**Домашнее задание **

1. Охарактеризуйте все факторы, влияющие на российский рынок продовольствия. Почему растут цены на продовольствие и как, по вашему мнению, государство может сдерживать рост цен?

**1. Важным фактором в этом вопросе является рост цен на продовольствие на мировом рынке,** так как сегодня Россия завозит от 45% до 50% потребляемых в стране продуктов питания. Соответственно, за импортное продовольствие приходится платить больше, если мировые цены на него растут. Основная причина резкого подорожания продовольствие во всем мире - **увеличение производства биотоплива и рост численности населения в развивающихся странах, особенно в Китае и Индии.** В результате этих факторов на мировом рынке существенно возрос спрос на сельхозпродукцию, что не могло не отразится на ситуации в России. Наша страна "довольно сильно зависит от импорта. Это крайне важная проблема, которую необходимо решить в этом и последующие годы".

У нас поистине не занимаются регулированием рынка продовольствия. Ежегодно растет импорт, который субсидируется правительствами других стран, и, естественно, "забивает" производство в России. **Нужно ставить барьеры на объемы импортного продовольствия, внутренний рынок России необходимо обеспечить качественными продуктами отечественного производства.**

**2. Монополизм российской экономики и неблагоприятный предпринимательский климат (административные барьеры, коррупция и система налогообложения, произвол спекулянтов и торговцев продовольствием, а так же криминал). Соответственно резкое падение объёмов производства продовольствия в стране.**

Так, в 2007 году промышленное производство в России составило менее 85%, а сельскохозяйственное - около 75% от уровня 1991 года. Для сравнения, в Белоруссии показатели 1991 года в 2007 году соответственно превышены на 70% и 58%.

Особенно тяжёлое положение сложилось в российском сельском хозяйстве, где посевные площади сократились, примерно, на 1/3 (на 30 млн.га), число коров уменьшилось на 50%, свиней в 3 раза и т.д. Соответственно, резко сократилось производство зерна (в среднем на 40 млн.т.), мяса (на 50%), молока (на 35%), яиц (на 40%) и т.д., в связи с чем резко вырос импорт некачественного зарубежного продовольствия, а также резко увеличилась наша зависимость от импортных цен.

К этому добавилось давление оптовых покупателей, торговцев и криминала. В Европе, закупочные цены, которые оплачивают оптовики крестьянам за их продукцию, составляют до 50% от розничных цен. В России это, в лучшем случае,  13%-20% . В большинстве стран между производителем и конечным потребителем действуют в среднем 3 фирмы: оптовик-переработчик-продавец. У нас в России их 6. И у каждой свой "навар". Поэтому продовольственные спекулянты и получают до 60% от стоимости сельхоз продукции, а вся их прибыль затем закладывается в конечные цены и оплачивается нашими гражданами.

Кроме того, хотя производителей у нас миллионы, свободной конкуренции на рынках у нас нет. Так как криминальные структуры контролируют практически все продовольственные рынки и именно они диктуют на них свои цены. При этом, необходимо иметь ввиду, что большинство рынков у нас, в отличии от цивилизованных стран, являются приватизированными (частными).

Для кардинального повышения эффективности отрасли необходимо также **совершенствовать подготовку кадров и решить задачу привлечения выпускников к работе на селе.** Для того, чтобы человек не уехал в город, ему надо обеспечить полный набор социальных услуг – детские сады, магазины, места отдыха и так далее. Необходимо увеличение финансирования.

Ошибки реформаторов девяностых годов были настолько велики, что до сих пор, спустя десятилетие, российские власти не могут исправить положение. **Очередной попыткой реанимировать отечественное сельское хозяйство стала новая правительственная программа по развитию отрасли в 2008-2012 гг., на которую выделено более 550 миллиардов рублей, что в три раза больше, чем в предыдущие пять лет.** Если пять лет назад на поддержку сельского хозяйства направлялось 0,8% расходов федерального бюджета, то сейчас этот показатель увеличен до 1,5%.

**3. Следует также учитывать, что в России климатические условия для сельского хозяйства существенно хуже, чем в большинстве развитых стран.**

Поэтому энергозатраты на обработку 1 га пашни в России в 3 раза выше, чем в странах Евросоюза, и в 5 раз, чем в США. Однако, если в странах ЕС **поддержка государства** покрывает до 1/2 себестоимости сельхозпродукции, в США около 30%, то в России большинство Государственной Думы выделили всего 1% госрасходов. Такая сельскохозяйственная "политика" власти привела к тому, что до 80% наших колхозов и совхозов стали убыточными и обанкротились.

*“К новому подорожанию продуктов питания грозит привести реализация мер, озвученных правительственными чиновниками.*

*Минэкономразвития не видит необходимости в продлении соглашения о замораживании цен на основные продукты питания после 1 мая, потому что* ***заморозка перестала быть эффективной****. Таким образом, признано, что побороть инфляцию понятными населению административными мерами невозможно, как и указывали экономисты.*

*Теперь министерство в борьбе с инфляцией переориентируется с запретительных мер (ограничения на экспорт продовольственных товаров) на стимулирующие. По словам замминистра Андрея Клепача,* ***одним из новшеств будут инструменты по стимулированию сбережений населения.***[*"Ведомости"*](http://www.vedomosti.ru/newspaper/article.shtml?2008/04/21/146526) *считают, что это будет столь же неэффективной мерой. Ведь ключевые факторы, влияющие на рост цен, другие: мировая тенденция к подорожанию продовольствия и топлива, приток капитала в страну, рост госрасходов и низкий уровень конкуренции в экономике.*

## Задача №1. Эластичность спроса по цене

В ювелирном магазине продаются браслеты по цене 300$. За первую неделю было продано 10 штук. После снижения цены до 200$, за вторую неделю было продано 30 штук. Правильным ли было решение о снижении цены? Посчитайте коэффициент эластичности спроса по цене на браслеты.

***Решение:***

Ювелирный магазин:

1 неделя: 300$/браслет, продано 10 штук;

2 неделя: 200$/браслет, продано 30 штук;

Коэффициент эластичности спроса по цене на браслеты:



где - процентное изменение величины спроса,  - процентное изменение цены.



 - спрос эластичен: цена () падает, потребительский спрос () увеличивается пропорционально больше, общие расходы на этот товар () растут, следовательно увеличивается валовый доход фирмы () . Решение о снижении цены было **правильным**.

***Задача №2.***

На оптовом рынке продаются макароны по цене 300 рублей за десятикилограммовый ящик. За день было продано 10 ящиков макарон. После снижения цены до 200 рублей, было продано за день 12 ящиков макарон. Правильным ли было решение о снижении цены? Посчитайте коэффициент эластичности спроса по цене на макароны.

***Решение:***

Оптовый рынок (десятикиллограмовые ящики макарон):

1 день: 300 руб./ящик, продано 10 штук;

2 день: 200 руб./ящик, продано 12 штук;

Коэффициент эластичности спроса по цене на ящики:



 - спрос неэластичен: цена () падает, потребительский спрос () увеличивается пропорционально меньше, общие расходы на этот товар () падают, следовательно уменьшается валовый доход фирмы () . Решение о снижении цены было **неправильным**.

## Задача №3. Эластичность спроса по доходу

Определите коэффициенты эластичности спроса по доходу и категории товаров по данным, приведенным в следующей таблице:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ассортимен-тная группа**  **товаров** | **Расходы семьи**  **(в дол.)** | | **Коэф. эластичности спроса по доходу** | **Категория товаров** |
| **1ый месяц** | **2ой месяц** |
| A | 300 | 500 |  | первой необходимости |
| B | 300 | 700 |  | нормальные товары (“стандартный набор”) |
| C | 250 | 200 |  | низкокачественные |
| D | 150 | 600 |  | предметы роскоши |
| Доходы семьи  (в дол.) | 1000 | 2000 |  |  |

***Решение:***

Коэффициент эластичности спроса по доходу:



где - процентное изменение спроса,  - процентное изменение дохода.

 (реакция спроса на рост дохода растёт в меньшей степени, чем доход)

- товары группы A – первой необходимости;

чуть больше 1 (реакция спроса на рост дохода растёт с ростом дохода)

- товары группы B – нормальные товары (“стандартный набор”);

 (реакция спроса на рост дохода падает)

- товары группы C – низкокачественные товары;

(реакция спроса на рост дохода растёт в большей степени, чем доход)

- товары группы D – предметы роскоши. ***Задача №4. Равновесие потребителя (кардинализм)***

В набор потребителя входят два товара: пиво и закуска (креветки). Одна кружка пива стоит 10$, а одна порция закуски (10 креветок) — 5$. Всего он готов потратить в этот вечер 25$. Найти, какое количество кружек пива и порций закусок купит рациональный потребитель в состоянии равновесия? Данные, необходимые для решения задачи, приведены в таблице.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Число кружек пива | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Общая полезность пива (u1) | 10 | 18 | 24 | 28 | 31 | 33 |
| Предельная полезность каждой следующей кружки пива (mu1) | 10 | 8 | 6 | 4 | 3 | 2 |
| Число порций креветок | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Общая полезность порций креветок (u2) | 7 | 13 | 18 | 22 | 28 | 27 |
| Предельная полезность каждой следующей порции креветок (mu2) | 7 | 6 | 5 | 4 | 6 | -1 |
| Ценность, полученная потребителями пива (mu1/P1) | 1 | 0.8 | 0.6 | 0.4 | 0.3 | 0.2 |
| Ценность, полученная потребителями закусок (mu2/P2) | 1.4 | 1.2 | 1 | 0.8 | 1.2 | -0.2 |

***Решение:***

Правило, которым руководствуется в своём поведении рациональный потребитель (условие равновесия рационального потребителя):

******

Это означает, что потребитель получит максимальную полезность при данном уровне дохода, когда равны получаемые предельные полезности на единицу затрат при покупке разных благ.

В нашем случае, в набор потребителя входят два товара: пиво и закуска (креветки). Одна кружка пива стоит 10$, а одна порция закуски (10 креветок) — 5$.

Из таблицы видно, что равны ценности, полученные потребителями:

1) 1 кружки пива и 3 порций закусок; 

2) 2 кружек пива и 4 порций закусок; 

Всего он готов потратить в этот вечер 25$. Следовательно, в этом случае рациональный потребитель в состоянии равновесия купит **1 кружку пива и 3 порции креветок.*Задача №5. Равновесие потребителя (ординализм)***

Вы решили отметить день рождения в перерыв, угостив друзей набором из двух продуктов: “Coca-Cola” и конфеты «Белочка». Для вас безразлично, какой из перечисленных наборов использовать.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Набор товаров** | **Coca-Cola (кол-во бутылок) (X)** | **Конфеты (кг) (Y)** | **Предельная норма замещения (MRS)** |
| A | 12 | 1 |  |
| B | 6 | 2 |  |
| C | 4 | 3 |  |
| D | 2 | 6 |  |

Одна бутылка стоит 2$, 1 кг конфет стоит 6$. Всего Вы готовы потратить 24$.

1. Нарисуйте на графике кривую безразличия и линию бюджетного ограничения. Найдите точку равновесия потребителя.
2. Возможно ли, находясь на данном уровне общей полезности, приобрести наборы: 8 бутылок Coca-Cola и 3 кг конфет; 10 и 4?
3. Если 1 бутылка стала стоить 3$, а конфеты 4$ при прежнем уровне расхода, равном 24$, куда переместится на графике точка равновесия потребителя? **(эффект замещения)**
4. Если свои расходы вы готовы увеличить до 34$ при сохранении цен 2$ за бутылку и 6$ за конфеты, куда переместится на графике точка равновесия потребителя? **(эффект дохода)**

***Решение:***

1. **Кривая безразличия** – ГМТ, которое показывает различные комбинации двух благ, обладающих одинаковой полезностью.

**Бюджетная линия** – все комбинации товаров, которые потребитель может купить на данный доход при данных ценах.

- уравнение бюджетной линии.

Уравнение бюджетной линии в нашем случае: 

**Равновесие потребителя** (consumer equilibrium) – оптимальное правило покупки товаров – точка касания линии бюджетного ограничения с кривой безразличия.

Точка равновесия потребителя в нашем случае: , т.е. **6 бутылок “Coca-Cola” и 2 коробки конфет “Белочка”.**



2) 



Находясь на данном уровне общей полезности, приобрести наборы: 8 бутылок Coca-Cola и 3 кг конфет; 10 и 4 – **невозможно.**

3)Если одна из цен: блага X или блага Y изменится, бюджетная линия будет “вращаться”.

Если 1 бутылка стала стоить 3$, а конфеты 4$ при прежнем уровне расхода, равном 24$, то уравнение бюджетной линии будет: , точка равновесия потребителя переместится, её координаты станут равными: , т.е. **4 бутылки “Coca-Cola” и 3 коробки конфет “Белочка” (эффект замещения).**



4) Рост дохода вызывает параллельное смещение бюджетной линии вправо вверх (при условии, что цены благ X и Y не меняются).

Если свои расходы вы готовы увеличить до 34$ при сохранении цен 2$ за бутылку и 6$ за конфеты, то точка равновесия потребителя переместится вправо вверх. **(эффект дохода)**

**Домашнее задание **

**Выбор оптимального выпуска продукции фирмы на рынке совершенной конкуренции в краткосрочном периоде**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | | |  | | | | Прогнозируемые цены | | | | | | | | | |
| Тыс. шт. | Тыс. евро | | | Евро | | | | Апрель  p = 40€ | | Май  p = 30€ | | Июнь  p = 25€ | | Июль  p = 20€ | | Август  p = 16€ | |
| Q | FC | VC | TC | MC | AFC | AVC | АТС | TR | +/- | TR | +/- | TR | +/- | TR | +/- | TR | +/- |
| 0 | 35 | 0 | 35 |  | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0 | -35 | 0 | -35 | 0 | -35 | 0 | -35 | 0 | -35 |
| 1 | 35 | 24 | 59 | 24 | 35,0 | 24,0 | 59,0 | 40 | -19 | 30 | -29 | 25 | -34 | 20 | -39 | 16 | -43 |
| 2 | 35 | 40 | 75 | 16 | 17,5 | 20,0 | 37,5 | 80 | 5 | 60 | -15 | 50 | -25 | 40 | -35 | 32 | -43 |
| 3 | 35 | 60 | 95 | 20 | 11,7 | 20,0 | 31,7 | 120 | 25 | 90 | -5 | 75 | -20 | 60 | -35 | 48 | -47 |
| 4 | 35 | 85 | 120 | 25 | 8,8 | 21,3 | 30,0 | 160 | 40 | 120 | 0 | 100 | -20 | 80 | -40 | 64 | -56 |
| **5** | 35 | 115 | 150 | **30** | 7,0 | 23,0 | **30,0** | 200 | 50 | 150 | 0 | 125 | -25 | 100 | -50 | 80 | -70 |
| 6 | 35 | 155 | 190 | 40 | 5,8 | 25,8 | 31,7 | 240 | 50 | 180 | -10 | 150 | -40 | 120 | -70 | 96 | -94 |
| 7 | 35 | 210 | 245 | 55 | 5,0 | 30,0 | 35,0 | 280 | 35 | 210 | -35 | 175 | -70 | 140 | -105 | 112 | -133 |
| 8 | 35 | 295 | 330 | 85 | 4,4 | 36,9 | 41,3 | 320 | -10 | 240 | -90 | 200 | -130 | 160 | -170 | 128 | -202 |

Небольшая обувная фабрика планирует выпуск новой модели босоножек, который намечен на апрель. Деятельность фирмы осуществляется в условиях рынка совершенной конкуренции (цена задаётся рынком). Деятельность фирмы рассматривается в краткосрочный период, когда производственные условия ограничивают выпуск продукции: не более 8000 пар в месяц.

Производственный отдел представил, какие будут издержки фирмы при разном выпуске продукции (см. таблицу).

Маркетологи провели исследования и дали прогноз рыночных цен на продукцию фирмы в разные месяцы, начиная с апреля.

**Задания.**

1. Определите оптимальный выпуск продукции с точки зрения производственного отдела (исходя из технологии и цен на факторы производства).
2. Стоит ли начинать выпуск продукции на рынок в апреле? Определите предполагаемые зоны прибыльности, безубыточности и убытков в разные месяцы.
3. Каков предполагаемый оптимальный выпуск продукции в апреле и в последующие месяцы?
4. Нужно ли прекращать выпуск продукции, когда экономическая прибыль будет равняться нулю? В каком месяце выпуск этой продукции должен быть прекращён?
5. Постройте график, изображающий кривые FC, VC, TC, а также TR при различном уровне цен. Покажите на этом графике зоны прибыльности и убыточности.
6. Постройте график средних и предельных издержек (AFC, AVC, ATC, MC) и отметьте на нём оптимальный выпуск продукции фирмы при разном уровне цен. Постройте кривую предложения данной фирмы.

***Решение:***

TC – общие издержки (total cost) – сумма общих переменных () и общих постоянных () издержек производства:

 - средние издержки (average cost) – издержки на единицу продукции:

равны сумме средних постоянных издержек () и средних переменных издержек (): 

 - предельные издержки (marginal cost) – дополнительные издержки производства одной дополнительной единицы продукции, т.е. увеличение общих издержек на единицу прироста объёма производства:

- валовый доход (total revenue) – общая выручка, полученная фирмой от реализации определённого количества продукции () за период времени: 

 - средний доход (average revenue) – валовый доход на единицу продукции:

MR – предельный доход (marginal revenue) – это дополнительный валовый доход, полученный от продажи одной дополнительной единицы продукции за определённый период времени.

**1.**

Оптимальный выпуск продукции соответствует точке технологического оптимума (оптимального соотношения переменных и постоянных издержек), т.е. где .

Из таблицы видно, что **оптимальный выпуск продукции: .**

**2.**

Из таблицы по значениям  () определяем, что:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Апрель | Май | Июнь | Июль | Август |
| предполагаемая зона прибыльности |  |  |  |  |  |
| предполагаемая зона безубыточности |  |  |  |  |  |
| предполагаемая зона убытков |  |  |  |  |  |

Выпуск продукции на рынок в апреле **стоит** начинать, поскольку в апреле существует возможность получить прибыль.

**3.**

Из таблицы по максимальным значениям  () определяем, что:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Апрель  p = 40€ | Май  p = 30€ | Июнь  p = 25€ | Июль  p = 20€ | Август  p = 16€ |
| предполагаемый оптимальный выпуск продукции |  |  |  |  |  |

**4.**

В краткосрочном периоде постоянные издержки должны быть оплачены даже в том случае, если фирма ничего не производит. Должны быть произведены арендные, процентные и т.п. платежи. Следовательно, если фирма более чем покрывает свои переменные издержки, она может, идя по этому пути, расплатиться и по постоянным издержкам и продолжить свою деятельность. Если же фирма не сможет покрыть свои переменные издержки: т.е. если кривая  выше, а кривая ниже, она должна прекратить деятельность.

Правило закрытия фирмы:. (На рынке совершенной конкуренции ).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| предполагаемый оптимальный выпуск продукции |  |  |  |  |  |
| В каком месяце выпуск этой продукции должен быть прекращён | август | август | июль | **июль** | июнь |

**5.**

Нахождение оптимального выпуска продукции для фирмы на рынке совершенной конкуренции в краткосрочный период с помощью сопоставления и .

Максимальная прибыль производится, когда разрыв между и  максимален.

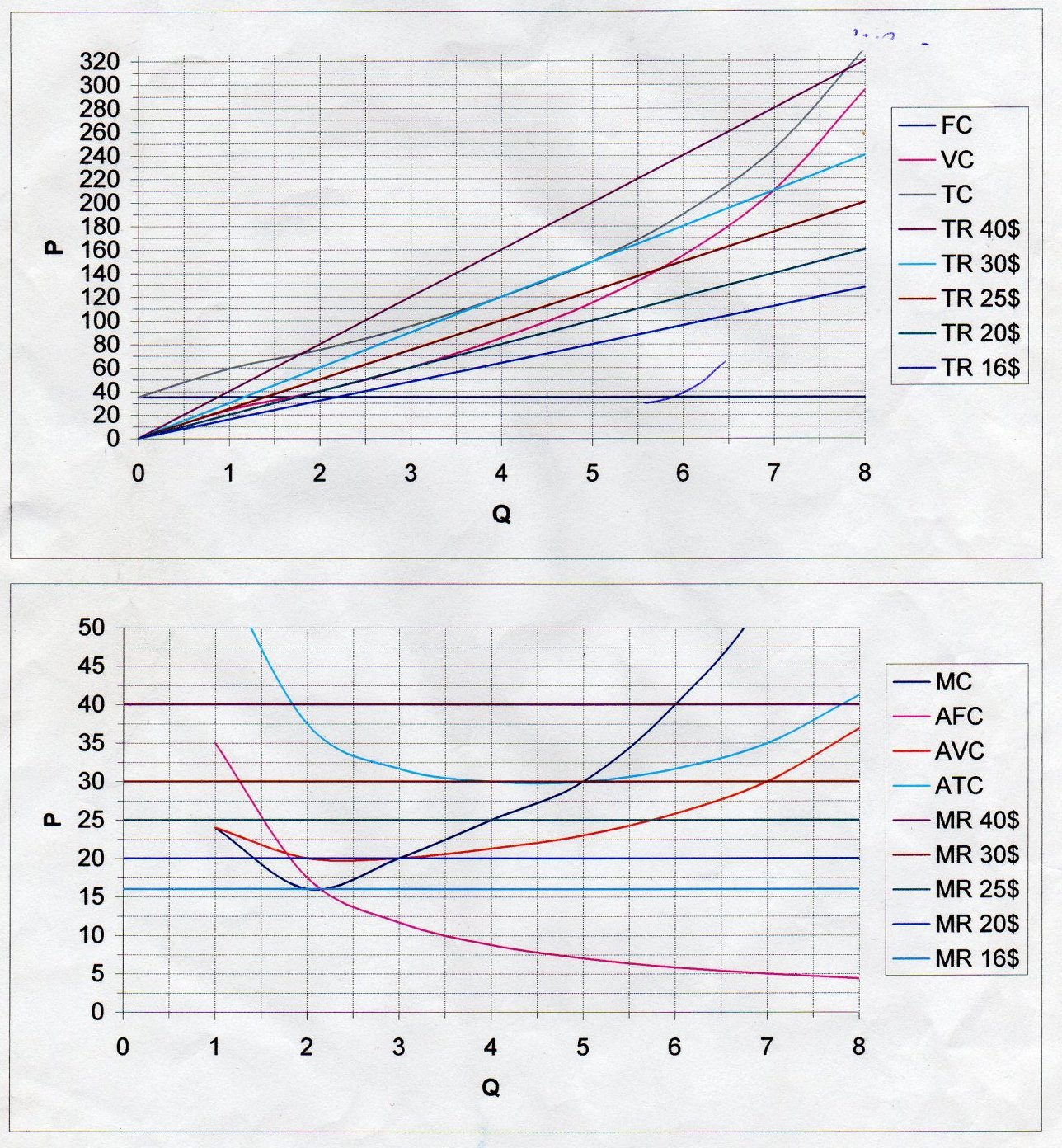
Зона убыточности: ,

Зона прибыльности: 

**6.**

Нахождение оптимального выпуска продукции для фирмы на рынке совершенной конкуренции в краткосрочный период с помощью сопоставления предельного дохода () и предельных издержек (). Прибыль максимальна, когда 

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Евро | Апрель  p = 40€ | Май  p = 30€ | Июнь  p = 25€ | Июль  p = 20€ | Август  p = 16€ |
| Оптимальный выпуск продукции |  |  |  |  |  |



**Домашнее задание **

**Домашние задания по теме: « Фирма в рыночной экономике» (лекция № 2).**

**1.** Приведите примеры фирм с различной хозяйственной структурой.

**2.** Решите задачу.

Владелец фермы в США обладает 2ОО акрами земли, фермой руководит сам.

На ферме работает бухгалтером его жена и три наемных работника.

Валовой доход ,который принесла ферма в прошлом году, -24О тыс. долл.

Явные и неявные издержки фермера:

1. Зарплата работников фермы по 15 тыс. долл. в год
2. Зарплата управляющего фермой подобного размера – 6О тыс. долл. в год
3. Зарплата бухгалтера на подобной ферме – 2О тыс. долл. в год
4. Затраты на оборотный капитал ( семена, удобрения, солярку, спецодежду и т.п.)-4О тыс. долл. в год
5. Первоначальная стоимость основных фондов фермы составляла 2ОО тыс. долл., средний срок их функционирования – 5 лет. Основные фонды приобретены в начале прошлого года
6. Фермер взял краткосрочный кредит в банке в начале прошлого года (под залог земли) под 12% годовых на сумму 1ОО тыс. долл.

7.По вкладам банк платит 1О%

8. Арендная плата за землю фермера могла бы составить 4ОО долл. за акр

9. Налоги и страхование -2О тыс. долл.

Определите явные и неявные издержки фермера, экономические издержки,

Бухгалтерскую и экономическую прибыль

Выгодно ли фермеру и его жене оставаться на следующий год в своем бизнесе или может быть стоит пойти работать на другую ферму, найдя альтернативные способы использования и других, принадлежащих им факторов производства?

***Решение:***

**Прошлый год:**

**Явные издержки** (ресурсы приобретены на рынке и зафиксированы в бухгалтерских документах): 1, 4, 5, 6, 9.

Явные издержки ****тыс. долл.

**Неявные издержки** (собственные ресурсы предпринимателя): 2, 3, 7, 8.

Неявные издержки =тыс. долл.

Выручка (TR)

явные издержки

экономическая прибыль

неявные издержки

бухгалтерская прибыль

**Бухгалтерская прибыль** тыс. долл.

**Экономическая прибыль**  тыс. долл.

**Следующий год:**

Явные издержки ****тыс.долл.

Неявные издержки =тыс. долл.

Бухгалтерская прибыль тыс. долл.

Экономическая прибыль  тыс. долл., экономическая прибыль - **фермеру и его жене оставаться на следующий год в своем бизнесе не выгодно,** стоит пойти работать на другую ферму, найдя альтернативные способы использования и других, принадлежащих им факторов производства.

3-ий год:

Явные издержки ****тыс. долл.

Неявные издержки =тыс. долл.

Бухгалтерская прибыль тыс. долл.

Экономическая прибыль  тыс. долл., экономическая прибыль.

4-ый год:

Явные издержки ****тыс. долл.

Неявные издержки =тыс. долл.

Бухгалтерская прибыль тыс. долл.

Экономическая прибыль  тыс. долл., экономическая прибыль.

5-ый год:

Явные издержки ****тыс. долл.

Неявные издержки =тыс. долл.

Бухгалтерская прибыль тыс. долл.

Экономическая прибыль  тыс. долл., экономическая прибыль.

6-ой год:

Явные издержки ****тыс. долл.

Неявные издержки =тыс. долл.

Бухгалтерская прибыль тыс. долл.

Экономическая прибыль  тыс. долл., экономическая прибыль.

Контрольные вопросы по теме: «Организационно-правовые формы предприятий»

1. В каких организационно-правовых формах могут функционировать университеты в РФ ?
2. Для каких организационно-правовых форм бизнеса характерна

полная и ограниченная ответственность?

3.Назовите преимущества ОАО.

4. Какие возможности для финансовых проделок открывает акционерная форма организации бизнеса?

**Домашнее задание **

**Домашние задания по теме: «Организационно-правовые формы предприятий»**

**Задача № 1**

Уставный капитал фирмы – 8ОО млн. руб. У фирмы есть 4О равноправных совладельцев.

Фирма понесла убытки в размере 1 млрд. руб. и ей грозит банкротство. Рассчитайте величину убытков, которую придется взять на себя каждому из совладельцев, если

фирма является:

а) полным товариществом , б) акционерным обществом.

***Решение:***

**а) фирма является полным товариществом.**

Полное товарищество представляет собой форму организации предприятия, основанную на личном участии собственников в его управлении. Для полного товарищества характерны следующие черты:

неограниченная ответственность по обязательствам товарищества всех его членов;

совместная собственность членов;

неустойчивость организационной структуры.

**Величина убытков, которую придется взять на себя каждому из совладельцев** 

**б) фирма является акционерным обществом.**

Акционерное общество — форма предприятия, средства которого образуются путем объединения вкладов через выпуск и продажу акций. Члены (акционеры) акционерного общества несут ответственность, ограниченную их вкладами.

Основные черты акционерного общества:

статус юридического лица;

ответственность по обязательствам всем имуществом;

обособление имущества акционерного общества от имущества отдельных акционеров;

наличие уставного капитала, разделенного на определенное число акций.

Т.е. компания юридически отделена от своих владельцев – она может заключать договоры и владеть имуществом. Любые долги – это её собственные долги, а не долги владельцев. Собственники компании являются акционерами. Каждый акционер получает долю из распределяемой прибыли компании. Выплаты акционерам называются дивидендами. Акционеры несут только ограниченную ответственность – если компания обанкротится, её владельцы потеряют лишь ту сумму денег, которую они инвестировали в эту компанию, и не более того.

**Величина убытков, которую придется взять на себя каждому из совладельцев**



**Задача № 2**

Уставный капитал ОАО – 4ОО млн. долл. Он разделен на 2 млн. акций, из которых половина привилегированные с обязательством выплатить по дивидендам 8% от

номинальной стоимости. Чистая прибыль к распределению – 4О млн. долл. Какой

возможен дивиденд по обыкновенным акциям? Какова номинальная цена акции?

***Решение:***

По порядку определения размеров и выплаты дивидендов акции подразделяются на простые и привилегированные.

Простые акции позволяют их владельцам получать дивиденд в зависимости от результатов деятельности акционерного общества и голосовать на общем собрании акционеров.

**Привилегированные акции** отличаются от простых тем, что дивиденд по ним представляет заранее фиксированную сумму, а свое название «привилегированные» они получили потому, что в случае ликвидации акционерного общества выплата определенных сумм в первую очередь делается по этим акциям. Однако владельцы этих акций не имеют права голоса на общем собрании акционеров.

Обязательная выплата по дивидендам владельцам привилегированных акций



**По обыкновенным акциям возможен дивиденд** 

**Номинальная цена акции** **Домашнее задание .**

**Домашние задания по теме: «Рынки несовершенной конкуренции»**

**1.**Для каких типов рыночной структуры характерно применение следующих приемов укрепления своих позиций и увеличения прибыли:

а) манипулирование количеством предлагаемого товара и ценой

б) организация картелей

в) реклама с акцентом на особые качества своего товара

г) лидерство в ценах

д) снижение издержек

***Ответ:***

**а) манипулирование количеством предлагаемого товара и ценой характерно для:**

* **монополии**
* **монополистической конкуренции**
* **олигополии**

**б) организация картелей характерна для:**

* **олигополии**

**в) реклама с акцентом на особые качества своего товара характерна для:**

* **монополии**
* **монополистической конкуренции**
* **олигополии**

**г) лидерство в ценах характерно для:**

* **монополии**
* **олигополии**

**д) снижение издержек характерно для:**

* **совершенной конкуренции**
* **монополистической конкуренции**
* **монополии**
* **олигополии**

**Совершенная конкуренция**

Совершенная конкуренция обеспечивает суверенитет потребителя. Потребители через функционирование рыночного механизма определяют, что и в каком количестве должно производиться. Фирмы не обладают властью для манипуляции с рынком. Они не могут контролировать цены.

При совершенной конкуренции нет необходимости в рекламе, поскольку все фирмы производят однородный продукт.

Конкуренция между фирмами будет стимулировать повышение эффективности их деятельности. Подобным же образом желание получить сверхнормальную прибыль или устранить убытки будет стимулировать повышение эффективности их деятельности. Поскольку рынок совершенной конкуренции добивается эффективности, он будет вызывать снижение издержек.

**Монополистическая конкуренция**

В отличие от совершенной конкуренции каждая фирма производит товар или оказывает услугу, которые некоторым образом отличаются от товаров и услуг их конкурентов. В результате она может повышать свою цену без боязни потерять всех своих клиентов. На практике максимизирующая прибыль фирма в условиях монополистической конкуренции также должна принять решение о точном ассортименте продукции, и о том, сколько она потратит на её рекламу. Это приведёт фирму к участию в неценовой конкуренции. Разработка товара и успешная реклама не только будут увеличивать спрос, но также сделают кривую спроса фирмы менее эластичной. Это поддержит преимущество фирмы перед её конкурентами. Монополистически конкурентные фирмы благодаря избыточным производственным мощностям могут иметь более высокие издержки, чем совершенно конкурентные фирмы.

**Олигополия**

Фирмы, когда планируют изменение цены, технических характеристик своего товара, или объема рекламы, часто учитывают вероятные реакции своих конкурентов.

Когда фирмы при олигополии вступают в сговор, они могут договориться о ценах, долях рынка, расходах на рекламу и т. д. Такая договорённость снижает неопределённость, с которой они сталкиваются. Она уменьшает страх вовлечения в конкурентное снижение цен или в ответную рекламную компанию, что в обоих случаях может снизить совокупные отраслевые прибыли. Формальное соглашение о сговоре называется картелем. Картель будет максимизировать прибыли, если действует подобно монополии: если его члены ведут себя так, как если бы они были единой фирмой.

Одна из форм молчаливого сговора – это ситуация, когда фирмы придерживаются цен, установленных признанным лидером. Этим лидером может быть самая крупная фирма: фирма, которая доминирует в отрасли.

**Монополия**

Монополист может обычно выдерживать убытки гораздо дольше, чем претендент на вхождение в отрасль. Поэтому он может начать ценовую войну (может назначить цену ниже издержек новой фирмы и вытеснить её), проводить серьёзные рекламные компании, и осуществлять другие подобные мероприятия. По сравнению с любым другим типом рыночной структуры, спрос при монополии будет относительно неэластичен при любой цене. Монополист может поднимать свою цену, а потребители не могут обратиться к продукции других фирм отрасли, потому что их просто нет. Они или платят более высокую цену, или остаются без товара. В отличие от фирм, действующих в условиях совершенной конкуренции, монополистические фирмы являются “творцами цен”. Они могут выбирать, какую цену назначить. Тем не менее они всё-таки сдерживаются кривой спроса. Повышение цены будет снижать величину спроса.

Монополия может быть способна достигнуть значительной экономии на масштабе производства благодаря большим размерам своих предприятий, централизованному управлению и устранению ненужного дублирования.

Хотя выживание монополиста не зависит от его способности найти более эффективные способы производства, он может использовать часть своей сверхнормальной прибыли для осуществления исследований и разработок, а также инвестирования. Поэтому он имеет больше возможностей стать эффективным, чем маленькая фирма с ограниченными финансовыми ресурсами.

**2.**Отметьте, какие экономические решения способен принимать монополист, а какие предприниматель, действующий в условиях совершенной конкуренции:

а) изменение рыночной цены

б) определение оптимального объема выпуска продукции

в) снижение издержек

г) воздействие на спрос через рекламу уникальных свойств своей продукции

***Ответ:***

Монополист способен принимать следующие экономические решения:

а) изменение рыночной цены

б) определение оптимального объема выпуска продукции

в) снижение издержек

г) воздействие на спрос через рекламу уникальных свойств своей продукции

Предприниматель, действующий в условиях совершенной конкуренции способен принимать следующие экономические решения:

б) определение оптимального объема выпуска продукции

в) снижение издержек

**3.** Какой рынок сильнее монополизирован: №1, на котором действуют три фирмы, контролирующие 50,40 и 10% производства или №2, на котором действуют три фирмы, контролирующие 35,35 и 30% производства?

***Ответ:* рынок №1.**

Домашние задания по теме:

«Рынки несовершенной конкуренции»

1. В чем проявляется рыночная власть фирмы, на какие элементы рыночного механизма она распространяется?
2. В чем состоит различие между монополией и олигополией,

между монополией и монополистической конкуренцией?

1. Каковы условия равновесия фирмы-монополиста?
2. Чем отличается ценовое поведение олигополиста от ценового

поведения монополиста?

5. Какой рынок сильнее монополизирован: №1, на котором действуют три фирмы, контролирующие 50,40 и 10% производства

или №2, на котором действуют три фирмы, контролирующие 35,35

и 30% производства ?

**Рынок научной информации.**

**Задание.** Проанализируйте какой-нибудь рынок труда по всем факторам (спрос, предложение, зарплата).

**Спрос и предложение в профобласти "Строительство/ Недвижимость" за август 2007 года**

По данным [**HeadHunter**](http://hh.ru/), эта профобласть занимает одно из первых мест среди других отраслей по количеству размещенных в ней вакансий (см. раздел [«Статистика»](http://hh.ru/contents/publications.do?publicationRubrikId=75)). [Строительство](http://hh.ru/contents/publication.do?publicationRubrikId=64&publicationId=1776), как и российская экономика в целом, находится сейчас на подъеме и демонстрирует устойчивый рост, одновременно увеличиваются и доходы специалистов (за последний год примерно на треть). Именно в этой области наблюдается самый высокий спрос на менеджеров среднего и высшего звена. Как подчеркивают эксперты кадрового рынка из [**АНКОРа**](http://www.ancor.ru/), «тенденция, которая ярко прослеживается в течение последних нескольких лет и сохранится в будущем – это увеличение спроса на высококвалифицированных технических специалистов: занятых на производстве (инженеров, техников, технологов, механиков), в сфере ИТ-технологий и телекоммуникационного оборудования и в строительном секторе». В то же время это одна из тех немногих областей, наряду с банковской и нефтегазовой, которая, по мнению самих соискателей, является для них наиболее привлекательной. Такое мнение неслучайно, ведь строительный рынок перспективен, стабилен, гарантирует высокую оплату труда, в отличие от многих других профобластей здесь нет жесткого возрастного ценза, а к тому же опыт работы, изучение новых методов, совершенствование своих навыков, повышение образовательного уровня открывают перед специалистами великолепные [карьерные перспективы](http://hh.ru/contents/publication.do?publicationRubrikId=74&publicationId=1635).

Всего в августе на сайте HeadHunter количество вакансий, опубликованных работодателями в индустрии «Строительство/[Недвижимость](http://hh.ru/contents/publication.do?publicationRubrikId=68&publicationId=1732)», почти в два раза превысило число соискателей, разместивших резюме в этой профобласти (12797 и 6624 соответственно). Анализируя спрос и предложение в строительстве, следует заметить, что в кадровом отношении собственно строительный бизнес и последующие операции с недвижимостью связаны и являются частями одной системы: чем больше зданий, тем больше требуется и [риелторских компаний](http://hh.ru/contents/publication.do?publicationRubrikId=68&publicationId=1629). Поэтому мы рассматриваем эти бизнесы как одну профобласть «Строительство/Недвижимость». В целом, по мнению экспертов, рынок недвижимости занимает среди прочих секторов экономики в некоторой степени привилегированное положение (спрос на землю и недвижимость растет высокими темпами, вместе с этим увеличиваются и объемы инвестиций, на рынок выходит все больше новых игроков), и зарплаты на нем выше среднерыночных на 15–20%.

Статистика HeadHunter свидетельствует о том, что спрос на квалифицированных сотрудников остается стабильно высоким и превышает предложение в 1,5–4 раза. Так, в области «Проектирование/[Архитектура](http://hh.ru/contents/publication.do?publicationRubrikId=68&publicationId=1775)» было размещено 1739 вакансий и всего 485 резюме, а инженеров востребовано 1926, в то время как предлагают свои услуги только 697 специалистов этого профиля, прорабов – 425 и 167 соответственно. Сегодня строительство особенно нуждается в тех, кто способен грамотно просчитать проект, определяя при этом, какое строение и где может принести максимальную прибыль. А для такой работы требуются серьезный опыт и знания, которых так не хватает нынешним специалистам. Недаром грамотным и опытным сотрудникам работодатели готовы платить солидное вознаграждение, и, к примеру, максимальная средняя зарплата предлагается девелоперам – $2500. В связи с острым [дефицитом персонала](http://hh.ru/contents/publication.do?publicationRubrikId=72&publicationId=1762) даже предложение в категории «Начальный уровень/Мало опыта» составляет $1000. Исключением из общего правила «кадрового голода», пожалуй, служит лишь сфера жилищно-коммунального хозяйства, где и спрос, и предложение минимальны (126 и 112 соответственно).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ** | **Зарплата, предлагаемая работодателями, $ медиана** | **Зарплатные ожидания соискателей, $ медиана** | **Количество вакансий** | **Количество резюме** |
| Агент | 1500 | 1300 | 440 | 250 |
| Гостиницы\_Магазины | 2000 | 2000 | 297 | 150 |
| Дизайн\_Оформление | 1400 | 1500 | 222 | 186 |
| Жилье | 1750 | 1500 | 568 | 318 |
| Инженер | 1400 | 1500 | 1926 | 697 |
| Начальный уровень\_Мало опыта | 1000 | 1000 | 323 | 246 |
| Нежилые помещения | 1800 | 2000 | 1178 | 536 |
| Проектирование\_Архитектура | 1500 | 1500 | 1739 | 485 |
| Строительство | 1600 | 1700 | 2406 | 1336 |
| Управление проектами | 2000 | 2100 | 1811 | 1104 |
| Девелопер | 2500 | 2500 | 644 | 557 |
| Прораб | 1400 | 1400 | 425 | 167 |
| Эксплуатация | 1400 | 2000 | 692 | 480 |
| ЖКХ | 1300 | 1500 | 126 | 112 |

По данным компании HeadHunter за август 2007 года

**Копирайтер.**

Копирайтер переводится с английского как автор рекламных текстов. Его задача – лаконично и доходчиво рассказать целевой аудитории о преимуществах рекламируемого товара или услуги. В зависимости от опыта работы можно выделить три группы соискателей:

**Зарплатные предложения работодателей**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Диапазон зарплат на 2007 г., $/мес** | | |
| мин | макс | медиана |
| 400 | 3000 | 1700 |

**Зарплатные ожидания соискателей**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Диапазон зарплат на 2007 г., $/мес** | | |
| мин | макс | медиана |
| 400 | 3000 | 1700 |

**Характеристики соискателя**

|  |  |
| --- | --- |
| **Возраст** | % |
| 18–25 лет | 55 |
| 26–35 лет | 40 |
| 36–45 лет | 5 |
| **Образование** | % |
| Высшее | 45 |
| Неполное высшее | 55 |
| **Владение английским языком** | % |
| Свободное | 30 |
| На уровне прохождения интервью | 40 |
| Базовые знания | 30 |