

# Экономика

19 августа 2014 г.

Преподаватель:

Шевченко Екатерина Владимировна

Литература:

1. “Основы экономики. Учебное пособие для не экономических специальностей.” Сидоров
2. Колисов Н Д Сидоров “Экономическая теория”
3. Булатова “Экономика”

## 1 Микроэкономика

### 1.1 Спрос и предложение

[Сторона предложения]  $\rightarrow$  [Товар]  $\longrightarrow$  [Сторона потребления]

Спрос: Потребление, Рост благосостояния.

Предложения: Прибыль

Товар или услуга — объект рыночного обмена.

Обмен бывает в натуральной форме (Обмен товара на товар (Т - Т), называется бартер) или в денежной форме (Товар - Деньги - Товар)

1. Потребность — нужда, необходимость в чем то конкретном.

Потребности бывают(расположены в порядке убывания значимости):

- (a) Физиологическая
  - (b) Безопасность
  - (c) Социальная
  - (d) Самореализация
  - (e) Признание
2. Желание — потребность, имеющая законченную форму, зависящую от личных качеств человека.
  3. Спрос(обозначается  $D$ ) — готовность приобрести определенный товар или услугу.
  4. Платежеспособный спрос — спрос, подтвержденный денежными средствами.

Закон кривой спроса( $\frac{1}{x}$ ): по мере снижения цены на товар, спрос на него растет.  
Не ценовые факторы:

1. Вкусы потребителя (Восприятие).
2. Рост числа покупателей.
3. Цены на сопутствующие товары или спрос на них.
4. Безопасность (Гост, Технические условия, Брак, Срок годности).
5. Коммуникации (Чем больше нам рекламируют товар, то тогда даже если мы не хотим покупать этот товар, мы его покупаем).

Существует понятие эластичность спроса — это степень изменения спроса в зависимости от изменения цен. Существует понятие единичной эластичности - зубная паста, высокая и средняя.

- $E = 1$  - равновесная эластичность
- $E < 1$  - низкая эластичность
- $E > 1$  - высокая эластичность

Закон кривой предложения : Цена растет — Предложение растет

#### **Аксиомы маркетинга(рынка):**

1. Успех — вызывает подражание
2. Подражание — выбор
3. Выбор — конкуренция
4. Конкуренция — совершенство

Точка равновесия — это объединение графиков функций закона предложения и закона спроса. Ниже по  $Oy$  — дефицит, выше — излишки.

Цена также регулируется государством. Завышенные цены называются дискриминационными, заниженные — демпинговыми.

#### **Цена:**

1. Себестоимость
2. Заработная плата
3. Налоги
4. Амортизация(Средства на ремонт или типа того)
5. Прибыль

В зависимости от спроса на товары и услуги меняется их жизненный цикл. Для успешного и длительного жизненного цикла важно грамотно формировать ценовую политику, поддерживать качество продукции и вести постоянный учет меняющихся факторов.

## **Факторы микро-среды:**

1. Внутренняя среда компании (Финансы, Персонал, Техника и Технологии, Маркетинг).
2. Конкуренты.
3. Поставщики.
4. Посредники — связующее звено между потребителем и производителем, иногда они не нужны.
5. Контактные аудитории — фирмы, которые напрямую не задействуют производство, но способствуют ему.

Любое предприятие воздействует на факторы микро-среды исходя из собственных ресурсов и стратегии.

**Правило Поретто или правило 20\80:** 20% постоянных клиентов приносят 80% прибыли.

В условиях рыночной экономики любая фирма должна стремиться завоевать конкурентное преимущество и постоянно формировать новые идеи на период падения спроса.

## **1.2 Производство и отношение собственности**

Производство это процесс создания материальных (товаров) и не материальных (услуг) благ. Производство всегда имеет определенный способ.

Способ производства(Производительные силы (средства труда, предметы труда), Производственные отношения (Производство  $\Rightarrow$  Распределение  $\Rightarrow$  Обмен  $\Rightarrow$  Потребление))

Производительные силы неотделимы от производственных отношений. Производственные отношения формируют так называемый механизм использования средств и предметов труда для создания благ.

Распределение это система доведения благ до конечных потребителей на рынке, включающий в себя как товародвижение, так и товаропродвижение.

Обмен характеризуется совокупным количеством сделок, происходящих на рынке. Сделка это единица обмена, предусматривающая наличие как минимум 2х сторон. Обмен может быть натуральным(Т-Т, бартер) и морально-денежным(Т-Д-Т). Деньги тоже являются товаром, но особенным, который служит эквивалентом для измерения стоимости других товаров.

Существуют следующие факторы производства:

Основные:

1. Труд
2. Земля
3. Капитал

Дополнительные:

4. ?

5. ?

**Преобразование ресурсов:** Ресурсы  $\Rightarrow$  Предприятие  $\Rightarrow$  Другие ресурсы

Производство состоит в преобразовании ресурсов. Ресурсы бывают: материальные, финансовые, технические, технологические, человеческие (интеллектуальные), организационно-культурные. Отношения производства должны подразумевать получения определенной эффективности ( $\text{Эффективность} = \frac{\text{блага}}{\text{затраты}}$ ), Эффект — натуральная величина (рубли, штуки...). Экономические отношения тесно связаны с отношениями собственности.

**Три элемента собственности:**

1. Субъект присвоения — тот кто владеет/распоряжается/пользуется/воздействует на объект
2. Объект присвоения — то что присваивается субъектом
3. Характер присвоения — в какой степени это мое

**Характер присвоения бывает:**

1. Владение — полное обладание вещью
2. Распоряжение — не подразумевает совершение сделок с собственностью, но позволяет изменить ее
3. Пользование — ничего не можем делать (Read Only)...

Любая компания должна знать как экономическое, так и юридическое толкование собственности. Юридическое толкование: правовые установки, связанные с соблюдением законодательства части собственности. Экономические интересы всегда связаны с получением выгоды. Выгода может быть материальной и не материальной. К материальным относится прибыль и другие финансовые результаты. Нематериальная составляющая — имидж и улучшение благосостояния общества. С экономическим интересом тесно связано понятие мотивации.

**Определение.** Мотивация — побудительные меры и стимулы к определенному действию или предпринимательству.

**Определение.** Предпринимательство — деятельность, направленная на получение прибыли путем преобразование ресурсов.

В России предпринимательская деятельность регулируется федеральным законом “О предприятиях и предпринимательской деятельности”.

## Согласно этому закону предприятия:

- > 250 человек — крупные
- [100; 250] — средние
- [16; 99] — малые
- < 16 — микро

Помимо численности персонала в основе классификации лежит размер уставного капитала и годовой доход предприятия. Указанный закон содержит так же совокупность прав и обязательств для разных форм бизнеса, а так же предусматривает различные системы налогообложения и кредитования для той или иной группы. Существуют различные организационно-правовые формы (ОПФ) предприятия. Каждая ОПФ выбирается исходя из масштабов деятельности, особенностей деятельности и целей предприятия. Все рыночные субъекты должны регулярно отслеживать факторы изменяющейся среды. Это необходимо с целью минимизации рисков и оптимизации ресурсов.

*Тема к следующему семинару.*

О предпринимательстве:

1. Теория в развитии предпринимательства и этапы развития предпринимательства
2. Сущность и функции предпринимательства в рыночной среде
3. Признаки предпринимательской деятельности
4. Условия развития предпринимательства
5. Основные организационно правовые формы(ОПФ) предприятий
6. Малые предприятия и их особенности

### **1.3 Основные и показатели функционирования хозяйственно-гно механизма.**

Деятельность любой компании характеризуется следующими показателями:

1. Выручка (то что мы получили от продажи услуг/товаров)
2. Численность персонала (может меняться, текучесть кадров называется когда быстро меняется работники на 1м рабочем месте)
3. Материальные затраты (затраты на закупку материалов, сырья, электроэнергии, комплектующие)
4. Стоимость основных фондов (показатель характеризующий имущество, то которое есть у компании) (вычисляется средняя в год)
5. Стоимость оборотных средств (вычисляется средняя в год)

6. Себестоимость продукции/услуг (сколько средств ушло на создание товара)

*Исходные данные.*

Цена = затраты на изготовление (себестоимость) + заработная плата + амортизация + налоги + *прибыль*.

Амортизация - отчисление на восстановление износа (фиксируется как процент от прибыли) (связана либо с моральным износом или с физическим).

Налог - (6-36%).

Выручка - Цена × Объем продукции.

*Расчетные данные.*

1. Прибыль = Выручка - Себестоимость

2. Прибыль (чистая) = Выручка - Себестоимость - Амортизация - Налоги - Зарботная плата.

3. Производительность труда =  $\frac{\text{Выручка}}{\text{Численность персонала}}$  [руб.];  $\frac{\text{Объем продукции}}{\text{Численность персонала}}$  [колич.]

4. Рентабельность =  $\frac{\text{Прибыль}}{\text{Себестоимость}}$  [%]

5. Материальноемкость =  $\frac{\text{Материальные затраты}}{\text{Выручка}}$

6. Фондоземкость =  $\frac{\text{Основные фонды}}{\text{Выручка}}$

7. Зарплатоемкость =  $\frac{\text{Фонд оплаты труда}}{\text{Выручка}}$

8. Амортизационная емкость =  $\frac{\text{Амортизация}}{\text{Выручка}}$

9. Рентабельность продаж =  $\frac{\text{Выручка}}{\text{Себестоимость}}$

10. Фондоотдача =  $\frac{1}{\text{Фондоземкость}} = \frac{\text{Выручка}}{\text{Основные фонды}}$

Анализ деятельности предприятия всегда производится за отчетный период в динамике. По итогам выявляются негативные факторы воздействия и разрабатывается комплекс мер по их устранению.

*Требования к системе хозяйственного механизма:*

1. Создание равных условий для всех субъектов и всех форм собственности

2. Включения механизмов, позволяющих поддерживать рыночное равновесие

3. Высокие противозатратные свойства

4. Переход на новые подходы к оценке деятельности предприятий (затратные, конкурентные)

5. Обеспечить эффективное регулирование производственных отношений как по вертикали, так и по горизонтали
6. Высокие антиинфляционные свойства
7. Механизм должен быть универсальным и позволять переход с ценовых на налоговые формы регулирования
8. Свобода предпринимательской деятельности (я делаю что мне хочется, но только соблюдая законы)
9. Самофинансирование субъектов за счет реализации продукции
10. Баланс интересов всех субъектов и территорий
11. Защита интересов производителей и потребителей
12. Антиманопольность
13. Системность саморегулирования и научная обоснованность

Система хозяйственного механизма должна операться на грамотное распределение бюджета, инвестиционный механизм, стимулирующий механизм, налогообложение и ценовую политику. (Бывает политика низких цен и высоких. Низких - сначала привлекают покупателя низкими ценами и потом ее повышают, Высоких - делаем свой товар рекламой типа крутым и снимаем сливки, и потом потихонечку приходится понижать цену по идее). *Вся совокупность нормативов при соответствующих расчетах помогает разрешить большинство проблем, независимо от времени и экономической ситуации. Перечисленные нормативы являются основой для функционирования как отечественных, так и зарубежных компаний.*

## **1.4 Прибыль, издержки и доходы предприятия**

### **Вопросы к семинару**

1. Средний и предельный доходы
2. Выручка и ее составляющие
3. Понятие упущенной выгоды фирмы
4. Издержки и их виды
5. Меры по снижению затрат предприятия
6. Бухгалтерская и экономическая прибыль
7. Факторы влияющие на затраты

## Доход

**Определение.** Доход — общая выручка предприятия от реализации продукции. При расчетах показатель называется либо выручка либо реализованная продукция.

При расчете выручки учитывается цена на продукцию и объем продаж. Рост выручки не всегда свидетельствует о расширении производства, а иногда обусловлен ростом цены.

Свободная конкуренция заставляет фирмы максимизировать прибыль за счет сокращения затрат. Затраты зависят не только от цен на ресурс, но и от технологий, средств оплаты труда, организации работ.

**Определение.** Издержки — все затраты, необходимые для производства и реализации продукции.

Любая фирма сталкивается с препятствием высоких затрат и постоянно ищет резервы их снижения. Наряду с этим важной задачей является максимизация прибыли за счет привлечения дополнительных ресурсов.

Все расходы предприятия и денежные поступления рассматриваются с точки зрения финансового баланса и всегда в динамике.

При рассмотрении издержек важно учитывать возможности кампании, угрозы, а также ее сильные и слабые стороны (SWOT анализ). Экономические издержки делятся на внутренние и внешние, общие, постоянные и переменные и должны четко классифицироваться бухгалтером кампании.

**Определение.** Общие издержки — издержки сформированные за счет всех видов деятельности и реализации всех видов продукции. Называют валовыми.

Фирма всегда анализирует составляющие валовых издержек (постоянные и переменные).

**Определение.** Постоянные издержки — издержки, которые не меняются в зависимости от объема производства продукции.

К постоянным издержкам относятся:

- Расходы на эксплуатацию оборудования.
- Затраты на эксплуатацию сооружений.
- Амортизация.
- Страховка.
- Аренда.
- Фиксированные платежи.
- Прошлые обязательства компании.
- Административные расходы.
- Накладные расходы.

**Определение.** Переменные издержки — издержки зависящие от объемов производства.

К переменным издержкам относятся:

- Сырье.
- Вспомогательные материалы.
- Энергия в любом виде (электро, топливо и т.д.).
- Транспорт.
- Реклама.

**Определение.** Средние издержки — издержки, отражающие затраты на единицу продукции.

Расчетная формула:  $\frac{\text{Общие издержки}}{\text{Объем продаж}}$

**Определение.** Предельные издержки — дополнительные издержки, связанные с производством еще одной единицы продукции. Предельные издержки влияют на переменные затраты.

Анализ издержек всегда связан с поиском факторов минимизации. Если анализ краткосрочный (до года) то важно создать такую комбинацию влияющих факторов, которая будет оптимальной. В долгосрочном анализе важно учитывать конкурентный рынок, стабильность экономики, политическую обстановку, демографические факторы, технические и технологические. При анализе издержек, важно выявить оптимальный объем производства (не всегда максимальный объем). Важно учитывать два меняющихся фактора: труд и капитал.

**Цена товара** является денежным выражением стоимости и всегда зависит от издержек. При установлении цены важно определить минимально и максимально возможные пределы, а так-же точку безубыточности.

Точка безубыточности

На сегодняшний день затратный метод снижения цены применяется не часто, либо сочетается с рыночными методами, ориентированными на потребителя и конкурента.

### **Основные способы снижения затрат предприятия**

1. Поиск наиболее выгодных условий взаимодействия с поставщиками сырья и материалов
2. Поиск наиболее дешевого сырья и материалов
3. Экономия на электроэнергии (оптимальный расход)
4. Сокращение затрат на коммуникации и рекламу
5. Поиск более экономичных технологий
6. Замена ручного труда машинным

## 7. Другое

Теория издержек требует постоянного внимания и ставит перед руководством задачу привлечения дополнительных ресурсов и поиска альтернатив.

## 2 Макроэкономика

### 2.1 Основы макроэкономического регулирования экономики.

Объектом регулирования является: совокупный спрос (то количество денег, которое готово потратить население для оплаты своих нужд), совокупное предложение и совокупное производство (то что производят все отрасли вместе). Эти 3 объекта характеризует состояние экономики. Если кризис то состояние этих объектов нарушено. Все объекты имеют прямые взаимосвязи. Важно чтобы 3 составляющие пропорционально развивались. Это сможет обеспечить нормальное развитие экономики. Нарушения равновесия наблюдается в следующих случаях:

1. Структурный кризис (несоответствие спроса и предложения)
2. Массовая безработица
3. Экономический кризис (падает спрос, закрываются предприятия, мало покупаются товары вторичных потребностей, состояние бюджета мало)
4. Растущая инфляция

Для устранения разбалансированности экономики необходим хозяйственный механизм. Он представляет собой способ организации и регуляции хозяйства. Данный способ заключается в эффективном распределении ресурсов, труда, средств производства по различным отраслям. Существует также понятие “Невидимая рука” — действия частных предпринимателей, ведущих к достижению из цели и выгоде. “Невидимая рука” действует разяду с государственным вмешательством, которое напротив, действует по “принципу” “все идет своим чередом”. Рассмотрим понятие обратной связи: реакция рынка и потребителем на различные маневры. В качестве обратной связи часто выступает изменение спроса, в зависимости от изменения цены. Если спрос на товары повышен, то степень изменения, в зависимости от цены, ниже.

Принципы распределения на макро уровне:

1. Обязательный учет неравенства способности людей.
2. Каждый человек должен получать доход согласно вкладам.
3. Рыночная экономика связана с неравенством доходов, так как господствует частная собственность.
4. Распределение доходов должно стимулировать производство и его эффективность.
5. В условиях свободной конкуренции всегда будет существовать неравенство доходов.

Таблица 1: Признаки регулирования экономики

Рыночный регулятор	Государственный регулятор
Хозяйственные решения принимаются в интересах фирм и домашних хозяйств	Решения принимаются на макроуровне и учитывают общественные интересы
Воздействие идет по принципу горизонтальных связей	Управление строится по вертикале (нормативные документы для фирм и домохозяйств)
Регулирование базируется на договорных началах	Регулирование базируется на принуждении

По мере увеличения богатства дифференцируется население. Возникает социальное неравенство. Социальное расслабление не должно приводить к образованию групп, находящихся за чертой бедности. (Доходы ниже прожиточного минимума)

На микроуровне при рыночном регулировании проявляется свобода хозяйствующих субъектов.

На сегодняшний день в руках государства находятся предприятия добычи некоторых видов транспорта, новейших отраслей, учреждений социальной сферы, энергетика. Переход в частные руки возможен лишь частично. На сегодняшний день наиболее эффективно социально-ориентированная экономика.

...заключается:

1. Социальные права и свобода выбора
2. Различное сочитание и одновременно существование всех форм собственности. (Плюрализм)
3. Удовлетворение потребностей всего населения (социальная инфраструктура, образование, здравоохранение, культура и так далее)

Существует показатель, который называется индексом человеческого развития. Он предложен ООН и складывается из следующих показателей:

1. Сумма ВВП на душу населения
2. Продолжительность жизни
3. Уровень образования (базового и дополнительного)

Социально ориентированная экономика распределяет личные доходы граждан путем налогообложения. Налоги могут быть федеральными и местными. Существует также льготное налогообложение. При наличии кризисных явлений необходимо более глубокое вмешательство государства, которое должно осуществлять регулируемую функцию, информационную функцию, стимулирующую функцию, распределительную функцию, принимать антикризисные меры, налаживать денежную политику и искать возможные резервы. В изучении социально-экономической политики и социально ориентированной экономики принимали участие различные школы и ученые. Среди таких: Адам Смит, Жан-Батист Сей, Кейнс, Неоклассическая школа и так далее. Сравнительная характеристика различных теорий .. позволяет обозначить ... вмешательство государства в экономику.

Кейнсианство	Неоконсерватизм
Принцип эффективного спроса	Принцип эффективного предложения
О гударствлении экономики	Переход собственности в частные руки (Разгосударствление, приватизация)
Налаживаниерегулирования и планирование	Свертывание госрегулирования
Рост...нолооблажение	
Разсоциальных программ	Отказ и уменьшение количества государственных социальных программ

Таблица 2: Сравнительная характеристика теорий

При переходе от административно плановой к рыночной экономике методы управления сменились с жестких на демократичные (партнерские или мягкие). Степень свободы хозяйствующих субъектов увеличилась. Преобладать стала частная собственность, а степень государственного регулирования снизилась.

*Формы организации малого бизнеса и их характеристика*

1. Принципы функционирования малых предприятий
2. Виды малых предприятий
3. Преимущества и недостатки деятельности малых фирм
4. Кредитование малого бизнеса
5. Налогообложение малого бизнеса
6. Формы государственной поддержки малых предприятий
7. Проблемы малого бизнеса в России

Федеральный закон о предпринимательстве и предпринимательской деятельности (редакция от 2008 года) К малым предприятиям относят такие, численность персонала на которых не превышает 100 человек. Отдельно выделяют микропредприятия, численностью до 15 человек. Минимальный размер уставного капитала 10 тысяч рублей.

*Малые предприятия организуются в следующих формах.*

1. Личное подсобное хозяйство
2. Домашнее хозяйство (Семейное хозяйство)
3. Крестьянские (Фермерские) хозяйства
4. Коммерческие организации (Преобладают)
5. Отдельно выделяют индивидуальных предпринимателей

Доля малого бизнеса в общих структурах составляет приблизительно семьдесят процентов.

*Формы малого бизнеса:*

1. Торговля

2. Сфера услуг (Консультационные, финансово-кредитных, Юридические услуги, Бытовые услуги, Страхование и другое)

На сегодняшний день малых бизнес актуальность малого бизнеса возрастает и в данной сфере занято все больше людей. Рост малых предприятий связан так же с социальной значимостью, а именно

Предложение	Спрос
Новые продукты, новые услуги новые технологии	Рост на услуги и неопределенность спроса
Сотрудничество малых и средних предприятий	Безработица
Использование зарубежного опыта	Появление большого числа незаполненных рыночных ниш
Демографические изменения	Растущая гибкость и возможность специализации
Безработица	Изменение в структуре экономики
Рост уровня образования	
Приватизация и развитие предпринимательской культуры	
Изменение отношения к риску	

*Для создания малого предприятия необходимо:*

1. Регистрация ((В отдельных случаях) лицензирование) (Устав предприятия, Постановка на учет в налоговой инспекции, Изготовление печатей и штампов, Внесение в государственный реестр, Уплата государственной пошлины)
2. Формирования протокола №1. (Сведения об Руководитель, Сведения об учредителях, и дата постановления на учет)
3. Уголок потребителя, содержащий : Сведетельство о регистрации, Лицензия (если требуется), Книга жалоб и предложений, Закон о защите прав потребителя, Правила осуществления деятельности, Копия устава на усмотрение руководителя.

*Направление поддержки малых предприятий*

1. Правая поддержка (Упрощение процесса регистрации, Предоставление бухгалтерской, финансовой и других отчетностей, Упрощение процесса ликвидации).
2. Финансово - кредитная поддержка (Сроки рассмотрения займов, понижение процентной ставки, особые программы финансирования)
3. Поддержка развития местных рынков (Формирование ассортимента в мало развитых районах, Формирование благоприятной конкурентной среды, Упрощение двойных барьеров)

4. Создание и развитие материальной и технической базы для малых предприятий (доступ к аренде, возможность использования доверительного собственности, оборудование, инновации и так далее)

На сегодняшний день, несмотря на различные уровни государственной поддержки малых фирм, предприниматели испытывают различного рода затруднения при ведении бизнеса)

*Возможность формирования конкурентных преимуществ малых фирм.*

1. Ориентироваться на долгосрочную стратегию.
2. Использовать инновации
3. Стремиться к гибкости и мобильности
4. Бороться с устареванием
5. Стремиться к активности и изобретательности
6. Своевременно реагировать на изменения
7. Обладать конкурентным преимуществом
8. Постоянно совершенствоваться
9. Исключить недобросовестную конкуренцию

**Определение.** Экономический рост — увеличение основных показателей, характеризующих экономическое развитие, таких как ввп, инфляция, безработица, уровень цен, демографический показатель.

**Определение.** ВВП — количество всех товаров, произведенных как внутри страны, так и за рубежом.

**Определение.** ВВП — кол-во товаров, произведенных национальными компаниями.  
Показатели, характеризующие .....

Темп роста (%) = Текущего периода / Предыдущий период

Если этот показатель больше 100 процентов, то динамика положительна, если нет, то отрицательна.

Темп прироста = Темп роста - 100%

Экономический рост является важной целью так как рост потребностей населения растет.

Темпы роста и прироста как правило рассчитываются за год.

ВВП и ВВП могут быть увеличены либо за счет количественных показателей, либо за счет качественных показателей. В первом случае речь идет об экстенсивном росте, а во втором интенсивном.

Важной характеристикой является наличие кризисов. Кризис характеризуется застойным либо циклическим снижением вышеуказанных показателей. Кризис может быть общим, структурным (нарушение баланса по отдельно взятым отраслям), частичным или отраслевым.

**Определение.** Экономический цикл — период между возникающими колебаниями в экономике (сезонность, деловая активность, сбой).

Периодические колебания иногда связаны с обновлением деятельности, как правило 20-25 лет. Колебания так-же могут быть связаны с демографией, использованием запасов. Экономические циклы бывают длинные и короткие, критичные и некритичные. Экономический рост должен обеспечивать занятость населения, эффективную эластичность спроса, снижение безработицы, снижение или стабилизацию инфляции, увеличение уровня рождаемости, снижение смертности. Важно чтобы экономический рост являлся долговременным, а не эпизодическим. Теорию экономического роста рассматривали: неоклассики, кейнсиансы с разных точек зрения и факторов развития. В целом экономический рост позволяет обеспечить как социальные достижения, так и политико-экономические. Антикризисные меры должны проводиться государством регулярно по всем отраслям и сферам деятельности на основе предварительного экономического анализа.

## 2.2 Международное разделение труда

... Международной признается деятельность, которая ведется на территории как минимум двух стран. Мировая торговля основана на международном разделении труда, в его основе лежат всевозможные различия: географические (климат), природно климатические, социально экономические, демографические и научно-технические. При этом важно наличие межхозяйственных связей. Взаимодействие между странами выгодно тогда, когда обе они достигают эффективности, а именно:

1. Импорт распространяется на те продукты, которые производить внутри дороже.
2. Если специализация ведет к накоплению капитала.
3. Если увеличивается спрос на рабочую силу.
4. Если наблюдается значительная разница в издержках.

Важным показателем является производственная возможность (сырье, технологии, техническое оснащение, интеллектуальный ресурс, финансы). Существует понятие — открытость экономики: ВВП на душу населения, доля экспорта и импорта, общий внешнеторговый оборот, удельный вес зарубежных инвестиций. Важной характеристикой является экспортный потенциал — возможное количество продукции, которую может реализовать страна на мировом рынке. При выходе на международный рынок существует ряд барьеров:

1. Таможенные квоты (пошлины)
2. Налоговые
3. Лицензирование

Ограничения могут быть прямыми и косвенными и характеризуются для каждой отдельно взятой отрасли или рынка. При международной торговле всегда учитываются условия поставки, цены, сроки. В мировой торговле важно соблюдать ... баланс то есть соотношение экспорта и импорта в денежном эквиваленте. Разница между ними формирует активный или пассивный баланс.

Таблица 3: Формы и типы конкуренции

Микросреда	Макросреда
поставщики	эконом.
посредники	политика
потребители	культуры
конкуренты	технические
контактная аудитория	технология
	природные
	демографические

**Определение.** Платежный баланс — соотношение фактических платежей в другую страну и полученных от другой страны.

В мировой практике торговый баланс является важнейшей макроэкономической категорией. При этом отрасли хозяйства разделены на следующие группы:

1. Сельское хозяйство, животноводство, скотоводство.
2. Строительство
3. Перерабатывающая промышленность
4. Электроэнергия, газ, водоснабжение
5. Торговля, рестораны, гостиничный бизнес
6. Связь, Транспорт и складирование
7. Финансовая сфера, недвижимость, страхование
8. Камунальные услуги, общественные и личные

При оценке баланса изучаются как каждая отдельно взятая отрасль, так и в совокупности.

## 2.3 Формы и типы конкуренции

Конкуренты — рыночные соперники, производящие подобный товар, или оказывающие такую-же услугу. Конкуренция является мотивирующим фактором для предприятия к совершенствованию своей деятельности. При выходе на рынок и оценки возможностей компания должна оценить свою конкурентоспособность и выявить конкурентное преимущество.

Виды конкуренции:

1. Ценовая и не ценовая.

Ценовая — когда конкурирующее с вами предприятие делает товар дешевле.

Не ценовая — Конкуренция с поиском не ценовых методов борьбы (что нить оригинальное, конкурсы, реклама прикольная, или как песенка про Windows 8)

## 2. Отраслевая и межотраслевая

Отраслевая — очень схожие товары и в одной ценовой диапозоне.

Другое — когда один товар на рынке может заменить другой.

## 3. Прямая и косвенная конкуренция.

Прямая — когда одно не скрывает свою конкуренцию.

## 4. Совершенная (чистая) и не совершенная конкуренция.

Совершенная — конкуренция на равных правах при свободном выходе на рынок, которая позволяет фирмам выйти в лидирующие позиции за счет конкурентных преимуществ.

Несовершенная — преобладают агрессивные формы воздействия. Выход на рынок затруднен. Методы конкурентной борьбы не всегда честные.

## 5. Конкуренция продавцов и конкуренция покупателей.

Конкуренция продавцов или производителей подразумевает преобладание предложения над спросом, заставляет производителей искать новые возможности сбыта и постоянно совершенствоваться.

Конкуренция покупателей — Возникает при дефиците, либо в случаях когда товары редкие, коллекционные, эксклюзивные, раритетные (товары узкого сегмента, как правило).

### 2.3.1 Модели рынка

#### 1. Модель совершенной или чистой конкуренции

Число фирм огромное, продукция однородная, препятствие при выходе на рынок отсутствует, контроль за ценами не ведется, неценовая конкуренция тоже отсутствует.

#### 2. Монополитическая

Товар один, продукция не имеет аналогов и заменителей, контроль за ценами высокий, вход на рынок практически невозможен, форма продвижения — реклама

#### 3. Монополистическая конкуренция

Товар представлен в большом количестве, рынок дифференцированный, контроль за ценами незначительный, вступление в отрасль значительно легче, чем при монополии, неценовая конкуренция мало развита.

#### 4. Олигополия

Производителей несколько, товар стандартный либо дифференцированный, контроль за ценами умеренный, неценовая конкуренция развита, препятствия при выходе на рынок существенные.

Сегодня преобладает несовершенные формы конкуренции, в некоторых отраслях монополия и олигополия. С точки зрения завоевания рынка выделяют лидера рынка, претендента на лидерство и последователей. Конкурентное поведение может быть трех типов: приспособление, обеспечивающееся (фирма, достигнув своих позиций пытается их удерживать на приемлемом уровне), новаторское (характерно для фирм, которые могут одержать победу над конкурентами, обладают преимуществом, устойчивые, работоспособные и могут предложить нечто новое).

Любое предприятие должно стремиться к честной конкурентной борьбе, которая позволяет выделиться за счет собственных преимуществ, а не недостатков конкурентов.

## Содержание

<b>1</b>	<b>Микроэкономика</b>	<b>1</b>
1.1	Спрос и предложение . . . . .	1
1.2	Производство и отношение собственности . . . . .	3
1.3	Основные и показатели функционирования хозяйственно механизма.	5
1.4	Прибыль, издержки и доходы предприятия . . . . .	7
<b>2</b>	<b>Макроэкономика</b>	<b>10</b>
2.1	Основы макроэкономического регулирования экономики. . . . .	10
2.2	Международное разделение труда . . . . .	15
2.3	Формы и типы конкуренции . . . . .	16
2.3.1	Модели рынка . . . . .	17