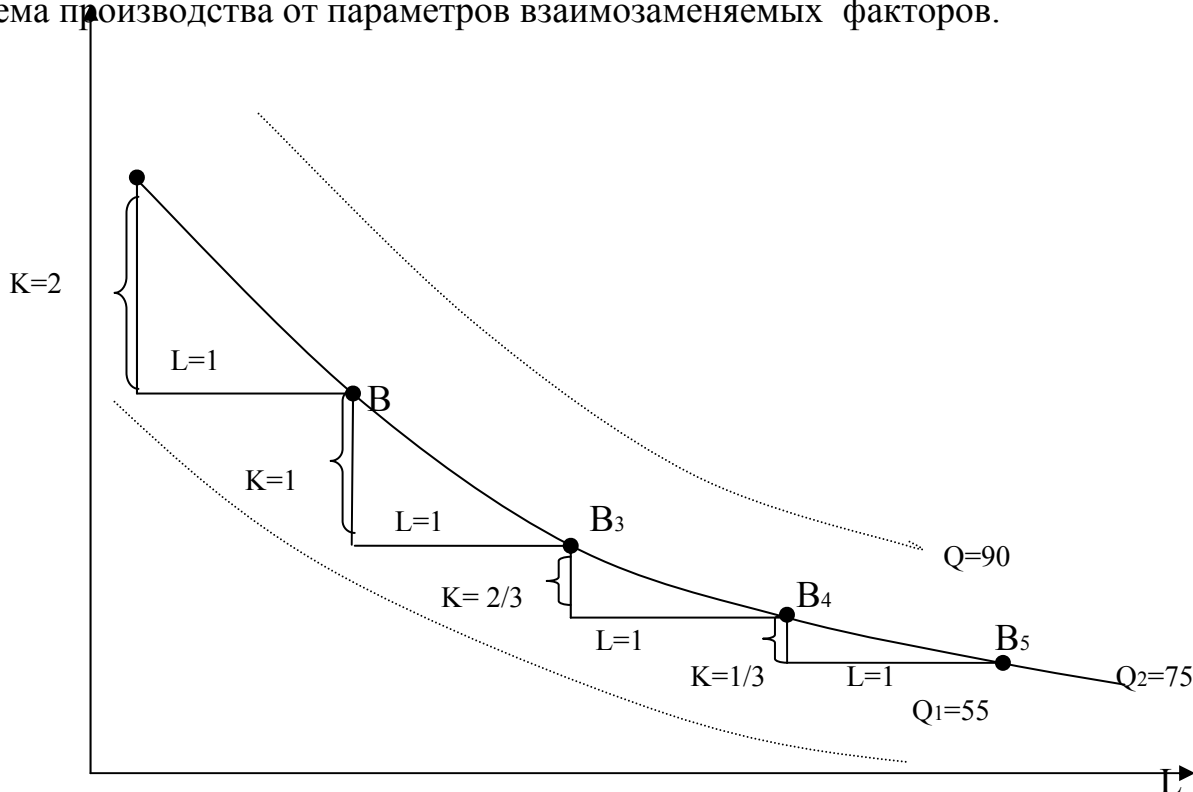


Рис. 6

Угловой коэффициент изокванты показывает, как, каким образом происходит замещение одного фактора другим при сохранении постоянного объёма выпуска.

Абсолютное значение углового коэффициента называется предельной нормой технологического замещения производственных факторов \rightarrow [MRTS]

Предельная норма технологического замещения труда капиталом характеризует величину, на которую может быть сокращён капитал за счёт использования 1 дополнительной единицы труда при сохранении Q объёма выпуска продукции.

L= увеличивается 1→2 Q=75 K= сокращается 2→1

Предельная норма технологического замещения снижается по мере увеличения каждой дополнительной единицы труда.

$$\Delta L = \dots 2-3$$

$$\Delta K = \dots 1 \rightarrow 2/3 \rightarrow 1/3$$

Эта тенденция показывает, что чем больше труда замещается капиталом, тем менее производительным становится труд, происходит снижение производительности труда.

Если же количество используемого труда при увеличении капитала даёт больший эффект, производительность труда увеличивается.

Таким образом, предельная норма технологического замещения тесно связана с предельными величинами:

а) MP_L предельный продукт труда

б) MP_K предельный продукт капитала

MRTS [предельная норма технологического замещения] указывает на возможность фирмы производить замещение одних факторов другими.

Прирост выпуска продукции в результате увеличения затрат труда:

$$\Delta Q_L = (MP_L) (\Delta L),$$

т.е. прирост продукции = величине дополнительного выпуска продукции на 1 дополнительную единицу труда (=предельному продукту труда), умноженному на количество дополнительных единиц труда.

Снижение (увеличение) выпуска продукции за счёт сокращения (увеличения) используемого капитала равно величине дополнительного выпуска продукции на 1 дополнительную единицу капитала (предельному продукту капитала), умноженному на количество дополнительных единиц капитала.

$$\Delta Q = (MP_K) (\Delta K)$$

Таким образом, абсолютное значение углового коэффициента называется предельной нормой технологического замещения производных факторов [MRTS]. В верхней части изокванты угол будет достаточно велик, что свидетельствует о возможности значительных изменений количественных параметров используемых факторов.

По мере движения вниз по изокванте значение предельной нормы замещения одного фактора другим будет постепенно убывать.

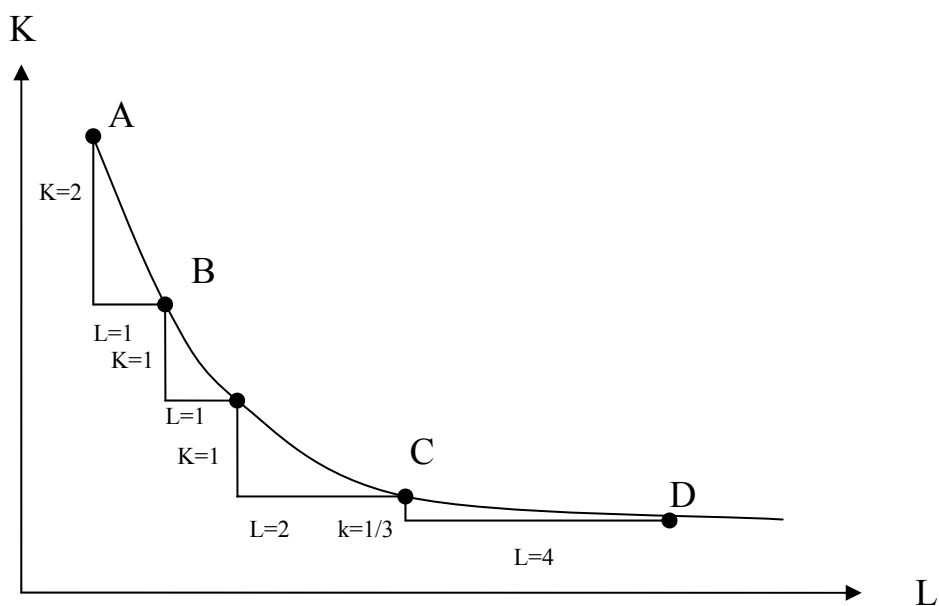


Рис. 7

Изменение MRTS при движении вниз по изокванте

В реальных производственных процессах встречаются два исключительных случая.

Первый случай.

Два переменных фактора идеально взаимозаменяемы. В данной ситуации $MRTS = \text{const}$. Такая ситуация наблюдается при возможности полной автоматизации производства.

Карта изоквант будет иметь вид:

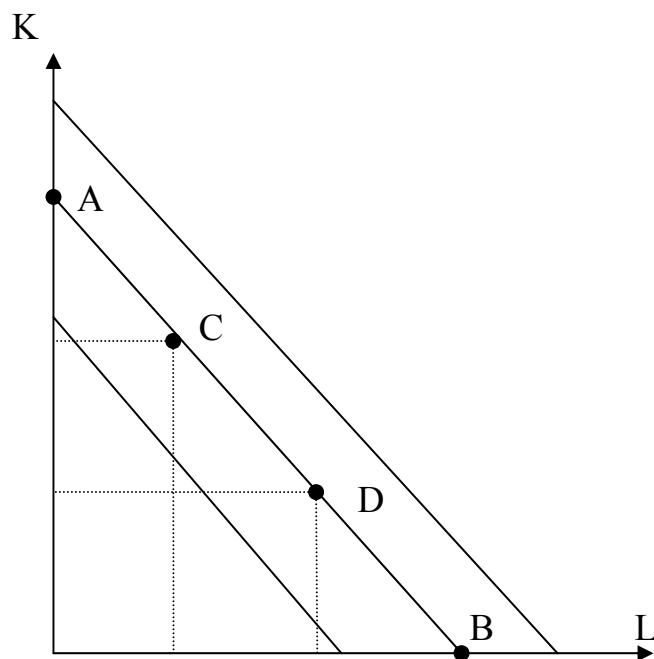


Рис. 8

В точке “А” весь процесс производства будет осуществляться автоматически $K=\max, L=0$ или \min .

В точке “В” все машины заменены трудом.

В точке “С” и “D” мы видим различные дополнения капитала трудом.

Второй случай.

Существует жесткая взаимодополняемость факторов.

Подобную ситуацию можно проследить на примере современных таксопарков с постоянным количеством машин, для работы на них необходимо определённое количество водителей (количество водителей при постоянном числе машин увеличить и ожидать роста объёма услуг нельзя, т.к. количество обслуживаемых пассажиров не увеличится.)

Карта изоквант при жесткой дополняемости факторов производства K

Рис. 9

В экономике при строительстве заводов часто встаёт вопрос, что эффективнее: один крупный завод или несколько мелких.

Однозначный и скорый ответ даже внутри одной отрасли дать невозможно. В плановой, социалистической экономике мы видели приоритеты: крупное производство, крупные стройки, действовали заводы-гиганты. Но это не означало их абсолютной эффективности с экономической и социальной точек зрения.

В условиях рыночной, смешанной экономики в конце XX в. даже в таких капиталоемких отраслях как металлургическая промышленность начинается создание средних и мелких предприятий.

Где золотая середина? Ответ можно дать, рассмотрев вопрос отдачи от масштаба производства.

6.6. Отдача от масштаба производства

В долгосрочном периоде, когда фирма может изменить все факторы производства, действует принцип экономии от масштаба производства.

Если при данной технологии увеличение выпуска осуществляется за счёт пропорционального увеличения всех производственных ресурсов, то происходит изменение масштабов производства.

Допустим: производственная функция имеет вид $Q_0=f(K,L)$.

При увеличении ресурсов K и L в N раз производственная функция принимает вид

$$Q_2=f(NK,NL).$$

Рост объёма производства может быть различным:

во-первых, если с ростом факторов производства в N раз объём производства увеличивается в N раз $Q_2=NQ_0$, то отдача от масштаба постоянна;

во-вторых, если с ростом факторов производства в N раз выпуск продукции увеличивается менее чем в N раз, мы имеем убывающую отдачу от масштаба;

в-третьих, если с ростом факторов производства в N раз объём производства увеличивается более чем в N раз, имеет место возрастающая отдача от масштаба.

Можно эти процессы представить введением дополнительной характеристики производственной функции – однородность.

Однородной называется производственная функция, если при увеличении затрат производственных ресурсов в N раз, выпуск продукции увеличивается в N^t

$$Q_2(NK,NL)=N^t Q_0(K,L)$$

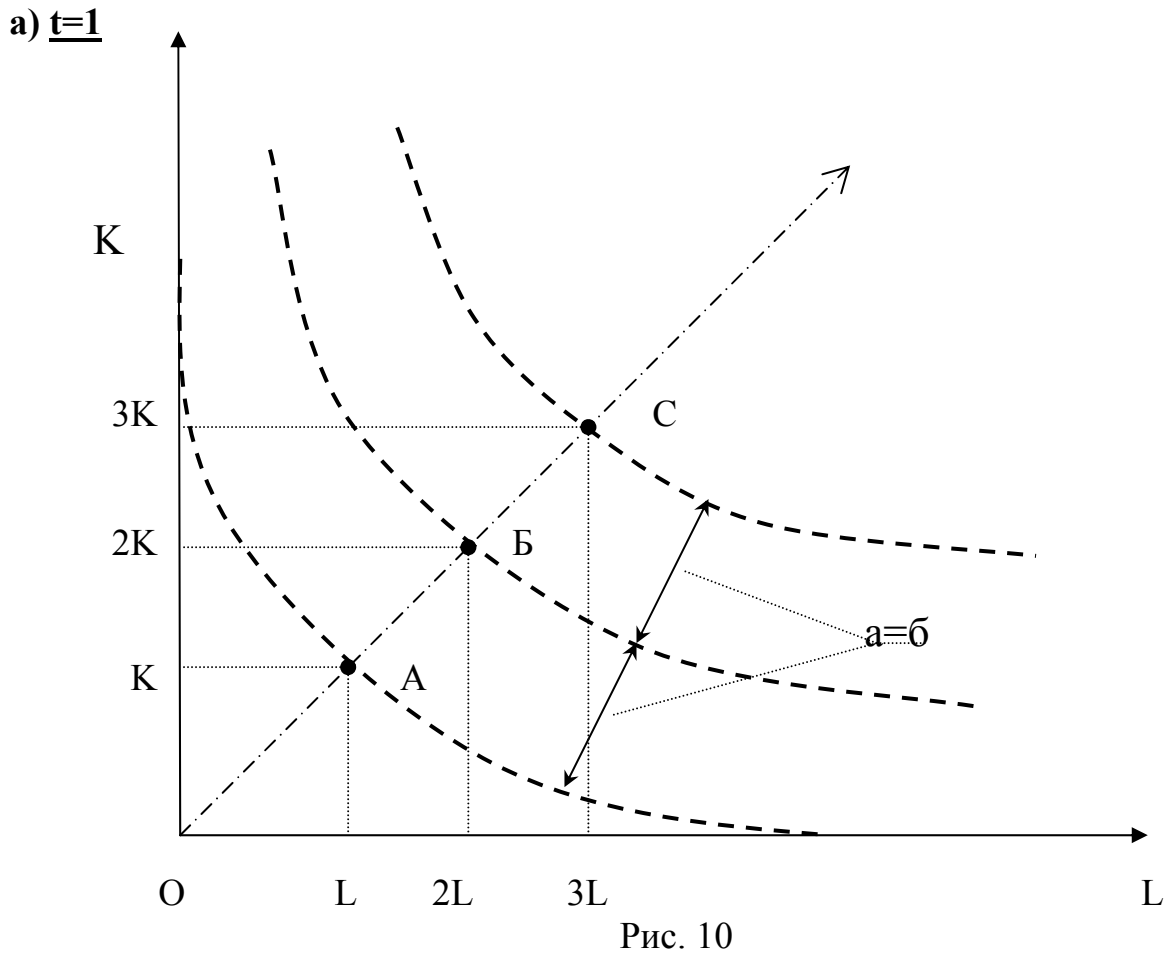
Показатель t характеризует степень однородности функции.

а) если $t=1$ - постоянная отдача от масштаба производства $Q_2(NK,NL)=NQ_0(K,L)$

б) если $t<1$ – убывающая отдача от масштаба $Q_2(NK,NL)=N^{t-1}Q_0(K,L)$

в) если $t>1$ – возрастающая отдача от масштаба $Q_2(NK,NL)=N^{t+1}Q_0(K,L)$

Эту зависимость можно изобразить графически.



$$Q_2 f(NK, NL) = NQ(K, L)$$

б) $t < 1$
 $a < b$

Рис. 11

$$Q_2(NK, NL) = N^{(t-1)} Q_0(K, L)$$

Увеличение выпуска $2Q, 3Q$ требует больше ресурсов K и L
в) $t > 1$
 $a > b > c$

Рис. 12

$$Q_2(NK, NL) = N^{(t+1)} Q_0(K, L)$$

Увеличение выпуска Q_2, Q_3, Q_4 требует меньше ресурсов.

Используя анализ экономии от масштаба производства, можно ответить на вопрос, что эффективнее для экономики: один крупный завод или несколько маленьких.

При **пропорциональном увеличении капитала и труда** средняя и предельная производительность этих факторов остаётся неизменной. В таком случае безразлично, будет ли работать одно крупное предприятие или вместо него будет создано два мелких.

При **убывающей отдаче** от масштаба невыгодно создавать крупное производство. Причиной низкой эффективности в таком случае являются дополнительные затраты, связанные с управлением сложным большим производством, сложности координации производства.

Возрастающая отдача от масштаба, как правило, характерна для тех производств, где возможна широкая автоматизация производственных процессов, возможно применение поточных линий, конвейерного производства.

НО! Следует учитывать, что эта тенденция возрастающей отдачи от масштаба производства постепенно превращается в постоянную, а затем и в убывающую отдачу от масштаба.

6.7. Бюджетные ограничения. Изокоста.

Каждый производитель, приобретая факторы производства, имеет определённые ограничения в средствах. Производитель может приобретать необходимые факторы в определённом сочетании, которое не выходит за рамки его бюджетных ограничений и возможностей. При определённой цене ресурсов P_x , P_y производитель может иметь следующие общие затраты:

$$C = P_x X + P_y Y,$$

C - общие затраты;

P - цена ресурсов X и Y ;

X, Y - объемы используемых ресурсов.

Мы можем построить на графике **линию изокосты**, т.е. линию равных затрат предприятия. Но чем больше денежных средств, бюджетных возможностей у производителя, тем дальше от начала координат находится на графике линия изокосты.

$$C_1 = P_{x1} X_1 + P_{y1} Y_1$$

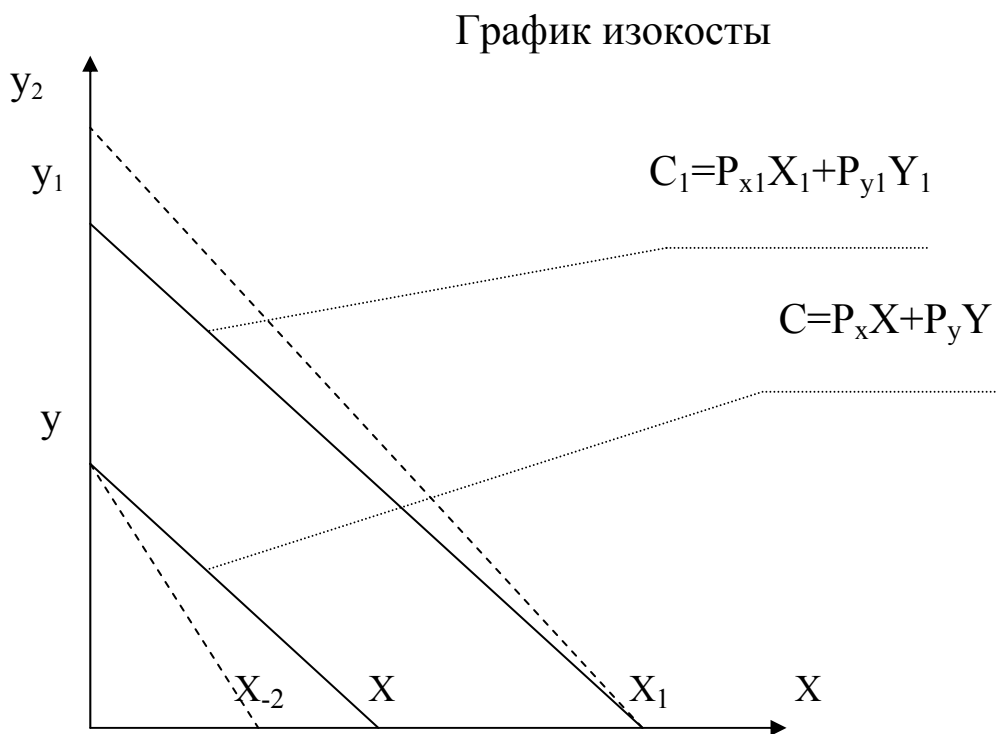


Рис. 13

Если цена фактора X уменьшается, изменяется положение изокосты: линия изокосты перемещается на графике влево в положение X_2 .

Если цена фактора Y увеличивается, то изокоста также изменит свое положение на графике: из положения Y_1 изокоста переместится в положение Y_2 .

Рассмотрим поведение производителя, использующего определенное сочетание факторов производства и имеющего ограничения собственных денежных ресурсов.

Цель производителя – произвести максимальный объем производства Q при минимальных затратах экономических ресурсов- K, L . Построим графики изокосты и изокванты. Оптимальный объём производства в точке E .

Проанализируем данное утверждение.

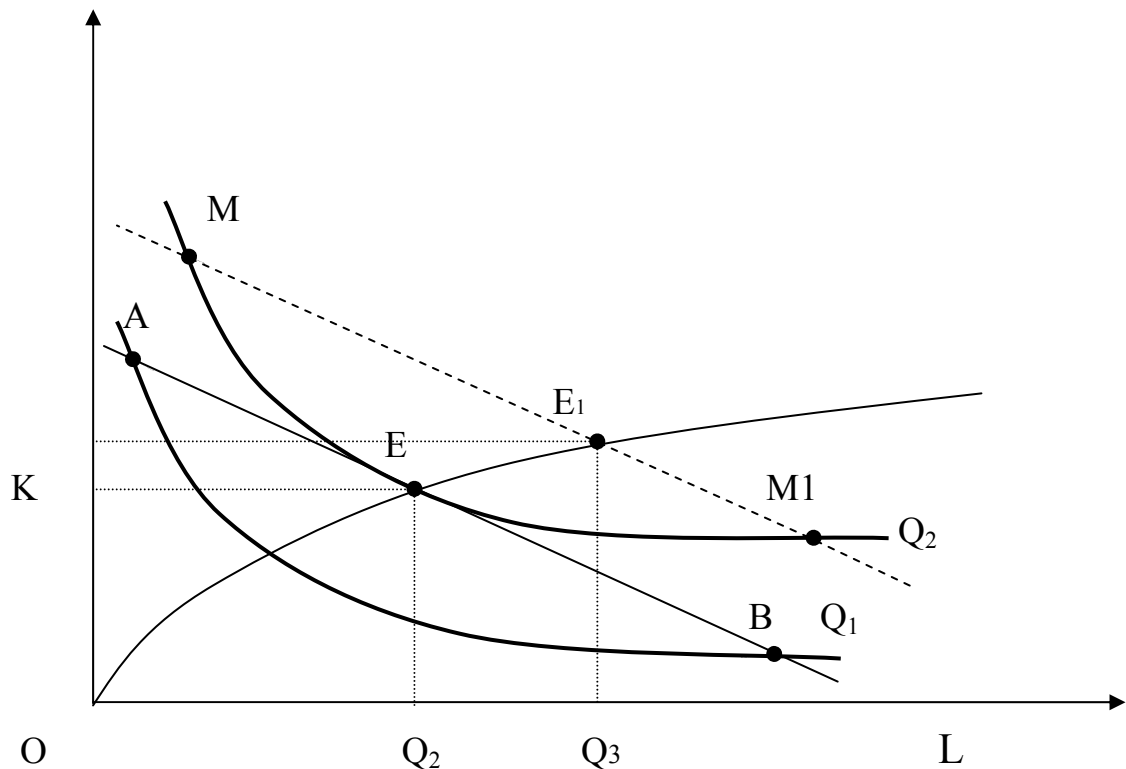


Рис. 14

Три точки A, E, B лежат на одной изокосте. Но точки A, B расположены на изокванте Q_1 , следовательно, возможный объем производства меньше - Q_1 . Это неэффективный вариант использования факторов производства.

В точке E объем производства Q_2 , точка E принадлежит изокванте Q_2 , расположенной дальше от начала координат, объем производства во всех точках изокванты Q_2 больше, чем изокванты Q_1 , параметры используемых экономических ресурсов K и L . Обратим внимание, что точки M и M_1 также принадлежат изокванте Q_2 , но в точке M объем ресурсов, используемых денежных средств больше, так как точка M расположена на следующей изокосте, поэтому вариант сочетания ресурсов в точке M неэффективен для объема производства Q_2 . При выборе данного варианта мы видим: расходуется больше денежных средств, больше используется экономических ресурсов. В точке E достигается равновесие производителя; именно здесь мы имеем оптимальное сочетание используемых экономических ресурсов при наименьших затратах финансовых средств, бюджетных ограничений. Следующий вариант оптимального сочетания факторов

производства и оптимального объема продукции фирмы – в точке E_1 , так как точка E_1 расположена на изокванте Q_3 .

Здесь возможно производство большего объема продукции. Соединив точки: начало координат - O , E , E_1 , мы получим линию на графике, характеризующую оптимальную динамику изменений объема производства при достижении оптимального сочетания используемых факторов производства и оптимального размера бюджетных ограничений фирмы.

Вопросы для самоконтроля и практические задания

- 1 Какое значение имеет анализ выпуска продукции при различных сочетаниях факторов производства?
- 2 В чем экономическая сущность взаимодействия производственных факторов?
- 3 Каково влияние технологических усовершенствований на объем производства фирмы?
- 4 Объясните уравнение производственной функции Кобба-Дугласа.
- 5 Каково значение анализа карты изоквант?
- 6 На какие практические вопросы хозяйственной деятельности дает ответы теория производства?
- 7 Дайте характеристику экономии от масштаба производства.
- 8 Каковы условия замены факторов производства на предприятии?
- 9 Объясните действие закона убывающей отдачи.
- 10 Раскройте сущность показателей эффективности использования производственных факторов.
- 11 В чем сущность убывающей отдачи от масштаба производства?
- 12 Каково значение возрастающей отдачи от масштаба производства?
- 13 Объясните, как определяется оптимальный объем производства фирмы с учетом объема используемых экономических ресурсов и бюджетных ограничений.

Тема 7. Особенности рынка факторов производства

7.1. Специфика рынка экономических ресурсов и их функции.

7.2. Особенности спроса на экономические ресурсы.

7.3. Анализ факторов, влияющих на цены средств производства.

7.1. Специфика рынка экономических ресурсов и их функции

В процессе производства товаров и услуг фирмы потребляют, используют экономические ресурсы, факторы производства. В условиях конкурентного рынка каждой фирме должен быть обеспечен свободный доступ на рынок любых факторов производства. Рынок факторов производства является особым рынком, на котором действуют специфические закономерности.

Всех потребителей на рынке можно разделить на две группы:

- потребители- домохозяйства, семьи. Они предъявляют спрос на потребительские товары (продукты питания, промышленные товары, товары долговременного пользования);

- торгово-промышленные предприятия, фирмы, которые предъявляют спрос на средства производства, рабочую силу для организации производства товаров и услуг на рынок.

Рынок факторов производства, экономических ресурсов является особым видом рынка.

Специфика рынка факторов производства проявляется в том, что спрос на ресурсы является производным, зависит от спроса на готовую продукцию, которая создается с помощью этих факторов производства, с помощью этих экономических ресурсов. Если на рынке растет спрос на готовую продукцию, на товары для домохозяйств, то растет и спрос на те экономические ресурсы, с помощью которых создается готовая продукция.

Производственные ресурсы всегда используются в комплексе, взаимосвязанно. Экономические ресурсы, факторы производства, товары производственного назначения потребляют фирмы, предприятия, предприниматели. Спрос на товары производственного назначения зависит от размера капитала, которым располагает предприниматель.

Товары производственного назначения - средства производства (машины, оборудование, сырье, электроэнергия) являются результатом функционирования экономической системы, итогом процесса производства. Цены на товары производственного назначения, на средства производства определяются затратами на их производство, а также соотношением спроса и предложения на рынке факторов производства. Сами товары производственного назначения предназначены для последующего производства конечных товаров и услуг для населения, для домохозяйств.

Трудовые ресурсы, земля - первичные экономические ресурсы. Они не являются продуктами экономической системы, не являются результатом процесса

производства. Земля представлена на рынке факторов производства в весьма ограниченном количестве. Все это влияет на специфику рынка земли и труда.

Экономические ресурсы, используемые фирмой, могут быть взаимозаменяемы. Экономический механизм взаимодействия факторов производства требует учета следующих моментов:

- затрат времени и финансовых ресурсов на поиск необходимых средств производства, трудовых ресурсов на рынке и их приобретение,
- затрат времени на организацию производства товаров и услуг.

Рынки факторов производства выполняют следующие функции:

во-первых, содействуют производству товаров и услуг;

во-вторых, способствуют повышению эффективности производства, росту производительности труда, внедрению в процесс производства достижений НТП;

в-третьих, рынок факторов производства способствует углублению общественного разделения труда;

в-четвертых, рынки факторов производства являются условием совершенствования организации и управления производством и способствуют также совершенствованию управления в масштабе национальной экономики.

Остановимся на анализе рынка средств производства. Рынок средств производства имеет определенную специфику. Средства производства отличаются от других товаров как по номенклатуре, так и по количественным параметрам. По денежному обороту рынок средств производства превосходит рынок предметов потребления.

Специфика рынка средств производства проявляется и в том, что на нем функционирует меньше субъектов, покупателей вследствие увеличения доли оптовых закупок. Объем спроса одного покупателя больше, реализация многих средств производства осуществляется через товарные биржи. Отличительной особенностью рынка средств производства является размещение субъектов рынка. Большая концентрация продавцов и покупателей с большими объемами спроса наблюдается в районах бурного развития промышленного производства, высокой концентрации промышленного производства: в Европейской части России в крупных мегаполисах.

Мы уже отмечали, что спрос на средства производства является производным от спроса на конечные товары и услуги. Если спрос на предметы потребления изменился по объему и качественным параметрам, возрастает потенциальный спрос на качественно новые товары. Производство новых товаров связано с использованием новой техники, принципиально новой технологии, следовательно, возрастает спрос на новые более производительные средства производства. Причем стоит обратить внимание, что если спрос на потребительские товары возрастает на 10-15 %, то спрос на средства производства может возрасти на 150-200%.

Спрос на производственные ресурсы характеризуется низкой эластичностью. На этом специфическом рынке изменение цен не приводит к значительному изменению спроса, так как изменение параметров спроса зависит от мощности фирм, их стратегии в краткосрочном и долгосрочном периодах, и в меньшей степени связано с изменением цен. Спрос на средства производства существенно изменяется, если на рынке появляются ресурсы-заменители, а цена на них ниже. Технологические изменения в процессе производства, применение новой технологии неизбежно увеличит спрос на те ресурсы, предельная производительность которых выше.

Анализируя спрос на средства производства, необходимо учитывать поведение агентов этого рынка. Покупатели средств производства – профессионалы, владеющие полнотой информации о рынках взаимозаменяемых товаров, о качественных параметрах средств производства, представленных на рынке, об их ценах умеют анализировать конъюнктуру рынка, умеют выгодно купить и продать.

В процессе принятия решений об объемах закупок средств производства учитываются технические характеристики машин, механизмов, оборудования, пределы изменений цен, условия поставки, время и сроки поставок, условия послепродажного обслуживания, условия платежа, размеры заказов.

Таким образом, поведение фирм-покупателей экономических ресурсов на рынках факторов производства позволяет ответить на важные вопросы экономической теории: как производить товары? С помощью каких экономических ресурсов? Как выбирается та или иная комбинация факторов производства и технология производства?

7.2 Особенности спроса на экономические ресурсы

Спрос на экономические ресурсы является вторичным, зависит от спроса на продукцию, производимую при использовании вводимых факторов производства. Особенностью спроса на экономические ресурсы является их взаимозаменяемость. При замене одного ресурса, более дорогого, другим, дешевым, спрос на дешевый ресурс возрастает. Спрос на ресурс зависит от его производительности. Чем выше производительность ресурса, тем больше спрос на него.

Целесообразно выделить следующие, наиболее важные факторы, влияющие на спрос на экономические ресурсы:

1. Спрос на экономические ресурсы определяется их предельной производительностью, объемом производства каждой отдельной фирмы, ее производственными возможностями. Поведение субъектов рынка, средств производства, экономических ресурсов лишь в незначительной степени влияет на уровень цен.

2. Спрос на экономические ресурсы удовлетворяет потребности общества косвенно, через производство конечных товаров и услуг, т.е. спрос на экономические ресурсы является производным.

3. Спрос на ресурс зависит от предельного продукта – MPR, прироста общего дохода в результате применения каждой дополнительной единицы вводимого фактора производства. Устойчивость спроса на ресурс связана с производительностью ресурса и рыночной стоимостью или ценой товара, производимого с помощью данного фактора производства.

4. Для формирования цен факторов производства нужно использовать теорию предельного продукта.

Предельным продуктом того или иного фактора производства называется дополнительный продукт, полученный в результате увеличения данного фактора на одну дополнительную единицу.

Если фирма получит дополнительную прибыль от 1 единицы дополнительных ресурсов, то она будет приобретать на рынке дополнительные ресурсы. Если предельный продукт в денежном выражении больше затрат на 1 единицу ресурса, то фирма сократит объем спроса на ресурсы. Нижней точкой, определяющей параметры спроса на ресурс, является равенство

$$MRP = MPC$$

где MRP – предельный продукт в денежном выражении,

MPC - предельные затраты, издержки на ресурс.

Важным экономическим условием равновесия на рынке факторов производства является равенство предельного физического продукта фактора в денежном выражении и предельных издержек фактора. При покупке фирмой нескольких факторов производства данное условие должно распространяться на каждый из них, т.е.:

$$MRP_L = MRC_L \quad MRP_K = MRC_K \quad MRP_Z = MRC_Z$$

MRP_L - предельный физический продукт труда,

MRC_L - предельные издержки труда

MRP_K - предельный физический продукт капитала

MRC_K - предельные издержки капитала

MRP_Z - предельный физический продукт земли

MRC_Z - предельные издержки земли

Это равенство может быть представлено в следующем виде:

$$\frac{MRP_L}{MRC_L} = \frac{MRP_K}{MRC_K} = \frac{MRP_Z}{MRC_Z}$$

При данном равенстве фирма может оптимально использовать ресурсы, что влияет на состояние рынка факторов производства и на цены факторов производства.

На рынке факторов производства взаимодействуют цена спроса и цена предложения факторов производства. При равенстве объема спроса и объема предложения конкурентного рынка формируется равновесная цена и устанавливается равновесие на рынке. Экономическое равновесие на рынке

экономических ресурсов сохраняется, если решения покупателей и продавцов факторов производства согласованы и совпадают по количеству и качеству.

Таким образом, **рыночный спрос на ресурсы определяется, как мы выяснили ранее, прежде всего спросом на продукцию, товары и услуги, в производстве которых они используются, а также спрос на ресурсы зависит от уровня цен на них и конъюнктуры рынка факторов производства.**

7.3. Анализ факторов, влияющих на цены средств производства

На рынке средств производства их цена зависит и от следующих факторов:

◆ Цена на средства производства зависит от общего уровня цен на машины, механизмы и оборудование и др. средства производства. Производитель средств производства не может ориентироваться только на собственные издержки производства, он обращает внимание на цены конкурентов и может установить цену на произведенные им средства производства выше или ниже цен конкурентного рынка.

◆ На цены средств производства оказывает существенное влияние долговечность, надежность оборудования, повышенный уровень сервиса, условия послепродажного обслуживания, длительность гарантий на узлы и детали оборудования.

◆ Фирма-производитель средств производства часто устанавливает цену при закрытых торгах при составлении контрактов на оптовые поставки, при этом фирма обязательно должна учесть стратегию конкурентов и ожидаемые изменения на рынке средств производства.

◆ Производители средств производства могут разрабатывать и свои подходы к политике цен, вырабатывать и свою ценовую стратегию: представляют определенные скидки, разрабатывают ответные действия на ценовую политику конкурентов.

◆ Фирма, принимая цены на средства производства как внешне заданные, должна иметь информацию о качестве товаров и ценах средств производства на всех национальных рынках и на мировом рынке.

◆ Все фирмы при использовании индивидуальных цен на некоторые виды средств производства должны соблюдать свод законов страны, запрещающих дискриминацию цен, фиксирование цен, использование минимально допустимых цен, а также закон о недобросовестной торговой практике.

◆ На формирование цен на экономические ресурсы могут оказывать существенное влияние уровень прибыльности фирм, возможности получения кредитов и банковский процент по кредитам.

◆ Государство, формируя финансовую, налоговую политику, используя различные экономические рычаги регулирования экономических процессов, может оказывать существенное влияние на цены экономических ресурсов.

◆ Государство должно регулировать цены на ресурсы естественных монополий (цены на газ, электроэнергию, цены на коммунальные услуги).

Таким образом, мы видим, что на цены средств производства на рынке оказывают влияние многочисленные факторы. Каждая фирма должна учитывать взаимодействие между ними, а также доминирующий фактор в конкретных условиях функционирования рынка.

Вопросы для самоконтроля

1. В чем специфика рынка факторов производства?
2. Какие функции выполняют рынки факторов производства?
3. В чем особенности рынка средств производства?
4. Какие факторы оказывают влияние на спрос на экономические ресурсы?
5. Чем определяется рыночный спрос на экономические ресурсы?
6. Каковы особенности ценообразования на рынке факторов производства?

Тема 8. Цена и механизм ценообразования

8.1. Ценообразование в условиях рынка совершенной конкуренции.

Экономическая теория цены.

8.2. Способы ценообразования в условиях конкурентного рынка.

8.3. Монопольное ценообразование.

8.4. Ценовая политика фирмы.

8.1 Ценообразование в условиях рынка совершенной конкуренции. Экономическая теория цены.

Экономические интересы участников рынка можно называть базисной закономерностью рыночного ценообразования.

Продавец, производитель стремятся продать произведенный товар дороже, а покупатель стремится купить товар дешевле. Объем предложения товаров на рынке прямо пропорционален уровню цен. Объем спроса на рынке обратно пропорционален уровню цен. Если же спрос равен предложению, то на рынке формируется равновесная цена. В условиях совершенной конкуренции, когда на рынке множество продавцов, производителей, каждый производитель не может назначать цену своей продукции исходя только из своих издержек. Производитель вынужден ориентироваться на рыночную цену, которая складывается в результате взаимодействия всех участников рынка, т.е. фирма должна вводить любое количество переменных факторов, чтобы уравнивать свои предельные издержки с ценой товара на рынке. Следовательно, действует следующая закономерность:

во-первых, производитель (фирма) вынужден снижать издержки производства, чтобы получить прибыль или увеличить прибыль;

во -вторых, если фирма-производитель не в состоянии снизить издержки до необходимого уровня, то получит убытки. В краткосрочном периоде эти убытки растут. Фирма предпринимает меры, направленные на снижение издержек: внедряет НТП, совершенствует организацию производства и труда, совершенствует управление производством.

В долгосрочном периоде фирма может покинуть отрасль или прекратить свое существование.

Возросшая цена свидетельствует о повышающемся спросе и воздействует на расширение производства. При более низкой цене потребитель покупает больше товаров, продукции, но производство получает сигнал к сокращению.

Цена - гибкий инструмент регулирования экономических процессов на рынке, инструмент регулирования спроса и предложения, это мощный рычаг управления экономикой.

Представители классической политической экономии У. Петти, А.Смит, Д.Рикардо, анализируя цену и ее роль в общественном производстве, доказали, что экономической основой цены являются затраты труда на производство товара.

В марксистской теории экономической основой цены называется стоимость, стоимость определяется совокупными затратами труда на производство товара. "Цена – это денежное выражение стоимости товара" - такое определение цены дает К. Маркс в своем произведении "Капитал".

Под общим понятием «цена» мы должны видеть комплекс экономических явлений.

На рынке для покупателя марксистское определение цены не понятно. Для покупателя цена - это количество денег, которые необходимо уплатить за товары и услуги. Но и это определение цены не дает ключ к пониманию закономерностей количественного определения цены. Основой количественного определения цены являются издержки, затраты на производство товара.

Поэтому, чтобы получить конструктивное представление о цене, необходимо вначале рассмотреть различные виды цен и функции цены.

Можно назвать следующие виды цен, используемых в условиях современного рынка:

- | | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| - оптовые цены; | - розничные цены; |
| - государственные цены; | - рыночные цены (равновесные цены); |
| - договорные цены; | - монопольные цены; |
| - закупочные цены; | - плановые цены; |
| - проектные цены; | - мировые цены и др. |

Каждый вид цен действует на определенном рынке товаров и услуг.

Функции цены различаются в зависимости от системы, в которых они действуют и используются. При этом функции цен в условиях рыночной и нерыночной экономики не однотипны.

Проанализируем функции цены:

1) **регулирующая**; в условиях плановой экономики эта функция – функция специального и бюджетного регулятора экономики имела важнейшее значение, в условиях рыночной экономики использование данной функция цены позволяет регулировать условия производства и реализации товаров;

2) **измерительная** (соизмерительная) – с помощью цен измеряется, определяется в единых национальных денежных знаках стоимость товаров. Наличие денежного эквивалента позволяет цене выступать в роли соизмерителя затрат труда, издержек производства;

3) **учетно-контрольная функция**. Цена – инструмент учета, контроля затрат, движения товаров и услуг. Учет стоимостей, контроль за их движением имеет место и в рыночной, и в плановой экономике.

4) **плановая функция цены** – планирование производства осуществляется при разработке государственных, отраслевых, фирменных программ.

Экономическая теория цены

Цена и механизм ее формирования являются важными, сложными и фундаментальными экономическими категориями. Цена товара является той

экономической информацией, которая позволяет определить покупателю личный интерес, произвести рациональный выбор. Цена в условиях рыночной экономики формируется на рынке. Но можно рассмотреть вначале вопросы, связанные с формированием цены произведенного товара на основе затрат. Целесообразно рассмотреть теоретические подходы к анализу цены разных экономических школ.

Выше мы отметили, что представители классической английской политэкономии А.Смит, Д.Рикардо экономической основой цены считали совокупные затраты труда.

Представители марксистской школы утверждали, что в основе цены товара находится стоимость. Стоимость произведенного товара определяется затратами прошлого труда, овеществленного в средствах производства и затратах живого труда.

В современной мировой экономической теории наибольшее распространение получила концепция цены Альфреда Маршалла. А. Маршалл в наиболее полном виде изложил свою теорию в книге «Принципы экономики». Здесь теория цен получила свое полное изложение.

В теории цены А. Маршалл пытается объединить три концепции:

1. Теорию предельной полезности.
2. Теорию издержек производства.
3. Теорию спроса и предложения.

А.Маршалл отрицает существование стоимости, хотя сам термин «стоимость» употребляется часто. Цену в этом плане сводит к «меновая стоимость». А.Маршалл определяет цену определенным количеством денежных единиц, полученных за товар.

На рынке особое значение приобретает равновесная цена. Равновесная цена формируется в условиях взаимодействия спроса и предложения.

А.Маршалл выделил цену спроса и цену предложения.

Цена спроса определяется на любой товар как цена, по которой определенное количество товара способно привлечь покупателей.

Цена предложения – это цена, по которой товар поступает в продажу на конкретный рынок.

Цена предложения зависит от затрат, реальных издержек производства товара. Цена предложения зависит от цен факторов производства. А.Маршалл исследует изменение цены, абстрагируясь от конъюнктуры рынка. Он выделяет нормальную цену. Нормальная цена определяется состоянием устойчивого равновесия на рынке в условиях равенства спроса и предложения.

Равновесная цена. А.Маршалл уделяет много внимания анализу равновесной цены, которая формируется под воздействием спроса и предложения. В условиях равновесия на рынке, когда спрос равен предложению, формируется равновесная цена, но на цену оказывают влияние колебания в условиях мгновенного и кратковременного равновесия.

Для короткого периода объем средств производства не меняется, но их использование зависит от спроса на производимые товары. Посмотрим на график.

Если кривая спроса на графике изменяет место: $D_1 \rightarrow D_2$, то объем выпуска товаров увеличивается, оборудование используется более полно, более интенсивно.

Рис. 15

Но в течение короткого периода другие фирмы не могут войти в отрасль, не могут появиться на рынке.

Если спрос снизится до D_3 , то произойдет снижение объема выпуска товаров, фирма должна продумать стратегию на краткосрочный и долгосрочный период.

В условиях мгновенного равновесия предложение товаров фиксировано. Цена полностью зависит от спроса.

В долгосрочном периоде каждая фирма, производящая товар, может изменить объем производства, увеличить объем производимых товаров, новые фирмы могут войти в отрасль. Такие процессы влияют на цену. Цена может повышаться или понижаться.

Если цены растут, то обеспечивают повышение прибыли, растет предложение. В определенный период предложение будет расти, а цена будет постоянна.

Рис. 16

Изменение цены будет зависеть от соотношения спроса и предложения в длительном периоде. Можно рассмотреть 3 варианта изменения цены:

1). Рыночная цена не совпадает с равновесной ценой и все более отклоняется от уровня равновесной цены. Это представлено на графике:

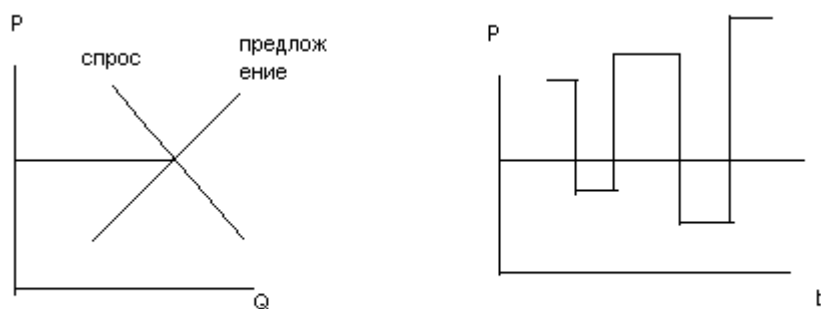


Рис. 17

На графике показано, что рыночная цена может все дальше отклоняться от равновесной цены.

2). Рыночная цена может совершать равномерные колебательные отклонения вокруг равновесной цены.

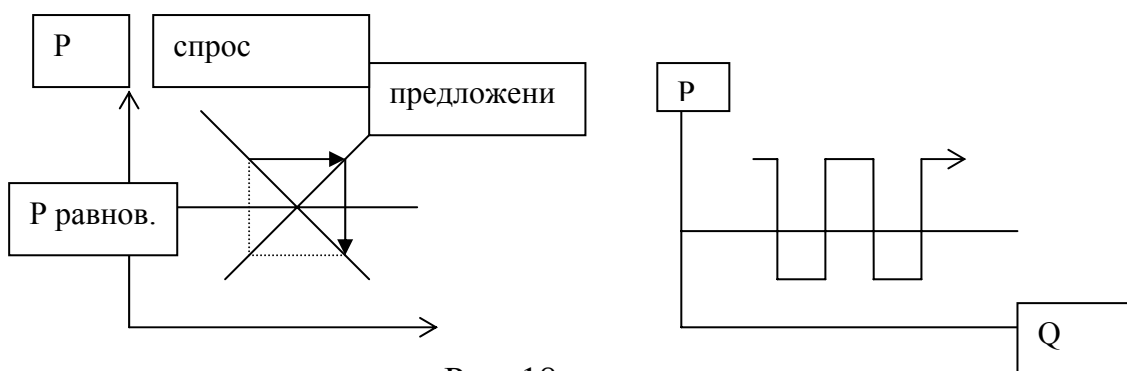


Рис. 18

На графике видны равномерные отклонения рыночной цены от цены равновесной.

3). Отклонения цены на рынке от равновесной могут иметь следующий вид, представленный на графике:

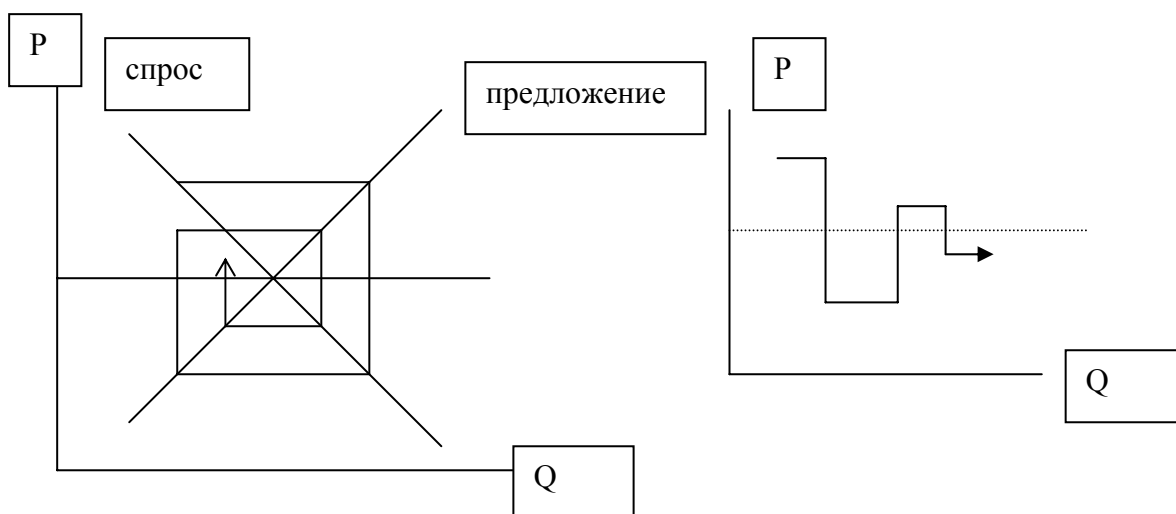


Рис. 18

Мы видим, что график демонстрирует несовпадение рыночной цены и равновесной. Рыночная цена постепенно сближается с равновесной, стремится к равновесной и постепенно достигает уровня равновесной цены.

Данная ситуация на рынке является нормальной, обычной, а в экономической науке названа теоремой Паутины.

Теорема Паутины иллюстрирует, показывает конкурентную основу промышленного производства отрасли и доказывает возможность установления равновесной цены.

На формирование равновесной цены оказывает влияние:

- монополизация производства;
- концентрация производства;
- прогрессивное налогообложение;
- политика государства (законодательство установления цен);
- спрос;
- предложение;
- НТП.

Равновесная цена свидетельствует о равновесии на рынке данного товара, когда устанавливается равновесие между спросом и предложением.

8.2. Способы ценообразования в условиях конкурентного рынка

Анализируя способы ценообразования, целесообразно выделить два основных способа формирования цены на продукцию фирмы:

1) на основе издержек на производство и сбыт продукта,

2) используются возможности рынка, покупательной способности потребителя.

Первый способ называется ценообразованием по издержкам, а второй - ценообразованием по спросу.

Третьим, менее распространенным, но тоже важным способом является ценообразование, основанное на использовании цен на конкурентную продукцию.

Можно выделить несколько факторов, под воздействием которых находятся предприятия, фирмы при выборе способа ценообразования на свой товар:

-фактор ценности — один из наиболее важных факторов. Каждый товар способен в определенной степени удовлетворить потребности покупателей. Для согласования цены и полезности товара можно придать товару большую ценность, просветить покупателя посредством рекламы о ценности товара, скорректировать цену так, чтобы она отвечала настоящей ценности товара;

-фактор затрат — затраты и прибыль составляют минимальную цену товара. Самый простой способ образования цены: к сложившимся издержкам производства прибавить приемлемую норму прибыли. Однако даже если цена только покрывает расходы, нет гарантии, что товар будет куплен. Именно поэтому некоторые предприятия становятся банкротами, рынок может оценить их товары ниже, чем затраты на производство и сбыт продукции;

-фактор конкуренции - конкуренция оказывает сильное влияние на ценовую политику. Можно спровоцировать всплеск конкуренции, назначив высокую цену или устранить ее, назначив минимальную. Если товар требует особого метода производства или производство его очень сложное, то низкие цены не привлекут к нему конкурентов, но высокие цены подскажут конкурентам, чем им стоит заняться, что производить;

-фактор стимулирования сбыта — в цену товара включается наценка, которая окупает мероприятия по стимулированию рынка. При выпуске товара на рынок, рекламе нужно перейти порог восприятия, прежде чем потребители узнают о товаре. Все средства, затраченные на стимулирование сбыта, должны в дальнейшем окупаться за счет продаж товара;

-фактор общественного мнения - обычно у людей имеется некоторое представление о цене товара, независимо от того, является ли он потребительским или промышленным товаром. Приобретая товар, потребители руководствуются границами цен, или ценовым радиусом, определяющим, по какой цене они готовы купить товар. Предприятие должно либо не выходить за границы этого радиуса в ценах на свой товар, либо доказать, почему цена на товар выходит за границы ценового радиуса. Товар может иметь более высокие показатели качества, или другие преимущества, которые являются для всех очевидными. С этой целью производитель может использовать рекламу;

-фактор обслуживания - расходы по обслуживанию, как правило, входят в цену. Обслуживание участвует в предпродажном, продажном и послепродажном этапах сделки: подготовка котировок, расчетов, установка оборудования, доставка товара, обучение персонала, предоставление гарантии или права на оплату в рассрочку. Все перечисленное оказывает влияние на цену.

Особое значение имеет политика высоких цен. Все используемые стратегии ценообразования могут быть ориентированы на высокие цены.

Применение политики высоких цен может быть оправдано, если:

- а- товар уникален или надежно охраняем патентами;
- б- товар сложно разработать или производить;
- в- цена не является решающим фактором для покупателей данного товара;
- г- размер рынка слишком мал, чтобы привлечь конкурентов;
- д- у фирмы ограниченные финансовые возможности и источники финансирования. Высокая цена может быстро привлечь конкурентов, с которыми из-за недостаточной финансовой поддержки бороться тяжело.

Практикуется также ценообразование на основе цен, принятых на данном рынке. Здесь применяются цены, которые сохраняются на стабильном уровне в отношении определенных товаров в течение длительного времени на конкретном ограниченном рыночном пространстве.

В этом случае независимо от объема рыночной доли, занимаемой данной фирмой на рынке, даже при незначительном повышении цены происходит резкое сокращение продаж соответствующих товаров, и наоборот: при небольшом ее снижении возможно резкое увеличение сбыта.

В качестве примера использования данного метода цен можно назвать такие товары, как шоколад, сок в металлических банках, предназначенный для продаж в автоматах и т.д. Чтобы отказаться от привычных цен и обеспечить их повышение, улучшают качество товара, его функциональные свойства, упаковку, стиль, дизайн, придают ему большую привлекательность, адаптируя его к рынку прогнозируемых покупателей. Без этого осуществить изменение привычной цены нереально.

Характерно также **использование престижных цен**. Примерами такого рода ценообразования может служить формирование цен на драгоценности, норковые шубы, черную икру и т.д.

В последнее время характерно расширение ассортимента престижных товаров. Они обладают высоким уровнем качества.

Если такого рода товары будут продаваться по низким ценам, они станут легкодоступными и потеряют свою главную привлекательность для рынка престижных покупателей.

Вместе с тем, реально ожидать существенного увеличения продаж, если сбывать престижные товары по высоким ценам, но чуть ниже уровня, сложившегося на рынке.

В отношении престижных товаров целесообразно устанавливать цены повыше. Это будет служить мощным стимулом для покупателей, рассчитывающих на демонстрационный эффект приобретаемого товара, и послужит основой еще более высокого уровня продаж.

Следовательно, по таким товарам эффективно с самого начала выхода на рынок использовать политику высоких цен и поддержания имиджа товара сверхвысокого класса. Также возможно использование престижного ценообразования на товары фирмы на более высоком уровне в сравнении с товарами конкурирующих фирм посредством использования престижа товарной марки и высокого имиджа фирмы, производящей данный товар.

Интересен также **сопоставительный метод определения цен**, используемый, в частности, на центральных оптовых рынках, товарных рынках, рынках ценных бумаг и т.д. Имеется две его разновидности:

- метод проведения аукциона, когда прежде называется самая низкая цена, после чего идет ее повышение, а товар достается тому, кто предлагает самую высокую цену;
- метод проведения аукциона, когда вначале называется наиболее высокая цена и, если покупатель по такой цене не находится, то идет снижение цены. Право на заключение сделки купли-продажи на соответствующий товар получает покупатель, который первым принимает цену продавца и таким образом соглашается на наиболее высокую цену в сравнении с остальными участниками аукциона.

Данный подход в ценообразовании состоит в том, что надо установить такую цену, которую покупатель готов заплатить за данный товар. К сожалению, покупатели редко сообщают о том, сколько они готовы заплатить. Продавец

должен сам называть цену. Здесь при назначении цен советником может стать уровень цен на аналогичные товары и услуги. При продаже товара следует обратить внимание на цены его аналогов в магазинах, супермаркетах, на оптовых складах, магазинах сниженных цен, каталогах для заказов товаров по почте и других возможных торговых точках. Можно провести анализ, из каких материалов сделаны аналоги, каково их качество. Высокая цена обычно оправдана высококачественными материалами, великолепным дизайном и т.д. При такой системе лучше назначать высокую цену и давать скидку, чем продавать по более низкой цене сразу. Кроме того, в торговле в розницу возможно установление так называемых «психологических цен», которые несколько ниже круглого числа, например \$ 99.90 или 99 тыс. рублей.

Основная сложность ценообразования по спросу заключается в том, что цена должна быть такой, которую заплатит покупатель, но установить ее предстоит продавцу. Какая бы цена ни была назначена, не существует гарантий, что товар будет по ней пользоваться спросом.

Таким образом, при ценообразовании по спросу, цена назначается, отталкиваясь от расходов, и поднимается до величины, которую, по мнению продавца, готов заплатить покупатель.

Очевидно, что цена влияет на спрос: если установлена высокая цена, то вряд ли объемы продаж будут высоки, а если установлена низкая цена, то будет продано много товаров, но с маленькой прибылью или в убыток.

8.3. Монопольное ценообразование

Монополизация экономики, господство монополий изменяют подход к условиям формирования цены. Отметим несколько особенностей монопольного ценообразования:

1. Главная особенность : при свободной конкуренции спрос покупателей и предложение продавцов целиком зависят от рыночной цены, на которую никто из участников торговых сделок не может повлиять. Но фирмы-монополисты сами и по своему усмотрению устанавливают рыночную цену на производимую продукцию.

Равновесная цена на конкурентном рынке отражает взаимодействие спроса и предложения. В противовес этому монополистические объединения совершенно не принимают во внимание объективно необходимый объем производства благ. Поэтому при определении динамики цен на продукцию монополий на графике, показывающем процесс образования равновесной цены, вообще отсутствует кривая предложения.

Монополии по своему усмотрению воздействуют на цену, на объем спроса в своих интересах. Господствующие на рынке фирмы используют в качестве своего основного инструмента манипулирования монопольную цену.

Монопольная цена – особый вид рыночной цены, которая устанавливается на уровне выше или ниже общественной стоимости или равновесной цены или ниже общественной стоимости в целях получения монопольного дохода.

Профессора С.Фишер, Р. Дорнбуш и Р.Шмалензи (США) так раскрывают механизм монополистического ценообразования: «Монополисты не принимают цену как данную. Их можно охарактеризовать как ценопроизводителей, ибо они принимают рыночную кривую спроса как данную и сами выбирают как цену, так и объем выпуска. Поскольку между ценой монополиста и уровнем выпуска не существует никаких взаимосвязей, то для монополистов не существует кривой предложения».

2. Особенность монополистического ценообразования состоит также в том, что компании – продавцы изделий устанавливают монополично высокие цены на свою продукцию, которая превышает общественную стоимость или возможную равновесную цену. Это достигается тем, что монополисты преднамеренно создают зону дефицита, сокращая объемы производства и искусственно создавая повышенный покупательский спрос. Такое поведение можно проследить на графике

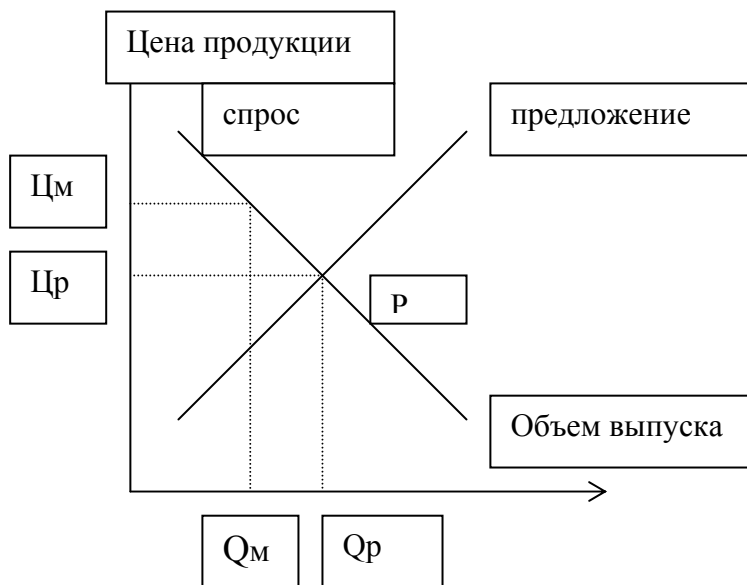


Рис. 19

Предположим, что в какой-то отрасли до захвата ее рынка монополией (т.е. в условиях конкуренции) цена равновесия $Ц_r$ образовалась на уровне точки равновесия P , где пересекались кривая спроса и кривая предложения. При этом равновесный объем выпуска продукции составил величину Q_r . Но затем монополия, учитывая эластичный спрос, сокращает объем выпуска продукции до величины Q_m . Это в конце концов позволяет установить монополично высокую цену $Ц_m$.

При каждом новом повышении цен монополия, разумеется, учитывает потери, которые она несет от уменьшения объема производства и продажи товаров. Чтобы перекрыть такую утрату дохода, она устанавливает цены на столь высоком уровне, чтобы выручка от реализации меньшего количества изделий покрывала упущенную выгоду и давала возросшую сумму дохода.

3. Иначе поступает фирма, захватившая рынок, на котором мелкие товаропроизводители сбывают свою продукцию. Монополия устанавливает **монополюльно низкие цены** на товары, закупаемые у аутсайдеров (предприятий, не вошедших в монополистические объединения). Понижение цены по сравнению с общественной стоимостью или возможной равновесной ценой достигается посредством искусственного создания зоны избытка продукции. В этом случае монополия преднамеренно уменьшает закупки товаров, из-за чего их предложение превышает монополистический спрос. Так обычно поступают монополии, которые занимаются переработкой сельскохозяйственной продукции, скупаемой у массы мелких ферм. Такую монополию **называют монопсонией**. Наглядно представить их поведение можно на графике.

Рис. 21

Допустим, что в отрасли промышленности, перерабатывающей сельскохозяйственное сырье, в условиях конкуренции равновесная цена C_p устанавливается на уровне точки равновесия P при пересечении кривой спроса и кривой предложения. Тогда равновесное количество продаваемого сырья составляет величину Q_p . Но если монопсония уменьшает закупки продукции у фермеров до уровня Q_m , то устанавливается монополюльно низкая цена C_m . Такая цена дает монопсонии желаемую выгоду. Ее выигрыш возрастает с каждым новым снижением закупочных цен, что является результатом преднамеренного создания зоны избытка реализуемой продукции.

Характерен такой пример: Монопсонии западных стран издавна закупают дешевое сырье у предпринимателей и мелких товаропроизводителей стран Азии, Африки и Латинской Америки. Низкие цены устанавливаются на ряд товаров традиционного экспорта из стран Африки.

4. Наибольшие особенности ценообразования наблюдаются в случае, если на рынке действуют одновременно монополия и монопсония. Тогда образуются так называемые ножницы цен. Речь идет о монополюльно высоких и монополюльно низких ценах, уровни которых удаляются друг от друга подобно расходящимся лезвиям ножниц. Такое движение цен основывается на расширении зон избытка и

дефицита товаров. Оно характерно для многих предприятий обрабатывающей промышленности, которые в условиях инфляции повышают цены на свои готовые изделия в несколько раз больше, чем увеличиваются цены на сырье в добывающих и сельскохозяйственных отраслях.

Во второй половине XX в. с ростом сферы агробизнеса в США, Франции, Великобритании и других западных странах ножницы цен стали одним из главных методов, с помощью которого крупные фирмы вытеснили мелких и средних фермеров из сельскохозяйственного производства.

Анализ монопольного ценообразования позволяет сделать следующие выводы:

а) прежде всего, очевидно, что монополистические объединения ликвидируют равновесную цену и ее регулирующую роль. На смену ей приходит монопольная цена;

б) ценообразование – это средство перераспределения части доходов товаропроизводителей, аутсайдеров и потребителей в пользу монополий и монопсоний. Разница между уровнем монопольно высокой и монопольно низкой цен, с одной стороны, и стоимостью продукции, равновесной ценой, с другой, – своего рода дань, которой облагаются субъекты рынка, не входящие в монополистические объединения;

в) в тот период, когда устанавливаются и действуют монопольные цены, экономический интерес к внедрению достижений НТП на определенный период снижается.

В современный период обостряется конкурентная борьба между монополиями на рынке, между монополизированным сектором и малым и средним бизнесом. Малый и средний бизнес очень быстро адаптируется к условиям рынка, требованиям НТП, в короткие сроки внедряет новую технологию, новые виды продукции. Монополии вынуждены активно внедрять НТП, нововведения, "ноу-хау", при этом активно вовлекают в инновационный процесс малые предприятия и средний бизнес.

Однако в современных условиях такая рыночная ситуация является редкой. НТР обостряет конкуренцию между монополизированным сектором экономики и малым и средним бизнесом.

8.4. Ценовая политика фирмы

Каждая фирма на рынке проводит определенную ценовую политику. Сущность ценовой политики фирмы заключается в том, чтобы использовать на рынке такие цены на свою продукцию, которые позволяют сохранить долю рынка и расширить ее. Фирма может изменять цены или сохранять прежние, варьировать ценами в зависимости от положения фирмы на рынке. На уровень цен на продукцию фирмы на рынке оказывают влияние следующие факторы:

- конъюнктура рынка,
- уровень конкурентной борьбы,
- покупатели и продавцы данного товара на рынке,
- уровень цен на взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары,

- уровень издержек,
- структура затрат на производство продукции фирмы.

Каждая фирма-производитель должна разрабатывать собственную ценовую политику, при разработке которой она должна анализировать методы конкурентной борьбы, выбрать наиболее оптимальный тип ценовой политики, ценовую стратегию по отношению к новым товарам, соотношение между жизненным циклом товара и ценой.

Фирма выбирает из множества видов цен наиболее оптимальные на короткий и длительный период времени. При этом фирма может использовать следующие цены:

1. базисная цена, которая связана с определенным сортом или качеством товара. Если качество или свойство товара отличается от оговоренных в контракте, то используются скидки или надбавки к базисной цене;
2. цена купли-продажи, определяется условиями поставки ("франко-вагон станция назначения", "франко-вагон станция отправления");
3. оптовая цена;
4. цена предложения (указывается продавцом без скидок);
5. скользящая цена, которая устанавливается договором в зависимости от некоторых экономических условий реализации, например, рост инфляции, биржевой котировки и др.;
6. твердая цена, устанавливается в договоре купли – продажи и не подлежит изменению;
7. цена спроса (цена покупателя).

Определяя ценовую политику, фирма избирательно подходит к выбору цены на краткосрочный или долгосрочный период, в любых условиях должна проводить детальный анализ состояния рынка и выбирать наиболее оптимальный вариант ценообразования.

Вопросы для самоконтроля

- 1 Раскройте особенности ценообразования в условиях рынка совершенной конкуренции.
- 2 В чем сущность марксистской теории ценообразования?
- 3 Теория ценообразования А. Маршалла и современность.
- 4 Объясните влияние цен на экономическое равновесие.
- 5 В чем особенности монопольного ценообразования?
- 6 Раскройте сущность паутинообразной модели цены.
- 7 Раскройте особенности ценовой политики фирмы.
- 8 Объясните различные способы ценообразования в условиях конкурентного рынка.

Тема 9. Факторы устойчивости доходов фирмы

В условиях рынка, неустойчивости общей конъюнктуры рынка каждая фирма стремится к стабилизации результатов производственной деятельности, закреплению места на рынке, увеличению прибыли. Анализируя западную экономическую литературу, можно сделать вывод, что далеко не каждая фирма стремится к максимизации прибыли. По мнению некоторых исследователей, конечной целью фирмы является закрепление позиций на рынке, увеличение объема продаж.

Г.Саймон за исследование поведения фирмы получил Нобелевскую премию в области экономики. Г.Саймон доказал, что каждая фирма стремится к получению определенного уровня прибыли, а далее не предпринимает усилий, чтобы ее максимизировать. Эволюционная теория также доказывает, что фирмы не достигают максимально возможного уровня прибыли, так как не могут получить и использовать полную рыночную информацию. В постоянно изменяющихся рыночных условиях и отсутствии анализа сложной рыночной ситуации фирма не может разработать оптимальную стратегию и достичь максимума прибыли, а следовательно, фирма не планирует большой объем производства, который позволил бы максимизировать прибыль. Японские экономисты в последние десятилетия XX века, разрабатывая долгосрочную стратегию фирмы, не ставили целью максимизацию прибыли, так как считали, что в усложняющихся условиях общественного производства, в условиях единого всемирного хозяйства, в условиях функционирования переплетающихся мировых рынков важнее сохранить и закрепить место фирмы на рынке.

Важными целями функционирования фирмы в современных условиях являются:

- а) завоевать рынок, закрепиться на рынке, расширить долю рынка;
- б) удовлетворить общественные потребности и запросы потребителей;
- в) получить прибыль.

Прибыль является целью функционирования фирмы, но фирма не стремится к получению максимальной прибыли в краткосрочный период времени, а стремится к получению прибыли в условиях владения расширяющейся долей рынка, завоеванию новых рынков, т.е. стремится к получению оптимальной прибыли в долгосрочный период.

Устойчивость дохода, прибыли фирмы зависит от ряда причин и напрямую связана с качеством, эффективностью стратегических решений.

В разработке стратегии фирмы на рынке необходимо учитывать следующие факторы, определяющие стабильность прибыли, доходности:

- структурные изменения в экономике;
- инфляцию;
- характер конкуренции на рынке и место фирмы на рынке;
- степень государственного регулирования экономики;
- масштабы нововведений на фирме, уровень НИОКР в отрасли;

- капитальные затраты на освоение новых видов продукции и др.

Все названные экономические явления, которые фирма должна учитывать, повышают степень риска и влияют напрямую на результаты её деятельности.

Важнейшей задачей фирмы является выбор стратегии управления не на текущее время, а на перспективу. Следовательно, фирма должна определить долговременные цели развития и выделить факторы повышения доходности, прибыльности с учетом изменений на рынке.

Фирма должна знать как внешние условия роста доходности, так и потенциальные возможности самой фирмы и определить условия реализации каждого фактора, воздействующего на результаты деятельности, сроки и условия перехода:

- к новой продукции;
- к новой технологии;
- к новой системе управления;
- к новой внутренней политике.

Стратегия фирмы должна постоянно изменяться и быть гибкой.

Следовательно, стратегическое управление фирмой предлагает постоянный анализ внутренних и внешних условий функционирования фирмы и контроль за их изменениями.

Факторами устойчивости доходов фирмы являются:

1. Разработка новых видов продукции. Новая продукция помогает контролировать рынок на перспективу. Здесь важно не просто следовать требованиям рынка, а самой фирме активно формировать новые рынки. При этом возникает часто вопрос: «Если продукция фирмы и так в данный момент пользуется спросом, большим спросом, стоит ли создавать новую продукцию сегодня?»

В данной ситуации целесообразно иметь в виду:

- новая продукция может позволить снизить издержки, а, следовательно, повысить эффективность использования экономических ресурсов фирмы, эффективность производства товаров;
- новая продукция дополняет ассортимент производимых фирмой товаров (старые виды продукции также пользуются спросом, но надоедают покупателям, а новые виды товаров помогают выстоять в конкурентной борьбе);
- те фирмы, которые постоянно работают над обновлением продукции, при неожиданных ситуациях на рынке не будут захвачены врасплох.

2. Борьба за качество продукции - важное средство повышения доходности. Даже новая продукция, но с низким качеством не принесет большого дохода. Фирмы учитывают роль научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР). НИОКР расценивается и как важное условие высокого качества, и как процесс научной и инженерной разработки какого-либо проекта с целью увеличения доходности, обеспечения конкурентоспособности.

Развитие сферы НИОКР рассматривается фирмами как потребность иметь в будущем устойчивый рост доходов. Управление НИОКР становится важнейшей

составной частью стратегического управления фирмой, позволяет определить на будущее направления более эффективного использования ресурсов для достижения устойчивого дохода.

3. В современных условиях ключевым моментом, оказывающим влияние на устойчивость дохода фирмы, предприятия, является постоянное совершенствование системы управления: система управления здесь рассматривается как широкое ёмкое понятие, включающее и методы управления фирмой, и структуру фондов, и организацию производства и т.п.

Система управления должна оптимально сочетать элементы централизации и самостоятельности.

4. Важным фактором устойчивости доходов фирмы в современный период является **кадровая политика**. От качественного состояния персонала зависит осуществление стратегий управления. Каждый работник фирмы – это решающий фактор в обеспечении эффективности производства, повышении качества продукции, сохранении конкурентоспособности. Поэтому главная функция кадровой политики состоит в организации дела таким образом, чтобы работники умели, могли, были заинтересованы сделать больше и лучше для фирмы и повышали свою квалификацию.

Фирма должна формировать кадровую политику, ориентированную на успех, закрепление экономических результатов фирмы. Формируя кадровую политику, каждая фирма может руководствоваться следующими принципами:

- ни одно предложение не должно остаться без внимания;
- каждый работник фирмы может и должен проявлять самостоятельность и инициативу;
- между работниками фирмы не должно быть конкуренции, противопоставления точек зрения;
- разрабатываются условия эффективного использования имеющихся кадров: сотрудничество, обмен опытом и т.п.

Многое в эффективном использовании кадрового потенциала фирмы зависит от продуманности системы: продвижения работников по службе, участия работников в прибылях, стремлении работников к укреплению финансового положения фирмы. Каждый должен быть заинтересован в росте дохода фирмы.

5. Фактором роста доходности и обеспечения устойчивости доходов любой фирмы является **финансовая политика фирмы**.

Финансовая политика создаёт движущие силы и стимулы для развития фирмы и укрепления её положения на рынке.

Финансовая политика включает:

- а) разработку основных направлений использования денежных средств и получения от них максимальной отдачи как в текущем периоде, так и на долгосрочную перспективу;
- б) разумный риск: направления вложения и источники доходов должны быть дифференцированы, т.к. не все вложенные финансовые средства принесут доход;

в) фирма должна стремиться к финансированию разных направлений научных исследований.

Факторами устойчивости доходов фирмы являются также маркетинг, менеджмент.

Мы проследили влияние целого ряда факторов роста доходности фирм. Они важны, но в рамках фирмы можно найти другие конкретные и специфические направления деятельности, которые будут направлены на рост доходности.

Вопросы для самоконтроля

1. Раскройте современные трактовки мотивации деятельности фирмы.
2. Проведите сравнительный анализ факторов, обеспечивающих устойчивость доходов фирмы.
3. Какое значение для разработки стратегии фирмы имеет разработка НИОКР?

Тема 10. Предприятие в системе рыночных отношений

10.1. Экономическая природа предприятия. Предприятие и рынок.

10.2. Экономическое содержание предпринимательства.

10.3. Виды предприятий, фирм:

- организационно-экономические;
- хозяйственно-правовые;
- формы фирменной организации.

В условиях рыночных отношений центр экономической деятельности перемещается к основному звену всей экономики – предприятию. Именно на этом уровне создается вся необходимая обществу продукция, оказываются различные услуги. На предприятии сосредоточены наиболее квалифицированные кадры. Здесь решаются вопросы экономного расходования ресурсов, применения высокопроизводительной техники, технологии. На предприятии добиваются снижения до минимума издержек производства и реализации продукции. Разрабатываются бизнес-планы, применяется маркетинг, осуществляется эффективное управление – менеджмент.

Всё это требует глубоких экономических знаний, так как в условиях рыночной экономики выживает лишь тот, кто наиболее грамотно и компетентно определит требования рынка, создаст и организует производство продукции, пользующейся спросом, обеспечит высоким доходом высококвалифицированных работников.

10.1 Экономическая природа предприятия. Предприятие и рынок.

Производственное предприятие возникает как результат развития общеисторического процесса производства и как результат процесса обобществления производства. Одним из условий функционирования производственных предприятий является разделение труда и специализация производства.

Производственное предприятие – это исторически определенная форма организации производства, которая является звеном общественного разделения труда.

Чем сложнее кооперация труда, тем совершеннее технология производства, организация производства на отдельном предприятии. Это определяет рамки оборота экономических ресурсов предприятия.

Производственное предприятие характеризуется с экономической точки как обособившийся субъект организации производства товаров и услуг. Условием перехода к рынку становится предоставление предприятию полной экономической свободы.

Предприятие – это экономически обособившийся субъект хозяйствования, который является звеном общественного производства. На предприятии концентрируется определенный комплекс средств производства.

Предприятие можно рассмотреть и как сложную многоплановую категорию:

- это определенный комплекс технических, технологических, материальных условий производства. Средства производства на предприятии характеризуются техническим составом машин, механизмов и оборудования, которые соответствуют определенному уровню технологии, научно-технического прогресса, организации труда;
- с точки зрения технико-экономической предприятие характеризуется как организационно-экономическая форма производства;
- предприятие характеризуется с точки зрения социально-экономической как субъект хозяйствования.

Для анализа производственного предприятия все эти стороны многоплановой экономической категории важны, но предметом изучения экономической теории является последняя сторона: социально-экономические аспекты функционирования предприятия.

Технико-экономическая сторона связана с социально-экономической и имеет ряд особенностей, например, границы концентрации. Укрупнение чревато ухудшением, трудностями в управлении, в эффективности использования экономических ресурсов. Важнейшим признаком функционирования предприятия является экономическая обособленность.

Рассмотрим сущность экономической обособленности предприятия.

Экономическая обособленность предприятия:

во-первых, связана с обособлением ресурсов предприятия в их полном самостоятельном обороте;

во-вторых, проявляется в возмещении затрат за счёт собственных средств, выручки предприятия, то есть в экономической ответственности за результаты. Главное в экономическом обособлении воспроизводственного процесса - экономическая самостоятельность:

- а) в производстве;
- б) на рынке;
- в) в присвоении результатов.

Мера экономического обособления, экономической самостоятельности характеризуется степенью вмешательства общества, государства в воспроизводственный процесс. Мера экономического обособления связана не со спецификой собственности, а с уровнем зрелости общественного производства, условиями и возможностью самостоятельного принятия решений. Экономическая обособленность тесно связана с хозяйственной самостоятельностью.

Хозяйственная самостоятельность выражается в совокупности прав и ответственности предприятия.

Как субъект хозяйствования предприятие может быть рассмотрено:

- как экономически обособленная хозяйственная единица;
- как субъект отношений собственности;
- как юридическое лицо;
- как субъект экономических интересов;

Таким образом, предприятие представляет первичную ячейку, основное звено экономики. Если представить экономику как здание, сложенное из отдельных блоков, кирпичей, то такими блоками являются предприятия.

Предприятие – это самостоятельно хозяйствующий субъект, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Предприятие самостоятельно осуществляет свою деятельность, распоряжается выпускаемой продукцией, получаемой прибылью, остающейся в её распоряжении после уплаты налогов и других обязательных платежей.

В основе хозяйственной деятельности лежит коммерческий расчет, базирующийся на сопоставлении полученных экономических результатов с затратами, связанными с достижением этих результатов. Поэтому в микроэкономическом анализе под предприятием следует понимать первичное хозяйственное звено в системе и структуре отношений между хозяйствующими субъектами, для которого первостепенное значение имеет проблема рационального использования производственных ресурсов, сокращение издержек, совершенствование организации труда и управления производством, его интенсификации путем использования достижений научно-технического прогресса. Другое важное отличительное свойство предприятия, базирующегося на коммерческом расчете, заключается в количественном измерении как результатов, так и затрат. Их измерение и сопоставление обеспечивает стоимостная, то есть денежная форма их выражения.

Следовательно, предприятие является неотъемлемой частью экономики. Предприятие является звеном общественного разделения труда и первичным звеном обобществления производства. Это субъект хозяйствования.

Предприятие и рынок

Социально-экономическая роль предприятия в условиях рынка имеет специфику. Основное требование, которое выдвигает рынок предприятию, - работать так, чтобы результатом деятельности был не только выпуск продукции и услуг, но и получение прибыли, то есть всегда должно быть превышение доходов над расходами, используемыми ресурсами, и чем выше это превышение, тем прибыльнее работает предприятие.

Деятельность предприятия опосредована рынком:

Рынок для предприятия – совокупность потребителей, покупателей продукции.

Рынок для предприятия – это совокупность поставщиков, производителей средств производства, сырья и иных ресурсов.

Рынок для предприятия – это система конкурентно-состязательных отношений, определяющих характер экономического и хозяйственного поведения.

Таким образом, экономическое и хозяйственное поведение предприятия формируется под воздействием внешних и внутренних рыночных факторов.

Внешние факторы: потребители; экономические ресурсы, их цена, динамика, наличие на рынке; уровень конкуренции; цена производимой продукции, факторы, влияющие на цену; конъюнктура рынка.

Внутренние факторы: размер предприятия; структура производственных фондов (размер и стоимость, техническая характеристика, уровень производительности); характер собственности на средства производства; форма управления; форма контроля.

Требование рынка - не только произвести продукцию, но и сбыть её, реализовать. Дальнейшее наращивание объемов целесообразно только в условиях гарантированного сбыта продукции.

В условиях рынка платой за экономическую самостоятельность является опасность несостоятельности и банкротства, то есть предприятие может быть выведено за рамки экономической сферы, поскольку оно не смогло работать в условиях рынка и вынуждено покинуть его.

Следовательно, поведение предприятия в рыночных условиях хозяйствования видоизменяется, и это изменение касается многих аспектов деятельности предприятия. Любое предприятие независимо от организационно-правовой формы, формы собственности, отраслевой принадлежности, выпускаемой продукции или оказываемых услуг является открытой экономической системой. Схематично её можно изобразить так:

Блок 1 – предприятие, основной задачей которого является преобразование ресурсов.

Блок 2 – ресурсы на входе: трудовые, материальные, финансовые.

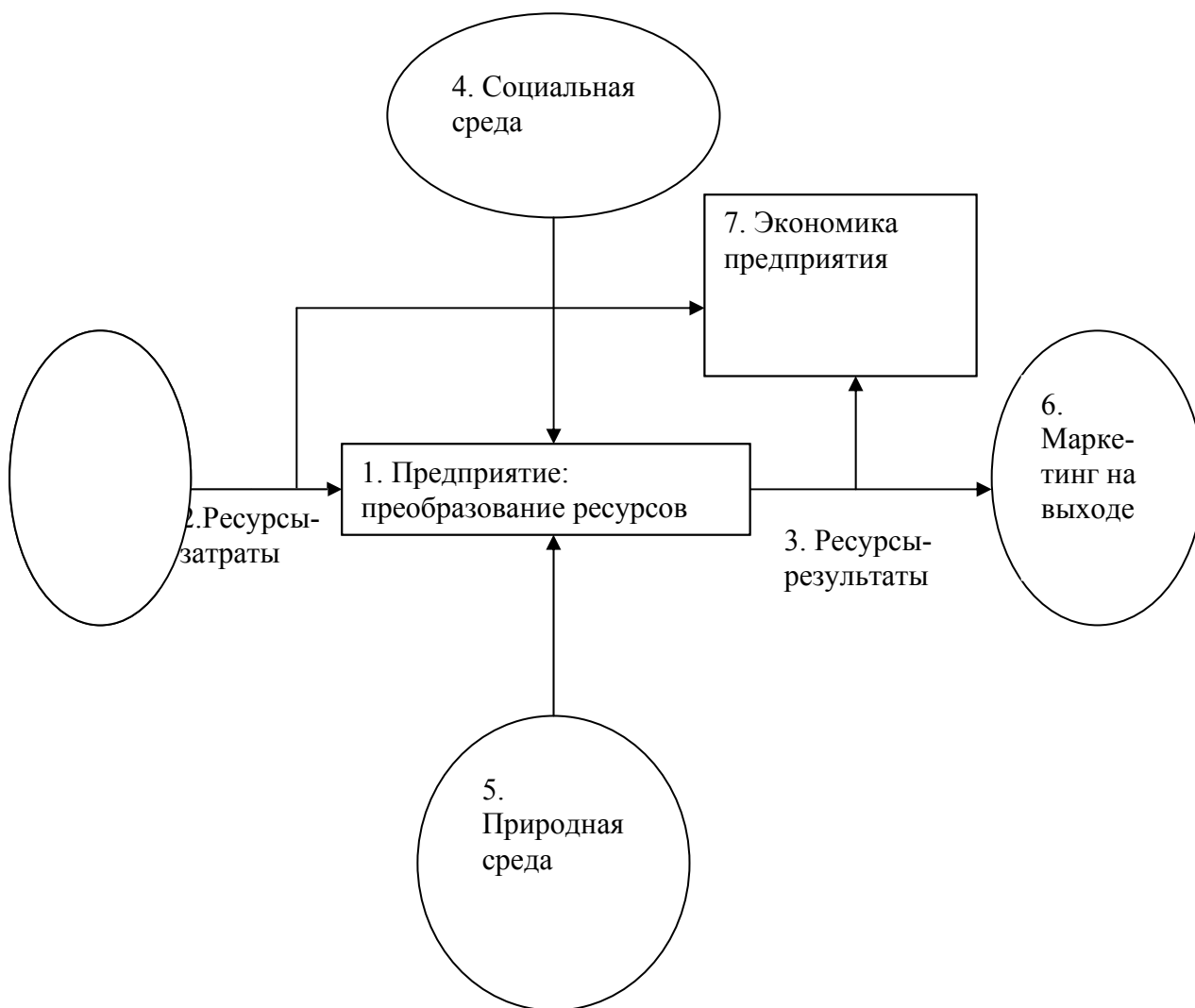
Блок 3 – ресурсы на выходе, то есть преобразованные ресурсы: готовая продукция, отходы производства, прибыль, денежные средства.

Блок 4 – социальная среда, с которой взаимодействуют предприятия: государство, муниципальные органы, законодательные органы.

Блок 5 – природная среда, потребление природных ресурсов, полезных ископаемых, воздуха, воды.

Блок 6 – взаимосвязь с рынком, маркетинг, причем этот блок взаимодействует как на входе ресурсов, так и на выходе.

Блок 7 – сочетание ресурсов на входе с ресурсами на выходе образует экономическую работу на предприятии, экономику предприятия.



Таким образом, производственное предприятие, фирма является первичным звеном народного хозяйства, функционирует в условиях экономической обособленности, экономической самостоятельности.

Выше отмечалось, что в условиях рынка предприятие решает две задачи: произвести и реализовать продукцию. В зависимости от методов решения этих задач предприятие будет процветать или станет несостоятельным. Для того чтобы знать, что необходимо производить – какой ассортимент, в каком количестве, предприятие должно изучить рынок, то есть заняться маркетингом, прежде чем оно начнет расходовать ресурсы для изготовления конкретной продукции. Причем маркетингом необходимо заниматься постоянно – как до запуска продукции в производство, так и после, в процессе реализации продукции. Поэтому на схеме дан рынок до начала производства и после его окончания.

Для принятия решений необходимо собрать и проанализировать достоверную информацию, которая включает:

- характеристику товаров: являются ли они товарами конечного потребления или промежуточными, готовыми изделиями или полуфабрикатами, необходима

служба сервиса или нет, приемлема ли цена потребителю, каковы цели у конкурентов;

- общую характеристику рынка: большое или малое число потребителей, способы покупки товаров, отношение покупателей к товару, условиям и срокам поставки, условия продажи у конкурентов;
- каналы распространения товаров: наличие посредников между производителями и потребителями, их количество;
- конкурентное состояние рынка: существует ли конкуренция между производителями товаров, и каков её уровень;
- законодательные ограничения: существуют ли законодательные ограничения, которые могут препятствовать маркетинговой деятельности;
- уровни управленческой деятельности в области маркетинга: долговременные цели фирмы (на 10-15 лет), учитывающие ситуацию на внутреннем и внешнем рынках и тенденции их развития;
- финансовые, материальные и другие ресурсы, необходимые для достижения этих целей;
- перспективные (до 5 лет) цели фирмы, возникающие при этом задачи и обеспеченность их необходимыми ресурсами;
- оперативные, текущие цели и задачи, выдвигаемые конъюнктурой рынка, не противоречащие долговременным стратегическим целям.

Анализируя особенности поведения предприятия на рынке необходимо рассмотреть и вопрос о жизненном цикле товара, произведенного предприятием, на рынке.

В производстве продукта и осуществлении маркетинговой политики необходимо учитывать **жизненный цикл товара на рынке**, который состоит из ряда стадий:

- стадия внедрения. На этой стадии производства товара большие затраты, поэтому торговля товаром на этой стадии, как правило, убыточна;
- рост объемов производства, как результат признания покупателем товара и быстрым увеличением спроса на него. При росте объема продаж и соответственно прибыли, стабилизируются издержки;
- большинство покупателей товар уже приобрели, поэтому темпы роста продаж, достигнув максимума, начинают падать, прибыль также начинает снижаться, в связи с увеличением расходов на рекламу и другие маркетинговые мероприятия;
- насыщение: в этой стадии, несмотря на принятые меры, рост продаж больше не наблюдается. Прибыль от торговли может увеличиваться из-за снижения расходов на производство;
- снижение объёмов продаж, выручки, а затем и прибыли.

Предприятие должно снимать с производства старый товар, не пользующийся спросом и организовать производство качественно нового товара.

10.2. Экономическое содержание предпринимательства

Предпринимательство – экономическая категория, характеризующая деятельность товаропроизводителей. Это - экономическое явление рыночного хозяйства. Направление и характер деятельности предпринимателя определяется рыночной средой.

Предпринимательство не связано напрямую с характером собственности; собственность не играет первостепенной роли, но характер собственности оказывает влияние на мотивацию поведения предпринимателя.

Предпринимательство как экономическая категория анализировалась многими экономистами. Рассмотрим точки зрения некоторых экономистов.

А. Смит. Предпринимательство понимал как хозяйственный риск с целью извлечения прибыли.

Ж. Б. Сэй. Предпринимательство понимал как комбинирование факторов производства.

А. Маршалл. Предпринимательство отождествлял с менеджментом, с управлением фирмой.

Й. Шумпетер. В качестве конституирующего признака предпринимательства выделил новаторство.

Таким образом, можно дать следующее определение: **предпринимательство** – самостоятельная, инициативная, хозяйственная деятельность юридических лиц, осуществляемая в условиях конкуренции, при экономической ответственности за результаты. Целью предпринимательства является получение дохода, закрепление на рынке, расширение масштабов хозяйствования.

Побудительными экономическими мотивами предпринимательства можно назвать:

1. Коммерческий успех: а) максимизация прибыли;
б) закрепление и расширение доли рынка.
2. Максимум продаж (максимум экономического роста, закрепление господства на рынке).
3. Новаторство в отрасли, лидерство в НТП.

Сущностные признаки предпринимательства характеризуются экономическими результатами хозяйственной деятельности, обусловлены самой природой хозяйствующих субъектов.

Предпринимательство предполагает:

- а) соизмерение затрат, новаторство и инициативу, хозяйственный риск;
- б) конкурентоспособность;
- в) имущественная ответственность.

Объектом предпринимательства является определенная экономическая деятельность, которая реализуется в управлении фирмой экономический интерес собственника.

Субъектами предпринимательства могут быть участники экономической деятельности, производства. Во-первых, частный собственник – физическое лицо,

во-вторых, коллективный собственник (юридическое лицо), ассоциация, акционерное общество, кооператив, в-третьих, государство.

В современных условиях, во всех странах, предпринимательская деятельность базируется на разграничении собственности на средства производства фирмы и управления. Этому способствует широкое распространение акционерной собственности. В США, например, 25% трудоспособного населения является держателями акций.

Предпринимательский бизнес в мелких фирмах является общедоступным делом. Во всех странах поощряется государством и составляет основу постоянного воспроизведения предпринимательской среды.

Рассмотрим **требования и гарантии предпринимательской деятельности.**

Мировая теория и практика, обобщив мировой опыт предпринимательства, закрепила в законах те требования, которые необходимы для эффективного функционирования предпринимательства. Эти обобщения опираются на работы Ф.Хайека и Я.Корнаи:

1. Бизнес, предпринимательство должны быть ограждены от вмешательства извне.
2. Должна быть обеспечена абсолютная защита собственности.
3. Налоговая система не должна ограничивать инвестиции.
4. Кредитная система, кредитная политика должны стимулировать образование, капиталы и рост инвестиций.
5. Предпринимательская деятельность гарантируется законодательством.
6. Выполнение частных контрактов должно гарантироваться. Особенно важно здесь соблюдение двух правил:
 - а) отказ от присвоения чужой собственности;
 - б) выполнение добровольно взятых на себя обязательств.
7. Предпринимательство, частный бизнес должны уважаться обществом.

Предпринимательская деятельность может осуществляться, как мы уже отмечали, в различных формах. Эти формы дополняют друг друга, превращая процесс производства и продвижения товаров и услуг к потребителю в целостный и достаточно эффективный процесс. **Предпринимательство - это особая форма экономической активности.**

На сегодняшний день в мире не существует общепринятого определения предпринимательства. Американский ученый, профессор Роберт Хизрич определяет «предпринимательство как процесс создания чего-то нового, что обладает стоимостью, а предпринимателя как человека, который затрачивает на это все необходимое время и силы, берет на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым». В американской научной и учебной литературе дается множество и других определений, характеризующих предпринимательство и предпринимателя

с экономической, политэкономической, психологической, управленческой и других точек зрения.

Английский профессор Алан Хоскинг утверждает: «Индивидуальным предпринимателем является лицо, которое ведет дело за свой счет, лично занимается управлением бизнесом и несет личную ответственность за обеспечение необходимыми средствами, самостоятельно принимает решения. Его вознаграждением является полученная в результате предпринимательской деятельности прибыль и чувство удовлетворения, которое он испытывает от занятия свободным предпринимательством. Но наряду с этим он должен принять на себя весь риск потерь в случае банкротства его предприятия».

Следовательно, современное понимание сущности предпринимательства должно строиться, как представляется, на базе синтеза ключевых достижений западной и отечественной экономической мысли о его функциональной стороне и принципиальных положениях политико-экономической диалектики. Более конкретно это предполагает принятие в расчет закономерностей развития технологий производства, функционального содержания предпринимательской деятельности и её роли в организации производства, значения эволюции отношений собственности.

10.3. Виды предприятий, фирм

В условиях рыночной экономики функционируют различные формы фирм и предприятий. В экономической литературе раскрываются особенности различных форм предприятий и фирм. Очевидно, наиболее оптимальной стоит признать такую характеристику всех форм предприятий и фирм, представленную в экономической литературе, которая делит их на следующие группы:

1. Организационно-экономические формы предприятий.
2. Хозяйственно-правовые формы предприятий.
3. Формы фирменной организации.

1. Организационно-экономические формы предприятий выделяются по особенностям структурной организации и управления ими.

Здесь выделяются две большие группы предприятий:

- а) Производственные предприятия, самостоятельно функционирующие.
- б) Объединения предприятий (в России – ведущее место занимают производственные объединения, научно-производственные объединения и др.) эти объединения предприятий опираются на особый экономический механизм организации производства и управления.

К предприятиям организационно-экономических форм относятся:

Трест – такая форма объединения предприятий, когда они утрачивают хозяйственную и экономическую самостоятельность. Управление централизовано, собственники становятся совладельцами, акционерами.

Концерн – многоотраслевой комплекс предприятий, в котором структурные единицы сохраняют статус юридического лица – все они подчинены финансовому

контролю, единому руководству. Обычно ядром концерна является холдинговая или инвестиционная компания, осуществляющая контроль через систему участия. Характерными особенностями концерна являются: объединение различных по характеру деятельности структурных единиц (промышленные, финансовые, транспортные, торговые) и наличие производственной (хозяйственной) интеграции между этими звеньями. В зависимости от типа интеграции различают концерны:

- горизонтальной интеграции, объединяющие предприятия различных отраслей;
- вертикальной интеграции, объединяющие предприятия одного производственного цикла от добычи сырья до выпуска готового изделия.

Конгломерат – многоотраслевая, многофилиальная структура, организованная не на основе функциональных принципов (производство, сбыт, финансы), а основана на объединении полуавтономных в оперативном отношении филиалов, несущих экономическую ответственность за результаты своей деятельности. Характеризуется широкой децентрализацией управления, прерогатива центрального руководства распространяется на принятие стратегических решений, чаще всего связанных с распределением финансовых ресурсов и отсутствием функциональных связей между входящими в конгломерат предприятиями. Сложность и недостаточная гибкость обуславливает неустойчивость этой формы организации, распадающейся при возникновении экономических трудностей (ухудшение конъюнктуры и т.п.). В этом смысле холдинговая форма контроля, при которой головная компания (холдинг) не вмешивается в дела филиалов и не требует от них отчетности, довольствуясь дивидендами, является более жизнеспособной. К конгломератам можно отнести предприятия, включающие научно-производственные объединения (НПО), производственные объединения (ПО), конструкторские бюро, строительные тресты.

Многоотраслевой научно-технический комплекс (МНТК) занимает особое место среди организационно-экономических форм предприятий. Это экономическое объединение научно-производственных единиц, с целью научно-исследовательской и опытно-конструкторской деятельности. Главная задача – проведение инжиниринговых разработок. Например, МНТК "Микрохирургия глаза", НПО "Научные приборы".

2. Хозяйственно-правовые формы предприятий

В основу типологии хозяйственно-правовых форм предприятий положены экономические основы присвоения, характер собственности на средства производства и на готовую продукцию.

Выделяют следующие основные формы предприятий:

- а) государственные предприятия;
- б) муниципальные предприятия;
- в) коллективные предприятия;
- г) частные предприятия.

Производные формы предприятий:

- а) кооперативные предприятия;
- б) семейные предприятия;
- в) товарищества;
- г) акционерные общества;
- д) арендные предприятия;
- е) совместные предприятия.

Раскроем экономическую сущность предприятий различных форм собственности. **Государственные предприятия** основаны на государственной собственности, созданы на основе государственных бюджетных средств, выполняют важную социально-экономическую роль, воспроизводственный процесс в народном хозяйстве не может осуществляться без государственных предприятий. Государственные предприятия главным образом выполняют не коммерческие задачи, а структурные, воспроизводственные, социальные задачи. Например, в Великобритании экономическая политика М. Тэтчер была направлена на поддержку государственных предприятий ряда отраслей, на решение социальных задач: направлена на обеспечение гарантии сохранения рабочих мест, при более низкой заработной плате.

Государственные предприятия работают в особых условиях, они занимают особое место в народном хозяйстве нашей страны. Дело в том, что посредством государственного предпринимательства реализуются важные социально-экономические функции:

1. Обеспечение целостного экономического пространства.
2. Регулирование пропорций народного хозяйства и динамики хозяйственного развития.
3. Реализация целей НТП.

Государственные предприятия России занимают особое место в системе народного хозяйства. Они могут составлять значительную или преобладающую долю в отрасли, посредством государственного предпринимательства реализуются важные социально-экономические функции – обеспечение целостности экономического пространства (транспорт, информационные и коммуникационные сети), регулирование пропорций и динамики хозяйственного развития (добывающие отрасли, энергетика), реализация НТП (становление новых производств, новых технологий, новой продукции, производство общественных товаров). Об этом же свидетельствует и практика зарубежных индустриально развитых стран. В силу указанного, государственные предприятия могут иметь разные механизмы хозяйствования, то есть выступать коммерческими, ориентированными на получение прибыли, и некоммерческими, функционирующими на основе установленных нормативов. Отсюда ясно, что получившее у нас широкое распространение мнение об априорной неэффективности государственных предприятий, мягко говоря, безосновательно. Что касается удельного веса государственных предприятий, как и государственной собственности вообще, то он зависит от целого ряда факторов: во-первых,

исторически сложившихся обстоятельств, во-вторых, степени развития производительных сил.

Обратимся к статистике и практике других стран:

США – доля государственной собственности менее 7%; Австрия - 100% в атомной энергетике, в других отраслях – до 30%; Великобритания – почта, связь, угольная промышленность были национализированы в начале XX века, а конце XX века осуществлялась приватизация предприятий угольной промышленности и других отраслей, следовательно, доля государственной собственности сократилась. Процессы приватизации государственной собственности, разгосударствления проходили и в ряде других стран Западной Европы.

Опыт различных стран показывает, что удельный вес государственных предприятий может быть различным, он зависит от сложившихся исторических условий, экономического развития; от уровня развития производительных сил; задач экономического развития на конкретном историческом отрезке времени.

Муниципальное предприятие – хозяйственное предприятие, учрежденное местной администрацией, действует в рамках данного территориально-административного образования, выполняет социально-экономические задачи, стоящие перед администрацией городов, сел, районов. Коммунальные предприятия образуются путем выделения части муниципальной собственности, за счет средств местных администраций и других коммунальных предприятий. Управление осуществляется на основе сочетания принципов самоуправления и прав учредителя данного предприятия. Специфической особенностью коммунальных предприятий является то, что чаще всего они имеют некоммерческий характер. Основной направленностью деятельности коммунальных предприятий является обеспечение превышения того уровня социальных условий жизни, который создается функционированием государственной собственности – гарантированный минимум социальной защиты, но в современных условиях стремление к получению прибыли, коммерциализация деятельности таких предприятий становится распространенной.

Коллективное предприятие - основанная на собственности трудового коллектива хозяйственная единица, деятельность которой осуществляется в интересах представляющего её добровольного объединения работников. Коллективные предприятия возникают в случаях перехода всего имущества в собственность трудового коллектива, выкупа арендуемого имущества или приобретения другим законным путем. Важнейшими организационными принципами данной формы являются:

1. Всеобщее, равное и прямое участие в управлении, независимо от величины пая.
2. Выделение пая каждого работника в имуществе предприятия и его прирост, обуславливаемый трудовым участием. На вклады работников начисляются проценты, а по прекращению трудовой деятельности на предприятии работнику выплачивается его доля.

Основную трудность в деятельности коллективного предприятия представляют вычленение из общего результата работы коллектива личного вклада конкретного работника и обеспечение механизма реального участия работников в управлении предприятием.

Проблема преодоления отчуждения работников от средств производства стоит остро, так как само формальное закрепление собственности за работниками не дает еще решения проблемы. Здесь важное место принадлежит технико-экономическим факторам. От организационной структуры коллективного предприятия зависит многое. Не случайно коллективное предприятие – это, как правило, среднее или малое предприятие.

Коллективные предприятия довольно широко представлены сегодня в США. Возникновение их относится к концу 60-х – началу 70-х годов, связано с реализацией так называемой программы ESOP (Employee Stock Ownership Plan), представляющей собой воплощение идей Луиса Келсо по демократизации собственности и созданию стимулов для повышения эффективности производства через привлечение к управлению рабочих.

Индивидуальное (частное) предприятие основано на базе частной собственности граждан. Это хозяйственная единица, право собственности которой принадлежит одному лицу. Говоря об индивидуальном, частном предприятии, следует обратить внимание на то, что лежащая в его основе индивидуальная частная собственность отличается от личной собственности не только объектами присвоения, но и источниками возникновения. В то же время индивидуальное предприятие следует отличать от индивидуальной трудовой деятельности. Во-первых, субъект индивидуальной трудовой деятельности не всегда выступает юридическим лицом, в отличие от индивидуального предприятия, что предопределяет различное правовое регулирование их хозяйственной деятельности, во-вторых, индивидуальная трудовая деятельность основывается на личном труде, индивидуальное же частное предприятие допускает привлечение и наемного труда.

Произведенная индивидуальным предприятием продукция и полученные доходы являются собственностью учредившего его лица и используются им по своему усмотрению.

Рассмотрим, проанализируем производные формы предприятий, функционирующих на основе коллективной собственности.

Кооперативное предприятие – хозяйственная единица, основанная на добровольном объединении граждан и их имущества, для совместного ведения хозяйственной деятельности. Имущество образуется за счёт денежных, материальных и других взносов членов кооператива. Кооперативная форма предприятия, функционирующего на основе коллективной собственности, предполагает равное участие всех членов кооператива в управлении им, распределении доходов согласно размеру внесенного пая и трудового участия. В отличие от коллективного предприятия, основанного на общей совместной собственности, в рамках которой ассоциированный её владелец может

претендовать только на принадлежащей ему вклад в денежной форме, члены кооперативного предприятия сохраняют право на долю собственности, которая может быть изъята при выходе из кооператива.

Семейное предприятие – предприятие, основанное на праве общей совместной или долевой собственности разных родственников, но без юридического оформления пая. Представляет разновидность частного предприятия. Во главе семейного предприятия стоит один из членов семьи, это может быть муж, жена, старший сын. Он же оформляет на свое имя юридические документы на право собственности и ведения хозяйства. Он является формально-юридическим частным собственником предприятия, и ему по праву принадлежит доход, полученный семейным предприятием. Форма хозяйствования как «совместно ведущие трудовое хозяйство» не требует обязательного трудового участия. Управление осуществляется единолично, а продукция и полученные доходы присваиваются учредившими его членами на основе добровольного согласия на условия, предложенные главой семейного предприятия. Данная форма предприятия используется чаще всего фермерами.

Арендное предприятие основано на договорном владении собственностью на правах полного хозяйственного владения предприятием на определенный срок. Условием функционирования арендных предприятий является возмездность и возвратность собственности согласно договору. Специфической особенностью арендного предприятия является то, что в нем разделение субъекта собственности и субъекта хозяйствования принимает законченную форму. На стороне собственника сохраняются права в отношении определений целей деятельности предприятия, его реорганизации и ликвидации, контроль за эффективностью использования представленного в аренду имущества, хотя лежащие в основе образования данной формы предприятия арендные отношения не порождают по своей природе изменения прав собственности, законодательством предусмотрено право арендаторов на выкуп арендуемого предприятия. Управление предприятием осуществляется на основе принципов самоуправления.

Привлекательность аренды достаточно очевидна:

1. Способ получить большую хозяйственную свободу.
2. Способ повысить доходы.
3. Возможность изменить форму собственности.

Арендуемые предприятия используются в основном для повышения доходов. Аренда средств производства на определенный срок сдерживает стремления арендатора внедрять достижения НТП.

Товарищества и акционерные общества в хозяйственно-правовых формах предприятий занимают особое место. Они вызваны к жизни теми изменениями в производительных силах, которые привели к возникновению крупных предприятий, их возникновение связано с необходимостью централизации капитала.

Товарищества - объединения закрытого типа с ограниченным числом участников, осуществляющих контроль через долевое владение (пай) собственностью. Чертами товарищества являются:

1. Фиксированный состав участников.
2. Ценные бумаги не обращаются на фондовой бирже.
3. Отсутствие у держателей прав передачи пая без согласия других членов, которые пользуются преимущественными правами покупки.
4. Минимальный размер установленного фонда обычно не устанавливается.

Полное товарищество характеризуется безусловной и полной ответственностью членов товарищества за результаты хозяйствования, в том числе и личным имуществом.

Товарищество с ограниченной ответственностью – то, в котором его члены несут имущественную ответственность только в размерах внесенного паевого взноса.

Коммандитное товарищество – смешанная форма, при которой часть членов, занимающихся от имени товарищества хозяйственной деятельностью, несет полную имущественную ответственность всей своей собственностью, а часть (коммандитисты) - только величиной внесенного пая.

Акционерное предприятие – основанная на долевом владении неограниченного количества членов хозяйственная единица, управление которой осуществляется на основе долевого участия (акций) владельцев. Образование акционерных предприятий осуществляется путем выпуска ценных бумаг (акций и облигаций), размещением (продажей или передачей) акций среди держателей. При этом держатели акций, дающих право на участие в управлении предприятием, являются совладельцами, в то время как держатели облигаций - лишь кредиторами и не принимают участия в управлении.

Акционеры несут имущественную ответственность по обязательствам предприятия только в пределах своего вклада (пакета акций).

Акционерное общество неверно рассматривать в качестве формы долевой собственности. Единственным и единым собственником имущества акционерного предприятия, полученного за счет продажи акций, хозяйственной деятельности или приобретенного, является само акционерное общество. Акционер же обладает правом собственности лишь на акцию, дающую право на получение известного дохода. Держателями акций могут выступать предприятия, учреждения, граждане.

Очевидным преимуществом акционерного предприятия является его способность мобилизовать в короткие сроки значительные финансовые средства за счет продажи акций.

Совместное предприятие – хозяйственная единица, основанная на разных формах собственности и созданная путем объединения имущества учредивших её юридических лиц, в том числе и иностранных. Вклады учредителей могут быть представлены: материальными ресурсами, денежными средствами и ценными бумагами, имущественными правами. В качестве учредителей могут выступать предприятия и учреждения, государство и отдельные граждане. Собственность

совместного предприятия образуется за счет вкладов участников, полученных в результате хозяйственной деятельности, доходов, приобретенного имущества. Управление совместным предприятием осуществляется посредством создаваемого учредителями специального органа. Совместные предприятия – классический образец организованной в форме товарищества хозяйственной единицы. Поэтому имущественная ответственность по обязательствам предприятий зависит от того, какой из видов товарищества (полное, коммандитное, с ограниченной ответственностью) положен в основу организации.

Наибольший интерес вызывают совместные предприятия с участием иностранного капитала: здесь переплетены экономические интересы трех субъектов:

1. Иностранные инвесторы при главной цели – разведать рынок стремятся использовать такие приметы нашей экономики, как дешевое сырье и низкая заработная плата, слабое природоохранное законодательство (даёт экономию 20% инвестиций), а также получить доступ к нашим научно-техническим разработкам.
2. Российские партнеры в качестве доминирующих интересов ставят получение хозяйственной свободы, более сильной юридической защиты, получение валюты, обеспечение поставок комплектующих.
3. Государство преследует такие цели, как насыщение товарного рынка, развитие экономического потенциала, доступ к передовой технике и технологии.

Государство старается создать выгодные экономические условия для привлечения иностранного капитала. Однако не достаточно одних льгот и гарантий, чтобы стимулировать вложения в высокотехнологические, наукоемкие производства. Существует понятие «инвестиционный климат», под которым подразумевается совокупность социально-экономических факторов, определяющих притягательность экономики для иностранного капитала, где экономическим показателям: уровень развития инфраструктуры, политическая стабильность, конвертируемость валюты, состояние платежного баланса отводится важнейшая роль. В современных условиях существует низкая оценка «инвестиционного климата» в России. Российское правительство предпринимает массу усилий, направленных на повышение эффективности совместных предприятий, на улучшение климата для привлечения иностранных капиталов. В настоящее время делаются довольно обширные попытки в направлении усиления привлекательности экономики для иностранного капитала:

- разрешено создание предприятий, полностью основанных на иностранной собственности;
- усилены гарантии по защите иностранных инвестиций;
- предусмотрена возможность передачи в аренду участков земли с их природными ресурсами;
- разрешен перевод за рубеж прибыли.

Таким образом, анализ хозяйственно-правовых форм предприятий в условиях рыночной, смешанной экономики позволяет выявить множество конкретных,

специфических форм предприятий, отличающихся характером собственности на средства производства, условиями управления и распоряжения готовой продукцией и доходами предприятия, условиями внедрения научно-технического прогресса и расширения объемов производства.

3. Формы фирменной организации

В условиях рыночной экономики, в условиях обострения конкурентной борьбы возникают новые организационные формы предприятий. Эти предприятия функционируют как коммерческие фирмы. Само понятие «фирма» расплывчато и не несет экономической определенности. Обычно фирмой называют юридическое лицо, ведущее коммерческую деятельность, несущее экономическую и имущественную ответственность.

Фирма – хозяйственно-правовая единица, владеющая обособленным имуществом и оформленными правами юридического лица.

Фирма ведет экономическую, хозяйственную деятельность.

В качестве фирмы могут выступать:

- предприятия различных отраслей народного хозяйства;
- организации, учреждения коммерческого профиля, предоставляющие услуги;
- отдельное физическое лицо, производящее продукцию или предоставляющее определенный комплекс услуг.

Фирма может быть:

- а) именной, когда в ее название включено имя владельца,
- б) предметной – в названии отражается род деятельности фирмы.

Рассмотрим соотношение экономических категорий «фирма» и «предприятие». Фирма как понятие, экономическая категория раскрывает более широкий диапазон экономических отношений. «Фирма» - это комплекс средств производства, а «предприятие», кроме того, характеризуется определенной кооперацией труда. По своим хозяйственным функциям фирма имеет специфическую технико-экономическую структуру, а по управлению может быть похожа на предприятие. У нас часто категория «фирма» присутствует лишь в названии, а не в деятельности. Но фирма по своей социально-экономической деятельности, по своей социально-экономической сущности отлична от предприятия. Ранее в экономике России фирмы представлены были редко. А в настоящее время идет процесс бурного развития форм фирменной организации.

Рассмотрим некоторые специализированные фирмы, функционирующие в экономике России.

Страховая компания (общество) – учреждение банковского типа, осуществляет мобилизацию денежных сбережений посредством страхования в различных формах.

Денежные средства использует для долгосрочного финансирования путем покупки акций, облигаций.

Страховые компании отличаются от банковских. Страховые компании имеют перед банками то значительное преимущество, для них высокая ликвидность активов не столь существенна, как для банков, и они имеют возможность осуществлять вложения более долгосрочного характера, в том числе и в государственные ценные бумаги.

Следует иметь в виду, что развитие страхового дела связывается с двумя типами факторов: во-первых, рост благосостояния, обусловивший увеличение операций по страхованию имущества и личного страхования, во-вторых, нестабильность социального положения в рыночной экономике – страхование от безработицы. Уже это позволяет сделать прогноз о широких возможностях для страховых фирм в нашей экономике.

История СССР: в нашей стране частные страховые компании были ликвидированы в 1919г. И страхование стало монопольной прерогативой государства. Сейчас негосударственные страховые общества возродились вновь. Например, основана «Акционерная страховая компания» («АСКО»), осуществляющая операции по страхованию всех видов транспорта и транспортных перевозок, имущества, коммерческих и банковских операций, а также здоровья и жизни людей.

Инвестиционная компания- учреждение, фирма банковского типа. Осуществляет мобилизацию денежных средств путем эмиссии собственных ценных бумаг с целью приобретения ценных бумаг других предприятий и организаций. Получает прибыль на разнице дивидендов. Часто инвестиционные фирмы берут на себя выпуск и размещение ценных бумаг других предприятий по их заказу, получая в этом случае доход в виде учредительной и эмиссионной прибыли.

Инвестиционные компании отличает от банков то, что они менее скованы в осуществляемых операциях в отличие от банков, которым законодательством часто запрещаются вложения в акции предприятий. Однако вложения инвестиционных фирм тоже регулируются – капитал должен быть рассредоточен: обычно запрещается вкладывать деньги в ценные бумаги одной компании более 10% капитала. Кроме того, акции инвестиционных фирм предполагают обязательные погашения при предъявлении держателем, чего акции обычных компаний не предусматривают.

Акционерное общество «Российская инвестиционная компания» («Росинвест») ставит своими целями:

- 1) инвестирование средств в негосударственные коммерческие структуры;
- 2) содействие разгосударствлению и приватизации предприятий (консультационная помощь);
- 3) содействие формированию рынка ценных бумаг (организации подписки, размещение акций, обменные и залоговые операции);
- 4) представление интересов инвесторов на зарубежных фондовых рынках и иностранных инвесторов в России.

Инновационная фирма – предприятие, деятельность которого направлена на разработку и внедрение новых технологий, разработку и освоение новых видов изделий. Сфера распространения – наукоемкие отрасли производства, требующие значительных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Фирмы-новаторы стали определяющим фактором не только НТП, но и активного формирования рынка, расширяя ассортимент продукции и стимулируя спрос. В сфере инновационной деятельности «пальма первенства», несомненно, принадлежит малым предприятиям, давшим в послевоенный период, например в США, половину всех промышленных новшеств и 95% радикальных изобретений (персональный компьютер, инсулин, калькулятор, ксерокс, фотокамеры поляроид). Малые инновационные фирмы обеспечивают более эффективное использование финансовых ресурсов: при меньших затратах они обеспечивают более высокие результаты, на доллар затрат обеспечивают более быстрые темпы внедрения в производство новых технологий и других нововведений.

Характерные для малых фирм простота в управлении, концентрация усилий на отдельных проблемах, присущее небольшим коллективам единомыслие выдвинули их в ряд призванных новаторов производства. Именно этим и объясняется та широкая поддержка, которую оказывает им государство – субсидии, целевое финансирование, налоговые льготы. Учитывая, что прохождение новаторских идей в рамках малых фирм требует на 60-75% времени меньше, чем в крупных, малые инновационные фирмы всегда находятся в поле зрения крупных корпораций, вступающих в действие на стадии высокой готовности нововведений, в то время как большая доля риска лежит на первых. Рисковый характер – отличительная черта деятельности инновационных фирм. По данным западных специалистов, до 90% новых изделий не приносят коммерческого успеха, в силу чего десятки тысяч новых предприятий терпят крах.

Инновационные фирмы, действующие в областях с повышенной долей риска, где неопределенность результатов изначально признана, получили название венчурных (venture, т.е. рисковые) фирм. Учитывая, однако, тот факт, что сама по себе «степень» риска довольно условна, а фирмы ведут разработки по нескольким направлениям, более правильно было бы говорить о венчурном капитале. Особую активность в сфере венчурного бизнеса проявляют инвестиционные компании, подключающиеся к финансированию после представления убедительной концепции производственной программы и сбыта.

Лизинговая компания – специализированная финансовая коммерческая организация, осуществляющая в качестве посредника приобретение элементов основных средств производства и недвижимого имущества с целью последующей передачи в аренду на длительный срок. Лизинг – это своеобразная форма аренды, при которой функции арендодателя выполняет посредническая финансовая (лизинговая) компания, берущая на себя на первом этапе все расходы по приобретению имущества. Поэтому в отличие от аренды лизинговые операции предполагают наличие трех субъектов: производителя оборудования, лизинговой фирмы-арендодателя и арендатора. Возникая как организации,

специализирующиеся на оказании особого рода услуг, лизинговые фирмы чаще всего являются либо дочерними отделениями коммерческих банков (США), либо филиалами коммерческих корпораций (Германия – опыт Запада).

Лизинговые сделки, в отличие от краткосрочного проката (рентинг) – до одного года, заключаются на более продолжительный период.

Различают следующие **виды лизинга**:

1) оперативный – контракты, как правило, заключаются на среднесрочный период (3-5 лет) и предполагают выплату арендатором лизинговой компании платежей, включающих амортизацию и процент за кредит;

2) финансовый – предполагает заключение контракта на более длительный срок (от 5 до 15 лет) и выплату в течение этого срока арендной платы, обеспечивающей полную амортизацию и прибыль лизинговой фирме, являясь по сути формой долгосрочного кредитования. По окончании лизингового контракта арендатор может продлить или перезаключить его на льготных условиях, либо выкупить имущество по остаточной стоимости.

Экономическое содержание лизинга

По своему экономическому содержанию лизинг – специфическая форма финансирования капитальных вложений, не требующая от пользователей имущества крупных единовременных затрат, которые берет на себя лизинговая фирма. Это дает предприятиям, особенно мелким и средним, целый ряд преимуществ. Во-первых, расширяются возможности инвестиций, т.к. финансовые средства не связываются крупными единовременными вложениями. Во-вторых, облегчается доступ к передовой технике и расширяются возможности модернизации и реконструкции, что очень важно в условиях быстрого морального старения техники, оборудования. В-третьих, лизинговые контракты предоставляют пользователям широкие услуги по обслуживанию оборудования. В-четвертых, лизинг способствует установлению тесных контактов между потребителями и производителями оборудования, позволяя тем самым оперативно реагировать на пожелания потребителей и устранять конструктивные упущения. Все это обусловило самое широкое и все растущее распространение лизинга в индустриально развитых странах.

Брокерские конторы – коммерческие учреждения, выполняющие посреднические услуги по купле-продаже товаров и ценных бумаг на бирже, а также осуществляющие и собственные операции. Брокерские фирмы действуют на товарной и фондовой биржах в качестве официально зарегистрированных юридических лиц, имеющих монопольное право на заключение сделок между конгломератами. Следует иметь в виду, что сделки осуществляются:

- а) с наличным товаром;
- б) с контрактами на поставку в будущем (фьючерсные сделки);
- в) с нетоварными ценностями.

Доходы брокерских фирм формируются как за счет прибыли от проведенных собственных операций, так и процентных отчислений (комиссионных от стоимости оборота посреднических сделок в соответствии со шкалой, установленной на бирже).

Аудиторские фирмы – организации, специализирующиеся на проведении квалифицированных бухгалтерских ревизий, проверке финансовых документов коммерческих предприятий и организаций с точки зрения соответствия их ведения установленному порядку, правильности отражения в них результатов хозяйственной деятельности и уплаты налогов. К примеру, в Великобритании такие проверки проводятся регулярно. В последние годы роль аудиторских фирм постоянно возрастает. И вызвано это отнюдь не только усложнением систем налогообложения. По мере распространения такого рода коммерческой деятельности как консультации по вопросам уклонения от налогов, ставшей по сути отраслью с многомиллиардными оборотами, аудиторские фирмы становятся не только инструментом борьбы с уклонением от налогообложения, но и с фирмами-консультантами.

Аудиторские фирмы могут выполнять и другие услуги: контроль за обращением (Audit Bureau of Circulation) или контроль за состоянием потребительского рынка (Audits of Great Britain Ltd). Довольно часто к услугам аудиторов прибегают и частные компании как с целью проведения исследования каких-либо экономических и финансовых проблем, так и проверки хозяйственной деятельности своих филиалов или дочерних предприятий. В качестве дохода с аудиторских фирм может выступать не только плата за проведенную работу, но и часть выявленной ими величины укрытых от налогообложения средств.

Литература

1. Экономическая теория (политэкономия): Учебник / Под общей ред. акад. В.И. Видяпина, акад. Г.П. Журавлевой. – М.: ИНФРА – М, 2003.
2. Экономическая теория / Под ред. А.И. Добрынина, Л.С. Тарасевича. – СПб.: СПбГУЭФ, Питер, 2004.
3. Экономика в вопросах и ответах: Учеб. пособие / Под ред. И.П. Николаевой. – М.: ТК Велби, Проспект, 2003.
4. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Микроэкономика. – СПб.: Питер, 2004.
5. Самуэльсон П.Л., Нордхаус В.Д. Экономика. Лаборатория базовых знаний. – М., 2004.
6. Долан Э.Д., Линдсей Д.Е. Рынок: микроэкономическая модель / Пер. с англ. В. Лукашевича и др.: Под общ. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича. – СПб., 1992.

Содержание

Введение.....	3
Тема 6. Производство.....	4
6.1 Влияние научно-технического прогресса на изменения в процессе производства на фирме. Производственная функция.....	4
6.2 Изокванты.....	12
6.3 Краткосрочность и долгосрочность изменений на фирме.....	13
6.4 Производство с одним переменным фактором.....	13
6.5 Закон убывающей отдачи.....	15
6.6 Отдача от масштаба производства.....	22
6.7 Бюджетные ограничения. Изокоста.....	25
Тема 7. Особенности рынка факторов производства.....	28
7.1 Специфика рынка экономических ресурсов и их функции.....	28
7.2 Особенности спроса на экономические ресурсы.....	30
7.3 Анализ факторов , влияющих на цены средств производства.....	32
Тема 8. Цена и механизм ценообразования.....	34
8.1 Ценообразование в условиях рынка совершенной конкуренции. Экономическая теория цены.....	34
8.2 Способы ценообразования в условиях конкурентного рынка.....	39
8.3 Монопольное ценообразование.....	42
8.4 Ценовая политика фирмы.....	45
Тема 9. Факторы устойчивости доходов фирмы.....	47
Тема 10. Предприятие в системе рыночных отношений.....	51
10.1 Экономическая природа предприятия. Предприятие и рынок.....	51
10.2 Экономическое содержание предпринимательства.....	57
10.3 Виды предприятий, фирм.....	59
Литература.....	71